ニッポンハムグループ

社会・環境レポート

Nipponham Group Social and Environmental Activities

2015

Nipponham Group
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（こうまい）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. 時代の要請に応えて時代をつくる。
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。

グループブランドステートメント

人輝く、食の未来

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
生命（いのち）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

私たち、ニッポンハムグループは
世界で一番の「食べる喜び」を
お届けする会社を目指していきます。

「ニッポンハムグループ 社会・環境レポート 2015」

編集方針

本レポートでは、持続可能な社会の実現に向けたニッポンハムグループの社会的責任（CSR）の取り組みを報告しています。そして、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：2014年4月1日～2015年3月31日
ただし、活動内容については、2015年度分を一部含みます。

組織：ニッポンハムグループ

分野：ニッポンハムグループの社会活動および環境活動

発行時期：2015年6月
（前回発行2014年6月/次回発行2016年6月予定）

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4版」
（GRIガイドラインの対照表は、日本ハム(株)の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

・日本ハム（株）は、「DJSI Asia Pacific※1」と「FTSE4Good Index Series※2」に採用されています。（2015年3月末現在）

MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices In Collaboration with RobecoSAM

FTSE4Good

※1「DJSI Asia Pacific」の構成銘柄として2009年より継続して採用されています。
※2「FTSE4Good Index Series」の構成銘柄として2011年より継続して採用されています。

CONTENTS

トップメッセージ
「人輝く、食の未来」の実現に向けて
日本ハム株式会社 代表取締役社長 末澤 壽一
3ページ

対談
次代へつなぐ大切なもの これまでの食、これからの食
有元 葉子 × 末澤 壽一
5ページ

特集
食を通して社会に貢献するために
9　食育への取り組み
11　食物アレルギーの取り組み
13　食とスポーツの取り組み
9ページ

環境
16　「新中期経営計画パート4」結果のご報告
17　事業活動におけるマテリアルフロー
19　商品・サービスの環境配慮
21　自然環境保全の取り組み
23　環境負荷低減への取り組み
15ページ

社会
29　地域社会活動
31　お客様とともに
33　株主・投資家の皆様とともに
29ページ

経営
35　コーポレート・ガバナンス
37　コンプライアンスの徹底
品質
39　人財育成への取り組み
43　品質保証の取り組み
47　研究・開発の取り組み
35ページ

Nipponham Group 人輝く、食の未来
事業紹介
49　ニッポンハムグループのご紹介
51　楽しく健やかなくらしに貢献する
55　海外における食肉生産事業
49ページ

57　第三者意見
58　「CSRプロジェクト」活動レポート
59　読者アンケート
60　外部認証取得状況
57ページ

「人輝く、食の未来」の実現に向けて

日本ハム株式会社
代表取締役社長
末澤 壽一

ニッポンハムグループを取り巻く経営環境における国内景気は緩やかな回復基調が見られるものの、デフレの脱却には道半ばの状態にあります。また、TPPに関する交渉も大詰めを迎え、経済のグローバル化が大きく加速するとともに、新興国を中心とした世界人口の増加により、原料調達の逼迫が予想されます。

このような中、ニッポンハムグループは「変革による骨太なビジネスモデルの構築」をテーマとした、「新中期経営計画パート5（2015年度～2017年度）」を発表しました。これまで取り組んできた「品質No.1経営」をより高次元でとらえ、国内事業の競争優位性の確立とグローバル企業への加速を目指してまいります。

社会課題への取り組み

事業を展開する上で特に重要な社会課題は、気候変動による穀物収穫量の減少や家畜の疾病、新興国における食肉需要の増加など、安定的な食糧供給が困難になる可能性があることです。また、昨今の食の安全に対する信頼の失墜も大きな課題であると認識しています。私たちは食をお届けする企業の責任として、フードディフェンスにも注力し、国内外の品質保証体制を一層強化してまいります。また、安全で安心な商品を安定的に調達するとともに、品質に妥協しないものづくりにも注力してまいります。

加えて、食物アレルギーの増加という大きな社会課題があります。食物アレルギーを持つ方々は食の選択肢が限られるばかりでなく、命の危険にさらされることもあります。このような課題認識から、当社は1996年より食物アレルギーの研究をスタートし、2015年には食物アレルギーの研究・啓発活動を公益性の高い社会貢献活動として推進するため、「一般財団法人 ニッポンハム食の未来財団」を設立しました。食物アレルギーの研究・啓発活動に特化した財団法人で専門的に活動することにより社会課題の解決に貢献してまいります。

また、ニッポンハムグループの事業は家畜の生命を育むところからスタートしています。生命（いのち）の恵みを大切にし、食肉のみならず脂、骨、皮などの畜産副産物を余すことなく活用することは、私たちが大切にしている考え方であり、同時に食に携わる企業の責任であると認識しています。この考え方は、社内のみならず、全国で行っている食育活動を通して広く啓発を行っております。私たちは、生命の恵みを大切にして、企業理念である「食べる喜び」を世界の皆様にお届けすることで、楽しく健やかなくらしに貢献してまいります。

持続可能な社会の実現に向けて

2015年末には、パリで開催される国連気候変動枠組条約第21回締約国会議（COP21）にて、世界の気候変動・温暖化対策の大枠が協議される予定です。ニッポンハムグループは、地球温暖化防止に向けて、自社だけでなくサプライチェーン全体におけるCO_2排出量の把握に努め省エネ活動を推進します。そして限りある資源を次代に引き継ぐべく、省資源、再資源化にも積極的に取り組んでまいります。

私たちニッポンハムグループにとりまして、CSRとは環境への取り組みを含めたコンプライアンスを基盤とし、社会課題の解決に向けて、事業活動を活かし少しでもお役に立てる活動を推進すること、すなわち経営そのものであると考えています。

これらの活動を推進し、企業が持続的に成長するためには、会社が従業員にとって活き活きと活躍できる場であることが欠かせません。ニッポンハムグループは企業理念にある「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、人を大切にして、それぞれの能力が発揮できる環境を作ってまいります。

最後になりますが、次代に託す未来を豊かなものにするため、ステークホルダーの皆様との対話をさらに深め、ともに社会課題の解決に取り組んでまいりたく、今後ともご支援を賜りますようお願い申し上げます。

1 環境への取り組み（みんなの森林（もり））→関連P.22
2 スポーツの取り組み（鎌ヶ谷スタジアム）→関連P.13
3 海外事業の取り組み（ワイアラビーフ ワイアラ牧場）→関連P.55

次代へつなぐ大切なもの
これまでの食、これからの食

料理研究家 **有元 葉子** × 対談 × 日本ハム株式会社 代表取締役社長 **末澤 壽一**

近年、食に対する関心が高まる一方で、食生活の乱れを一因とする生活習慣病の増加、豊かさの裏側にある食品ロスなど、日本人の食を取り巻く環境には多くの課題も指摘されています。これまでの食生活、食文化を見つめ直し、真に豊かな食文化を形成していくためには、何を大切にすべきなのでしょうか。健康や安全・安心にも配慮した食や生活スタイルを提案されている、料理研究家の有元葉子さんと、日本ハム株式会社 代表取締役社長 末澤壽一が語り合いました。

プロローグ

有元 私が料理研究家になる前は、家庭でひたすら好きな料理を作っていました。それが今の仕事につながっています。料理がある生活そのものが仕事の対象であり趣味でもあります。一緒に生きている感覚です。

末澤 趣味が仕事になることは幸せなことです。ニッポンハムグループでは「企業理念」の中に「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」という言葉があります。会社は従業員が常にチャレンジ精神を持って成長していけるよう、風通しの良い環境づくりに努めています。世の中の変化のスピードは、ここ3年～5年でさらに加速するのではないでしょうか。その変化を楽しみ挑戦するための土台づくりを強化したいと考えています。従業員には、さまざまな個性を持つ人と付き合える人になってもらいたいし、それを楽しめる人になってほしいです。

有元 その考え方は会社だけではなくて生き方にも通じることだと思います。毎日漫然と食べて、寝て、元気ならいいわというわけでなく、昨日より今日、今日より明日、というように少しずつでもいいから新しいものを吸収し、一歩でも先に進むという意識を常に持ち続けたいと私は思っています。

大事にしたいこと

有元 日本の食文化は、少し引いて客観的に見ると改めてその素晴らしさを認識できます。日本には、山や森、海や川があり、私たちはその自然の恵みをいただいて生かされていることに感謝の気持ちを持っています。今ではそれらを使った日本食の素晴らしさが世界中に知れ渡りブームが起きているのは必然だと思います。

末澤 日本人は最高の品質を目指して、まぐろでも和牛でも最後まで考え抜いてより良いものを作る。探究心が強く、ものづくりにかけるプライドは世界でも類を見ないのではないかと思います。

有元 それは食品だけでなく包丁でも同じことが言えます。日本刀の製法が今も継承されて、その技術が世界からも認められている。そんなことを私は嬉しく思います。

末澤 私どものひとつの事業となりますが、通常、日本で市販されているハム・ソーセージは時代の変化や生活の多様化に伴い10～20年位前と比べて品質や種類等が変化しています。当社の創業者は、新鮮な豚肉を使っておいしいハム・ソーセージを作りたいという想いで事業を行ってきました。私たちはその強い想いを受け継ぎ、本当においしい商品を提供できるよう努めています。日本に限らず海外の人からも「日本のハムは、おいしいね」と言ってもらえるような商品を作ることが私たちニッポンハムグループの役割だと考えています。

活かし切る。無駄なく使う

農林水産省の統計データによると日本の食品廃棄物は、年間1,700万トン。その中には食べられるのに捨てられているものも500万～800万トンあると言われています。

有元 その典型的な食材は「大根」です。習慣的に皮をむいて、その皮は捨て、上の部分も切り落として捨てられてしまいます。でもよく考えると、例えば大根1本を見たときに中身しか食べないことをとても不思議に思います。野菜の皮や葉にもそれぞれ役割があるのです。大根も葉っぱと葉っぱが出ている中身の間は一番おいしいところ。根っこでもない、葉っぱでもないその部分には凝縮された独特のおいしさがあります。そこを切って水に漬けておくだけで新しい葉っぱがパーッと伸びてきます。ものすごく命が詰まっているのだと実感します。

末澤 私たちも、一頭、一羽の生命（いのち）の恵みを、大切に育み、その恵みを最後の1グラムまで無駄なく活かし切るよう努めています。また、生産・飼育段階で発生する家畜等の排せつ物も肥料に加工して、野菜の生産や家畜の飼料になるお米等の生産に役立てています。それをまた豚・牛のえさとして食べさせる循環型農業も進めています。

対談の時間を利用して有元氏に調理いただいた「豚肉のロースト鍋」。
レシピは日本ハム（株）のウェブサイトにて紹介しています。

豚肉レシピ　日本ハム　検索

そして、ニッポンハムグループには全国15カ所の食肉処理場があり、生命の恵みを処理・加工しています。そこでは毎年家畜の生命を敬う「畜魂祭（ちくこんさい）」「鶏魂祭（けいこんさい）」と呼ばれる慰霊祭を行っており、私を含め幹部がお参りしています。そのときに私が唱えるのは「天国から見ていてください。良い商品に加工してきちんとお客様に届けます」という想いです。私はこの考え方をもっと従業員に浸透させていきたいと思っています。
そして会社でも、「人の才能を活かし切る」ことが重要です。夢を持って入社したのですから、能力を最大限に発揮してもらいたいし、上司は広い視野を持って部下の実力を引き出してほしいと考えています。

有元 会社でも社長が優れていて従業員が優れていないというわけではないと思います。同じ平面上にいるものの存在している位置が違うだけです。それぞれが持つ役割を十分にこなすことが大切ですね！

個性を尊重する

有元 日本の場合は、みんな同じでいないといけないという傾向が見られますよね。だからもうちょっと自分の個性、人と同じじゃない、自分だけが持っているものを主張する勇気を持つことも大事なのだと思います。

末澤 会社も同様で従業員の個性を尊重して言いたいことを言える環境づくりが必要です。
上司に呼応するだけでなく自分の考え方を伝える機会をつくり、意見を引っ張り出してあげることが大事なことだと思います。色々な考え方を持つ従業員がいる会社の方が楽しいし活性化すると思います。

有元 食べ物の好みをとっても１人ずつ全部違いますよね。みんなおいしいものが好きということは同じだけど、何をおいしいと思うかはそれぞれ違うわけです。
それで私が料理教室で言っていることは自分の好みを大事にしてくださいということです。例えば水耕栽培のサラダを好む人はその素材を選べば良いし、私のように太陽を浴びて土から生えている野菜が好きな場合はその野菜を料理に取り入れれば良いと思います。
また、私は自分が使う食材がどのように作られているかを知りたいので、機会があれば生産者を訪ねるよう心掛けています。そして本当に良い素材は料理をし過ぎないことです。例えばキャベツ炒めを作るときには、キャベツはそのまま食べてみる。油は飲んでみる。塩もなめてみる。全部おいしいなと思ったら、一番おいしい状態のところでぱっと調理を止めることです。
自分が食べてみて一番おいしいと思うかどうかが大事です。人には好みがあるし、それも個性だと思います。それぞれ違う。違っていいと。違うから面白いのだと思います。

素材の良さを引き出す

有元 まぐろや牛肉は、わさび醤油につけて食べるだけでもおいしいけれど、豚のひき肉やもやしは、ちゃんと手を掛けたらおいしくなるのね。もやしは頭としっぽを取ったものと何も取らないもので食べ比べたら取った方は、格段においしいものです。料理をおいしくいただくためには、お金か手間のどちらかが掛かるようになっているのですね。

末澤 素材のおいしさを最大限に引き出す工夫を私たちも意識して活動していきます。やはり新鮮なお肉を作ることは農場や食肉処理場を自社で持っているからこそ成し得ることです。地域の特性や商品の特長を引き出すために地域の農家の方々の協力と信頼を得て活動しています。
これからはもっと、国産だからできるこだわりの商品に傾注していきたい。
それが私たちの次のステップと考えています。今後輸入品の法律が変わってきたとしても、日本人は国産を大事にすると思います。

有元 その国産、メイド・イン・ジャパンは私にとっても本当に命題です。
私たち消費者は本当にこれがいい商品かどうか自分で見極めて、どこにどういうお金の使い方をするか。これは自由ですよね。だから、消費者が食に対する正しい知識を持つことがまず大事だと思うわけです。そうすると、作る側、売る側、全部が変わっていきます。だから、どちらから変わってもいいけど、やっぱり、消費者が変わることが大切だと本当に思います。

エピローグ

有元 日本人はもともと、お野菜をたくさん食べる習慣がありました。だからこそものすごく繊細な味覚や感性を持っていると思います。その中に西洋的な文化が入ってきて選択肢が広がりました。お肉はもちろん身体の栄養に必要なものだし、適量を適切に食べることが大事なことだと思います。だから、和食の中にお肉を取り入れた調理法ですとか、あるいは和食でなくても、例えば、健康長寿の国と言われる地中海周辺の国々の食習慣をよくよく研究して自分たちの食事に取り入れることも大事です。過去の経験を踏まえて、これから本当に何が必要なのか、どうしていったらいいのかを見つけていきたいと思います。

末澤 次代へつなぐこれからの食は「本当においしいもの」「本当に食べてみたいもの」をお届けしたい。
ニッポンハムグループは食品メーカーとして安全・安心はもとより、お客様の「食」を預かっていることを使命ととらえ、5年後、10年後、20年後、そして100年後も社会から必要とされる存在であることを目指していきます。

特集

食を通して社会に貢献するために

ニッポンハムグループは、「食育基本法※」をもとに2008年に
「食育スローガン」と「食育活動方針」を掲げました。
さまざまな機会を通して「生命の恵みの大切さ」「食べることの大切さ」
などを社会の皆様にお伝えしています。

食育への取り組み

約 **18,800** 名
出前教室の参加者累計

ニッポンハムグループは、2006年度より「NPO法人 企業教育研究会」と協働して小中学校における「出前ウインナーの手作り体験教室」を実施しています。2014年度までに294校、18,813名の子どもたちに参加していただきました。この出前授業は、学校からの申し込みを受けて実施するもので、総合的な学習の時間または家庭科などの授業として行われ「座学講習」と「体験実習」の2部で構成しています。なお、講師は「日本健康食育マスター」の資格を持つ当社従業員が担当し、スタッフにはNPO法人に所属する大学生に協力していただいています。

座学講習　毎日の食事が「元気」をつくるお話

座学講習では、「運動」「睡眠」「食事」からみんなの元気が成り立っていることのお話や食事がみんなにとってどんなに大切か。食べ物はどんな役割をしてくれるのか、さらにはバランスの良い食事がなぜ大切なのか、など「食べ物と健康」の関係についてお伝えしています。

大事な成長期を過ごす子どもたちに自分の身体をつくる食事のことを考えてもらい、毎日の食事を楽しめる人になってほしい！　そのような思いで活動を続けています。

小学校における活動内容　座学講習 → 体験実習

1

「食べ物」のお話

座学講習のスライド

2

材料や手順の説明

※「食育基本法」　食育に関する基本・施策の基本事項について定めた法律（2005年施行）。国民が生涯にわたり健全な心身を培い、豊かな人間性を育むことができるよう、食育を総合的かつ計画的な推進を目指すもの

日本ハム　食育　検索

食育スローガン

食べること、楽しもう！

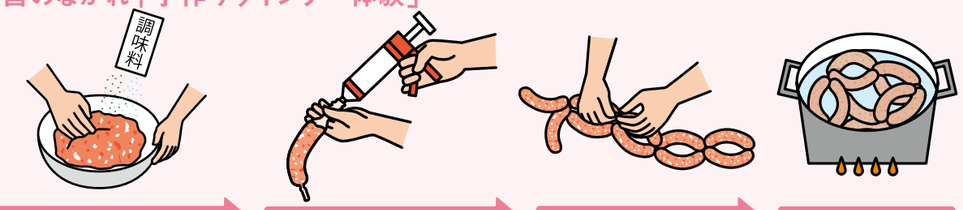
食育活動方針

① 正しく食べることを通して、心と身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「生命の恵み」に感謝し、食べ物を大切にする姿勢を育みます。

体験実習　・手洗いの実践　・調理　・試食　等

体験実習では、日頃から食べているウインナーを子どもたちの手で作り、「見る」「聞く」「触れる」「嗅ぐ」「味わう」の五感を使ってもらえるよう努めています。さらには、食品衛生の必要性や食品を大切に最後まで使い切ることの意味など、作ることの楽しさとともに大変さを実感していただける内容になっています。

実習のながれ「手作りウインナー体験」



＊中心部を75℃以上で加熱する
（食品衛生法基準）

3

子どもたちによるウインナー作り

VOICE

授業を通して伝えたいもの

NPO法人 企業教育研究会　事務局長　市野 敬介

将来、自分や家族が食べる物を選ぶ立場になる生徒たちにとって「食べ物がどうやって作られているのか」「食べ物はどんな人や組織が、どんな考えで作り、提供されているのか」を知ることが大切です。これは学校の中だけで行うことは難しく食品企業等が取り組む食育に期待が寄せられています。

日本ハムの出前授業は、食に関わる仕事のプロの指導を受けながら「限られた時間の中で」「衛生的に」行われます。生徒たちには楽しさだけでなく、食べ物の大切さや食べ物を作る企業の考え方にもふれることができると実施した多くの学校より高い評価をいただいています。

ひとくちメモ　ウインナーとフランクフルトのちがい

ウインナーは羊の腸や20㎜未満の人工ケーシングにお肉を詰めて加工したもの
フランクフルトは豚の腸や20～36㎜未満の人工ケーシングにお肉を詰めて加工したもの

10倍おいしい　ソーセージ　検索

食物アレルギーの取り組み

ニッポンハムグループは、「食べる喜び」をお届けするために
1996年より食物アレルギーの研究・開発を進めています。

▶ 食物アレルギー対応商品の開発

ニッポンハムグループは、食物アレルギーの取り組みを食品企業の使命ととらえ、1996年より、食物アレルギー対応商品の開発を始めました。現在では、東北日本ハム（株）が、特定原材料7品目※1を持ち込まない専用工場において、ハム・ベーコンやハンバーグ等の肉調理品のほか、小麦粉を使用しない米粉100%のパン等の「みんなの食卓®※2」シリーズを製造・販売しています。家族みんなで同じ食卓を楽しんでいただけるよう願っています。

商品パッケージに記載したイラストつきの表示例

みんなの食卓　検索

▶ 食物アレルゲン検査キットの開発

日本ハム（株）中央研究所は、2002年に食物アレルゲン検査キット「FASTKIT®エライザシリーズ」を発売し、消費者庁（当時は厚生省）の通知法に収載され、行政機関や国内外の食品企業様などでご活用いただいています。また、15分で検査可能な簡易検査キット「FASTKITスリム®シリーズ」も発売し、製造現場のライン管理で役立っています。

最新の食物アレルゲン検査キット「FASTKIT®エライザVer.Ⅲ」

食物アレルギーに関する財団の設立

TOPICS

2015年、日本ハム（株）は、食物アレルギーをお持ちの方とそのご家族を支援するための教育・啓発および研究者の方や研究機関への助成を目的に「一般財団法人 ニッポンハム食の未来財団」を設立しました。全ての方に安心して「食べる喜び」を感じていただきたいと願っています。

Nipponham Foundation　ニッポンハム食の未来財団

ニッポンハム　食の未来　検索

※1 食物アレルギー特定原材料7品目　「卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに」・その他、特定原材料に準ずるものとして「ごま」「カシューナッツ」を含む20品目があります。
※2「みんなの食卓®」　アレルギー物質特定原材料7品目を使用せずに食物アレルギー対応の専用工場で製造するハム・ソーセージ等の商品

▶ 食物アレルギー教室の実施

2008年より食物アレルギーの子を持つ親の会と日本ハム（株）が食物アレルギーをお持ちのご家族を対象とした食物アレルギー教室を開催しています。専門医の先生方などより日頃のお悩み解決に向けたアドバイスや食物アレルギーに対応した料理実習を行い、ご家庭でお役立ていただけるよう努めています。

親子で作ったアレルゲンフリーの料理

▶ 食物アレルギーに関する情報提供

日本では1歳児の10人に1人がいずれかの食物アレルギーを持っている※と言われるなか、食品メーカーの視点からアレルギー物質や症状・原因の解説、他企業様の製造する食物アレルギー対応商品、季節感ある食物アレルギー対応レシピの紹介等のお役立ていただける情報をウェブサイトを通して発信しています。

食物アレルギーねっと　検索

▶ 食物アレルギー対応ツアーの実施

2015年4月、食物アレルギーをお持ちのご家族に安心して参加いただける沖縄県へのツアーを他企業様等と共同で実施しました。日本ハム（株）は、旅行中の食事に使用される食材のアレルゲン検査やアレルゲン管理のノウハウを活かした環境整備を実施しました。ツアー期間中の食事は、食物アレルギーを気にすることなく食べる喜びを感じていただきました。

今回のツアーは約40名の皆様が参加

食物アレルギーに対応したビュッフェ

沖縄県の海で生き物とのふれあい

VOICE

食物アレルギー対応ツアーを通して

食物アレルギーの子を持つ親の会　代表　武内 澄子

食物アレルギーを持つ方にとって毎回の食事が外食となる旅行は困難を極めます。今回実施した沖縄のツアーには、「エピペン®」の携帯が必要な子どもたちと家族が参加し、青い海や沖縄の文化、アレルゲンフリーの豪華な食事などに笑顔が輝き続けた4日間となりました。また、事前にツアーの運営スタッフを対象にしたアレルギー学習会を実施するほか、日本ハム中央研究所によるホテルで使用される食材のアレルギー検査や厨房内洗浄指導の徹底、「みんなの食卓®」シリーズの協力のおかげで“食べる楽しみと喜び”を味わえました。そして保護者の方はこのツアーを通して多くの企業に支えられていることに気づき、元気と自信を取り戻しています。「ツアーは宝物」という参加者の声を胸に、私たちは社会環境整備に取り組む企業とアレルギーの子どもたちが生きる力を得るための努力を続けていきます。

※ 厚生労働科学研究班による調査に基づく。

食とスポーツの取り組み

食とスポーツで健康を育てよう。

ニッポンハムグループは、プロ野球「北海道日本ハムファイターズ」とプロサッカー「セレッソ大阪」の運営・支援を通して、スポーツ文化の振興・普及を推進し、健やかな生活を応援します。

次世代に向けた栄養サポートの実施

プロスポーツ選手への栄養指導を行う日本ハム（株）の管理栄養士は、その知見や経験をもとに、全国各地で行う野球・サッカーの教室や、セミナー、講演会などを通して、子どもたちとその保護者に食事の大切さなどをお伝えしています。

特に、疲労回復を早める食事の摂り方、シーン別（試合前後）の正しい食べ方などをプロスポーツ選手の食事改善事例を交えて分かりやすく紹介。日常の食生活に役立てていただけるよう努めています。

スポーツを通して心と身体の元気を応援

健全なくらしに欠かせないスポーツの大切さや楽しさを感じる機会を創出しています。

ユニセフカップ マラソン大会

参加者（3大会計）約25,000名

兵庫県の3市（西宮、神戸、芦屋）で行われる大会に特別協賛企業として参加し、市民の方々にスポーツの場を提供しています。さらに、会場では、従業員がフードショップを運営し、その売上の一部等を公益財団法人日本ユニセフ協会に寄附し、社会に役立てていただいています。

ニッポンハムカップ 関西少年サッカー大会

参加者 約480名

近畿地区2府4県※1の約1,030チームが参加する予選を勝ち抜いた24チーム、約480名による決勝トーナメントに協賛しています。今回は大阪府代表が優勝をおさめました。

日本ハム旗 関東学童 軟式野球秋季大会

予選参加チーム 約6,000チーム

小学5年生以下を対象とした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。関東地区1都7県※2の予選を勝ち抜いた代表8チームが鎌ヶ谷スタジアムでトーナメントを行い、栃木県代表が栄冠を手にしました。

ニッポンハムグループカップ 東海ユースサッカー大会

参加者 約320名

東海地区4県※3の16チーム、約320名が参加する8人制サッカー大会の決勝トーナメントに協賛しています。今回は12歳以下の少年の部では三重県、11歳以下は愛知県の代表チームが頂点に立ちました。

※1 近畿地区2府4県　大阪府、兵庫県、京都府、奈良県、滋賀県、和歌山県
※2 関東地区1都7県　東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、群馬県、栃木県、山梨県
※3 東海地区4県　愛知県、岐阜県、三重県、静岡県

日本ハム　食とスポーツ　検索

ステークホルダーダイアログ 「スポーツと栄養サポート」

写真左から
日本ハム（株）栄養管理士 中村 奈央、
セレッソ大阪 スポーツクラブ所属
高嶋 由哉、丸岡 悟、斧澤 隼輝（敬称略）

セレッソ大阪アカデミー選手×日本ハム（株）管理栄養士

セレッソ大阪アカデミーに入ったきっかけは、選手それぞれ違うものの夢は同じ“プロサッカー選手”。学校の休日には、午前・午後で1日5時間の練習プログラムをこなすなど、常に高い競争意識を持ってトレーニングに励んでいます。今回は栄養サポートを行う日本ハム（株）の管理栄養士が選手3名から日頃の食事についての意見を聞きました。

365名
2014年度に日本ハムが栄養サポートした
アカデミーの選手（対象：U-18～エリート）

Q 練習・仕事で思っていることは？

選手　手入れされたグラウンドや設備をはじめ、恵まれた環境でサッカーができること、食事やメンタル面でも周囲の皆さんのご理解や協力をいただいていることにいつも感謝しています。皆さんの期待に応えられるように、ケガや病気をしないよう体調管理を大切にしています。

中村　管理栄養士として選手の皆さんをサポートする中で各自が食事の重要性を感じ、自己管理できるよう努めています。選手の皆さんが食事の管理や自己管理の大切さを自覚し、肉体的にも精神的にも強い身体をつくり、世界で通用する選手になってくれるよう栄養指導をしています。

Q 食事で気をつけていることは？

選手　選手寮で生活しているので毎日3回、決まった時間に食事を摂れています。嫌いな食べ物はありますが、自分で意識して克服しています。そして何より秀島寮長が作ってくれるメニューはどれもおいしいです。そのおかげで、いつも万全な体調で練習に集中することができます。

中村　高校生の選手だと1日に必要なエネルギー量は、3,000～3,200kcal。1日3回の食事だけでは、このエネルギーを確保することが難しい場合、補食といって練習前・後におにぎりやサンドイッチなどを食べるように指導しています。“身体を動かしたら、正しく食べる”この両立が身体づくりだけでなく、大きなケガをなくすことにもつながります。最後に、食事がスポーツにおける成功につながることを選手に実感してもらい今後も皆様に応援していただけるよう努めていきます！

2015年3月 セレッソ大阪スポーツクラブ舞洲グラウンドにて取材

ひとくちメモ
30～40代の男性に必要な1日当たりのカロリー摂取量はおよそ2,300kcalといわれています。
出典：日本人の食事摂取基準2015年度版（厚生労働省）

環境

環境への取り組み

ニッポンハムグループは、事業活動から発生する環境負荷を把握し、環境負荷の低減を目指しています。

インターファーム(株)知床農場

ニッポンハムグループ環境方針

ニッポンハムグループは、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。

全ての食は生命(いのち)の恵みから生まれる

ニッポンハムグループは、生産・飼育から、処理・加工、製造、販売にいたるまで一貫体制による事業活動を行っています。そこで生まれた生命の恵みは最後まで余すことなく大切に活用しています。

また、ニッポンハムグループ内の養豚農場で作られた肥料を使用して、地域の皆様の協力のもと、とうもろこし等を栽培し、養豚用の飼料を作る「循環型養豚」への挑戦を北海道で始めています。

TOPICS

飼育施設から生まれる青果物

かぼちゃの生産地(北海道)と株主様ご優待品の野菜セット

ニッポンハムグループの生産・飼育施設から排出する豚の排せつ物を堆肥化し畑に活用しています。そこで育てた野菜※は、加工業者を通して販売されるほか、日本ハム(株)の株主様ご優待品の選択アイテムとしてご好評をいただいています。

※ 北海道知床(網走地区)の豊かな大自然の中で農業生産法人(有)純粋黒豚種豚農場による栽培生産

日本ハム　生命の恵み　検索

「新中期経営計画パート4」結果のご報告

(対象期間:2012年4月1日～2015年3月31日)

ニッポンハムグループは、新中期経営計画において環境目標を3カ年ごとに策定し、その目標達成に向けて継続的に取り組んでいます。

テーマ	目標値	結果	判定
CO_2発生量の削減(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)	15.7%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)	7.3%増加	×
廃棄物リサイクル率の向上	99%以上	94.9%	×
食品リサイクル率の向上	93%以上(ファームを除く)	93.9%	◎
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	82.4%	×
車両燃費の改善	2010年度比　3%向上	7.3%向上	◎

◎目標達成　×未達成

工場における燃料転換や製造効率向上によりCO_2発生量の削減については成果が見られました。廃棄物発生量については製造数量の増加に伴い総量が増えたものの原単位は4.4%の改善となりました。今後は、2015年4月からスタートする「新中期経営計画パート5(関連P.28)」における環境目標の達成に向けて取り組みを強化していきます。

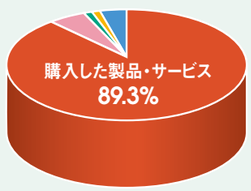
TOPICS

「スコープ3※」把握の取り組み

ニッポンハムグループは、事業活動のサプライチェーン全体における2013年度の温室効果ガス排出量「スコープ3」を試行算定しました。その内訳は、「購入した製品・サービス」のカテゴリーが約90%という結果となりました。

【集計対象範囲:2013年度実績より算出】

【サプライチェーン全体におけるCO_2排出量】



購入した製品・サービス	89.3%
輸送、配送(上流)	5.0%
資本財	1.2%
販売した製品の廃棄	0.9%
その他カテゴリー	3.6%

日本ハム　環境データ　検索

※「スコープ3」　自社排出量以外の原材料や商品の調達、配送、商品使用、廃棄過程より排出する温室効果ガスの量を指します。

事業活動におけるマテリアルフロー（2014年度）

INPUT（投入量）、OUTPUT（出荷・排出量）の数値は、ニッポンハムグループ（国内）における2014年度の実績（速報値）です。

ニッポンハムグループ国内全事業所の事業活動における資源やエネルギーの投入量と商品の出荷量、CO_2や廃棄物の排出量の状況を把握しています。

INPUT（投入量）

とうもろこし、麦などの飼料
651千t

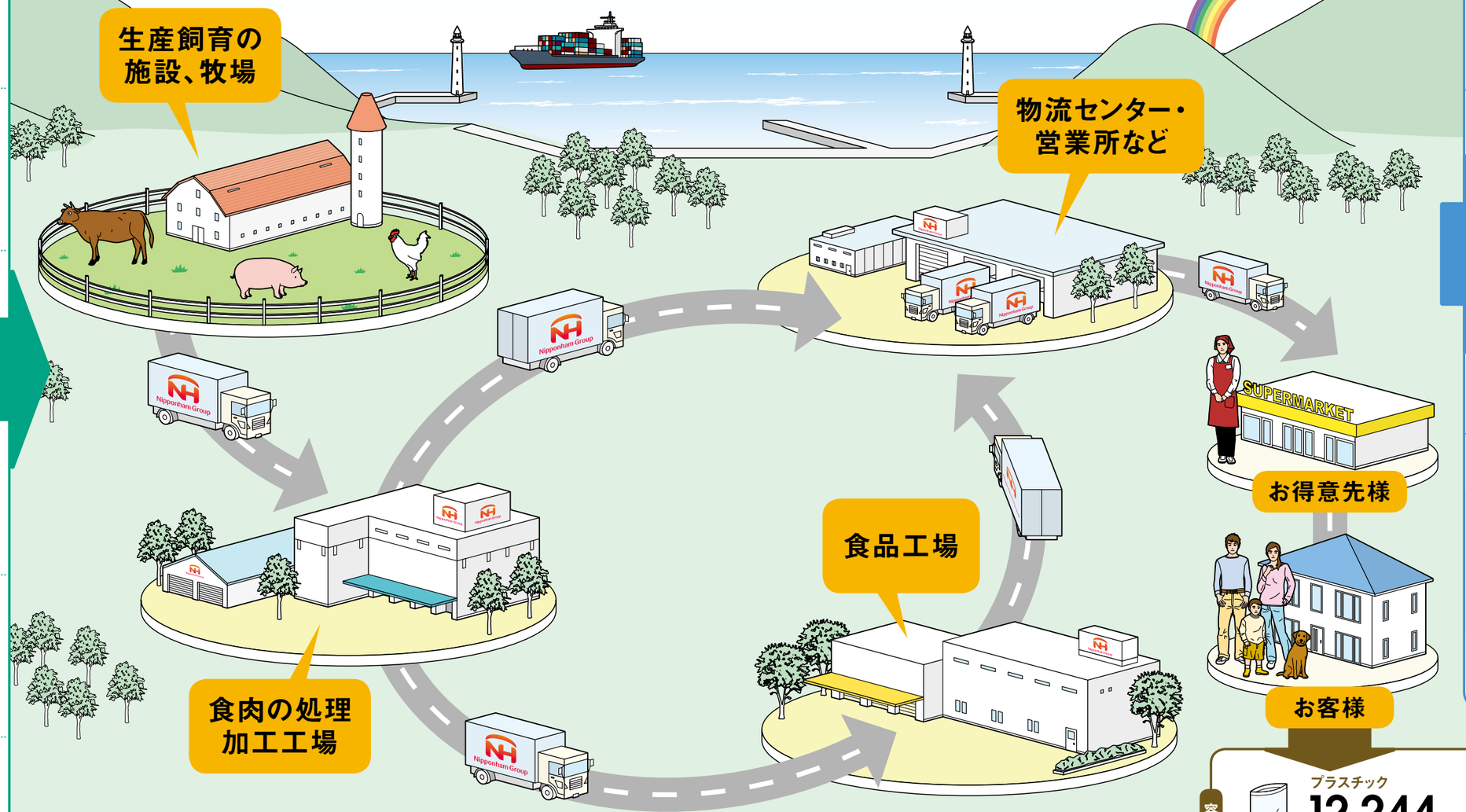
製品の原材料
255千t

燃料（原油換算）
74千kℓ

電力
569百万kWh

水
14百万m³

車両の燃料
13千kℓ



OUTPUT（出荷・排出量）

温室効果ガス
588千t（CO_2換算）

排水
13百万m³

廃棄物
発生量 396千t
リサイクル率 94.9%

商品
762千t

容器包装
プラスチック 12,244t
びん 1,470t
紙 867t
PETボトル 0t

ひとくちメモ

皆様に「おいしい！」を届ける一貫システム「バーティカル・インテグレーション・システム」

ニッポンハムグループでは、皆様にいつでも安心してお召し上がりいただけるよう、国産牛肉・豚肉・鶏肉、輸入牛肉の生産飼育から加工、物流、販売までの全てをニッポンハムグループ内で一貫して行っています。

日本ハム　再商品化　検索

商品・サービスの環境配慮

ニッポンハムグループは、限りある資源を効率的に利用することで、環境負荷の低減と持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいます。

▶容器包装における環境配慮

商品の容器包装には、お客様に安全・安心な品質でお届けする役割があります。また、商品の消費後に廃棄物となる容器包装の軽量化・薄肉化等を図ることで資源使用量の削減につなげています。ニッポンハムグループでは、容器包装メーカーとの協働でフイルムの薄肉化や植物由来の原料を使用するバイオマスフイルムなどの採用も進めています。

ECOアクション1

包装フイルムの薄肉化

「もう切ってますよ！焼豚※1」は、容器包装メーカーとの協働により底材のフイルムの薄肉化を実施し、従来品比で約20%の軽量化を実現しました。

ECOアクション2

容器包装の軽量化

「中華名菜®※2」の安全を守る容器包装であるトレイやピロー包装フイルムは薄肉化を継続して進め、約22%※3の軽量化を実現。なおトレイには再生ペット材を採用しています。

「中華名菜®」 酢豚

▶「カーボンフットプリント」の取り組み

商品の原材料調達から商品の容器包装が廃棄・リサイクルされるまでの工程におけるCO_2排出量を計算する「カーボンフットプリント」。日本ハム（株）では、「森の薫り®」ハム・ソーセージなどの商品でCO_2排出量を把握し各工程で環境負荷の低減を進めています。

例「森の薫り®あらびきウインナー（80g）」のCO_2の排出量

プロセス名	原材料をつくる	商品をつくる	商品をはこぶ	商品をつかう	包装材をすてる	商品の一生から出るCO_2量合計
CO_2排出量割合	210g（56.7%）	66g（17.8%）	19g（5.1%）	58g（15.6%）	14g（3.7%）	370g*
	原材料調達	生産	流通	使用・維持管理	廃棄・リサイクル	

＊CO_2の数値は四捨五入して表示しているため、合計値と一致しない場合があります。
＊カーボンフットプリントの値および商品パッケージは2015年3月現在のものです。

※1「もう切ってますよ！焼豚」 スライス加工済みの焼豚
※2「中華名菜®」 野菜などを加えて炒めるだけで中華メニューが楽しめるチルドタイプの中華惣菜
※3 2014年度と2007年度の容器包装全体の使用量を比較した場合の削減率

ステークホルダーダイアログ 「商品購入時に考えるエコ」

「NPO法人 ごみじゃぱん※」の学生 × 日本ハム（株）

日本ハム（株）は、「NPO法人 ごみじゃぱん（以下：ごみじゃぱん）」が主催する「減装（へらそう）研究会」に2008年から参加しています。

今回は、容器包装メーカーと協働で試作した商品形態や環境配慮商品の方向性について意見交換しました。

私たちごみじゃぱんは、容器包装の少ない商品をお客様が進んで選択・購入する買い物行動の普及・定着を進めています。そして日本ハムとは昨年から容器包装の削減を検討してきました。最終的に家庭ごみの削減につなげることを目指しています。

今回は、商品の試作段階から、ごみじゃぱん様よりご意見をおうかがいし、容器包装メーカー様の協力も受けながら、実際に商品化できました。その一例が「もう切ってますよ！焼豚」です。→左ページECOアクション①参照

この焼豚は、従来品と見た目を変えることなく、容器包装を削減できました。そのため、お客様に環境配慮したことを伝える手段や情報量が重要になってきます。商品購入の時点で食べた後の包装ごみのことを考えていただくことで、環境に配慮した行動をさらに広めていきたいと思います。

確かにひとつの商品のフイルム削減量はわずかでも数量がまとまれば大きな成果につながります。これにはお得意先様、お客様のご理解も必要ですし、「エコ」が商品購入時の選択基準となってくれることを切に願っています。

TOPICS

環境イベントの協働

リーフウォーク稲沢（愛知県）において実施した環境イベント（2015年3月）

日本ハム（株）は、「NPO法人 ごみじゃぱん」やお得意先様・お取引先様とともに環境イベントに出展しています。その中でお客様からいただく商品やご意見の分析・検証を行い、商品・サービスの改善に役立てています。

※「NPO法人 ごみじゃぱん」 産学連携で無理なくごみを減らす社会づくりに向けて神戸大学の教授と学生によって設立されたNPO法人（代表：神戸大学大学院・石川雅紀教授）

自然環境保全の取り組み

ニッポンハムグループは、生物多様性が豊かな自然からの恩恵に感謝し、
持続可能な自然環境の保全に努めています。

▶「ニッポンハムグループ　サンゴ礁再生プログラム」の実施

沖縄県の「さんご畑※2」にて

サンゴ礁には、海の生物の４分の１が暮らしているといわれ、生態系の維持に欠かせない存在です。ニッポンハムグループは、世界でも有数のサンゴが生息する沖縄県のサンゴを次世代に残すことを目指した活動に参加しています。今年で4回目を迎えたこの活動は、地域の皆様とともに沖縄県内で従事するニッポンハムグループ従業員※1とその家族、沖縄キャンプ中の北海道日本ハムファイターズの選手が参加し、自然の生態系やサンゴの重要性を再認識する機会ととらえています。

サンゴとサンゴ礁のはたらき

海をきれいにする

防波堤の役割をする

魚のすみかになる

1 サンゴの学習会

サンゴの生態や海の役割を学びました

2 サンゴの苗づくり

サンゴに直接ふれて苗床をつくりました

3 メッセージカードの記入

サンゴが成長してくれることを願いました

VOICE

きれいな沖縄の海を次世代に

沖縄県サンゴ礁保全推進協議会会長　中野 義勝

今回のサンゴを再生する活動は、沖縄県内に在住する私たちにとっても重要な機会と認識しています。子どもたちがサンゴに直接ふれることができる苗づくりや金城 浩二氏のサンゴの学習会を通してサンゴを大切にしようとする気持ちが芽生えると確信しています。私たちは今の自然の美しさを次世代につなぐため自らが進んで活動するとともに今回のようなサンゴの再生活動を後押ししてくれる人が増えることを切に願っています。

ひとくちメモ　サンゴとサンゴ礁のちがい

「サンゴ」は生き物（動物）。「サンゴ礁」はサンゴが石灰質の骨格を積み重ねて海面近くに作る地形を指します。

※1 従業員　日本ハム西販売（株）、西日本フード（株）、マリンフーズ（株）
※2「さんご畑」　沖縄県読谷村で（有）海の種（代表：金城 浩二氏）が運営するサンゴの養殖施設

▶「ニッポンハムグループ　みんなの森林（もり）」活動

「みんなの森林（もり）　大成山」の参加者

「みんなの森林（もり）　瀬戸定光寺」の参加者

森林は、水を蓄え浄化する、洪水や土砂崩れを防ぐ、CO_2の吸収により地球温暖化を防止する、生物多様性を保全するといった働きを持っています。ニッポンハムグループは、事業活動において使用する森林資源の保全に向けて、2002年より「みんなの森林（もり）」活動を実施しています。「みんなの森林（もり）」は、林野庁「法人の森林」制度を活用して、全国3カ所の国有林※と契約し、その地域の従業員と家族が中心となって活動しています。

「みんなの森林（もり）」の環境貢献度

（林野庁「法人の森林」環境貢献度評価集計表より算出）

吸収・固定したCO_2量	貯水・浄化した水の量	流出を防いだ土砂の量
ヒトが1年間に排出するCO_2 103人分	2ℓボトルで 3,801千本分	10tトラック 38台分

「みんなの森林（もり） 大成山」の活動例

1 植樹の管理

植樹した木の手入れや動物よけネットの取り付け

2 巣箱の設置・観察

巣箱は定期的に取り付け、使用状況を観察

3 その他の活動

遊歩道の整備や下刈り、ネイチャークラフトを実施

ひとくちメモ　その他の森林保全活動

ニッポンハムグループは「森の薫り®」シリーズなど商品の売上の一部を、緑を守り育てる「緑の募金」に寄附しています。2014年度は、お得意先様、お客様にご賛同いただき全国8地区の森林保全等に活用されました。

みんなの森林（もり）
※ 全国3カ所の国有林

大成山（兵庫県たつの市）	2002年～
筑波山（茨城県桜川市）	2003年～
瀬戸定光寺（愛知県瀬戸市）	2005年～

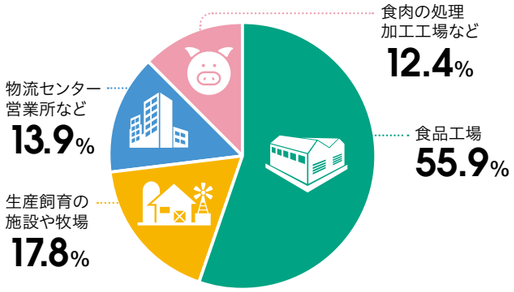
地球温暖化防止に向けて

ニッポンハムグループは、全ての事業活動を通して、低炭素社会の実現を目指しています。

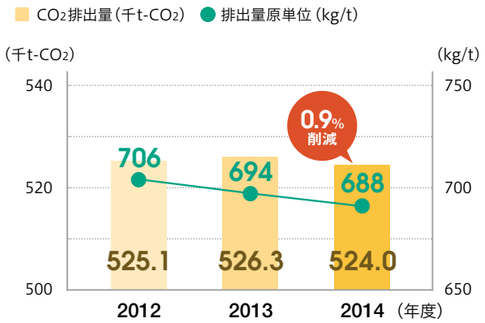
＊当ページの環境データ、グラフはニッポンハムグループ国内全事業所における2014年度のものです。

▶ CO_2削減の取り組み

CO_2排出量の割合



CO_2排出量・原単位の推移



ECOアクション

ヒートポンプチラー※導入で省エネ実現

日本ハム食品（株）関西プラント　力谷 洋一

関西プラントでは、冷水を工場内の空調（冷房）に使用し、ボイラーで作り出した温水を洗浄水として使用しています。
このたび、冷水を作る際に出る排熱を利用して温水を作り出すヒートポンプチラーを導入し、エネルギーの高効率利用を実現しました。冷水は、夏季には冷房、冬季には機器の冷却に使用しています。また、温水は、年間を通して洗浄水として使用しています。これらの結果、温水ボイラーの負荷低減にもつながり、燃料で52,000㎥、CO_2で108tの削減を達成しました。

▶ 再生可能エネルギーの導入

日本物流センター（株）東京事業所と関西事業所の倉庫棟屋上に太陽光発電システムを設置し環境配慮に取り組んでいます。2事業所合計で約6,200枚の太陽光パネルから年間で199.8万kWh発電され、これは一般家庭で換算すると約603世帯分の年間使用電力量に相当します。なお、これに伴うCO_2排出量の削減効果は1,038t- CO_2／年となりました。

日本物流センター（株）
東京事業所

日本物流センター（株）
関西事業所

※ ヒートポンプチラー　冷水の製造に伴い発生する排熱を熱源として利用することにより、冷水・温水を同時に製造する設備

日本物流センター　環境　検索

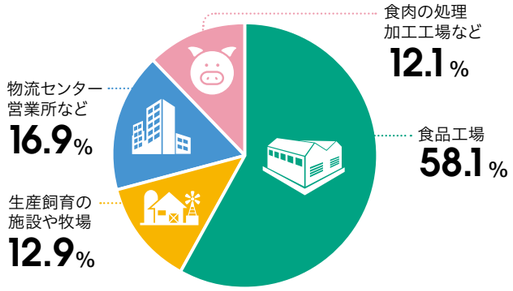
省エネルギーの取り組み

ニッポンハムグループは、限りある資源を有効に活用し、環境負荷の低減に努めています。

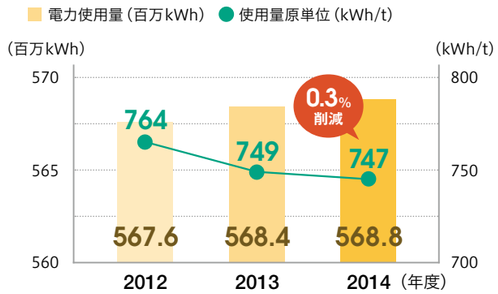
＊当ページの環境データ、グラフはニッポンハムグループ国内全事業所における2014年度のものです。

▶ 電力の有効利用

電力使用量の割合



電力使用量・原単位の推移



ECOアクション

冷凍機の更新による電力使用量の削減

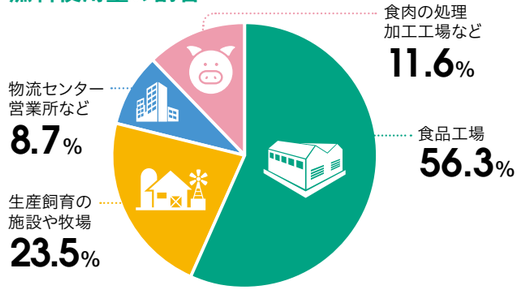
（株）宝幸 大刀洗工場

冷凍機

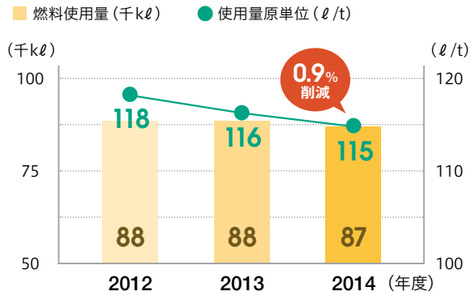
2014年6月より、工場で使用する冷凍機をオゾン破壊係数ゼロの地球環境にやさしい冷媒（HFC404A）に入れ替えました。これにより、冷凍機の稼働効率が向上し、電力使用量は月平均で約82,000kWhの削減になりました。また冷凍機の更新に併せて新たに温水を作る熱交換器を組み込んだことにより、重油使用量の削減もできました。

▶ 燃料の有効利用

燃料使用量の割合



燃料使用量・原単位の推移（原油換算）



ECOアクション

エコドライブ講習会の実施

西日本フード（株）

2014年9月、九州と中四国のエリア毎において、自動車メーカー様ご協力のもと、「エコドライブ講習会」を実施しました。映像を活用した座学講習や乗車する実技講習ではアクセルやブレーキの活用次第で燃費の改善につながることを再認識しました。今後もセールスマン全員が順次受講し安全運転と環境保全をより一層強化していきます。

日本ハム　エコドライブ　検索

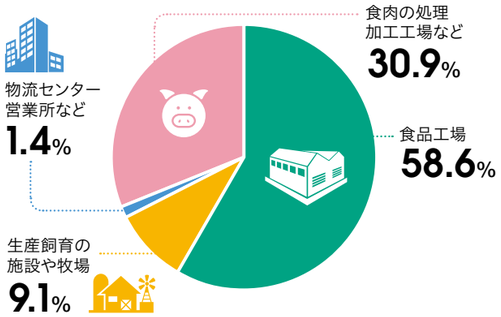
水資源の保全に向けて

ニッポンハムグループは、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。

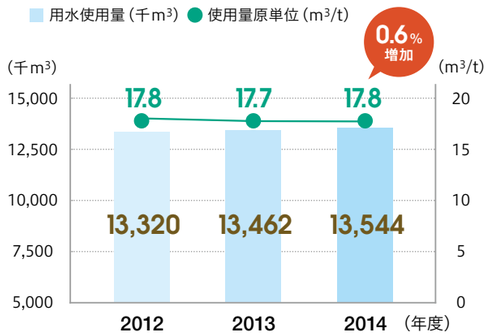
＊当ページの環境データ、グラフはニッポンハムグループ国内全事業所における2014年度のものです。

▶ 水資源の有効利用

用水使用量の割合



用水使用量・原単位の推移



ECOアクション

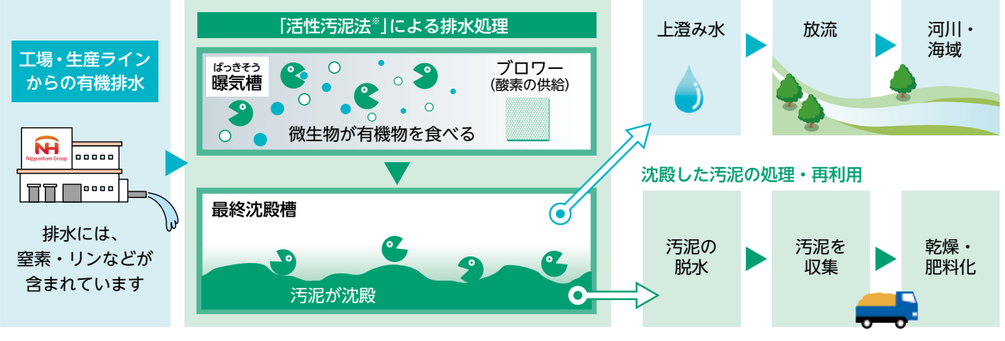
水資源のリユース

日本ハム食品（株）
関東プラント

当工場では、加熱・殺菌工程で温水を使用します。その温水をろ過機・貯水槽を通して浄化することで、製造機械の洗浄用温水として再利用できるよう改善しました。これにより、ろ過機等の設置前と比較し、用水は月平均4,700t、都市ガスは月平均23,180㎥の削減となりました。

▶ 工場排水の浄化

食品工場の排水は、工場内の施設で、排水基準に適合するよう、浄化した後、河川に放流しています（下図参照）。



※「活性汚泥法」　排水に活性汚泥を投入し、微生物に水の汚れ成分である有機物を食べさせることにより浄化させる方法。
排水中の有機物（汚れ）を食べた微生物が凝集して活性汚泥となり、この活性汚泥を沈殿させることで、きれいな上澄み水のみを川や海に流します。

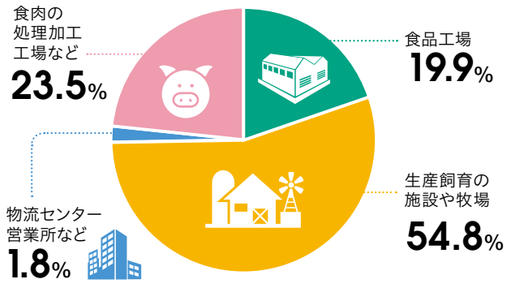
循環型社会の実現に向けて

ニッポンハムグループは、廃棄物の発生抑制や再資源化等の「3R（スリーアール）※」活動を推進しています。

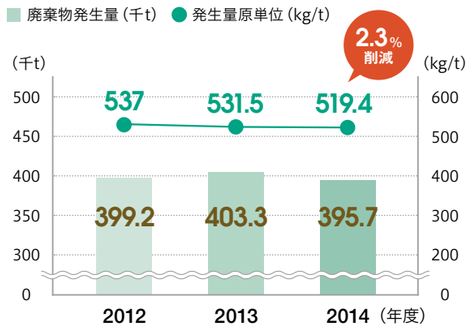
＊当ページの環境データ、グラフはニッポンハムグループ国内全事業所における2014年度のものです。

▶ 廃棄物削減の取り組み

廃棄物発生量の割合



廃棄物発生量・原単位の推移



ECOアクション

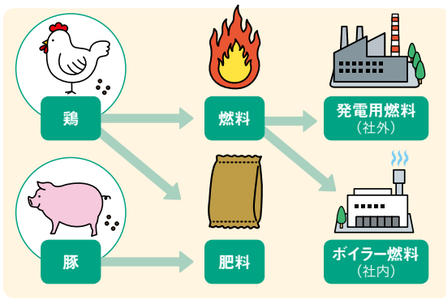
廃棄物のリサイクル

ニッポンハムグループで発生する廃棄物のうち、動物の排せつ物や動物性残さは外部へ委託し肥料・たい肥に再資源化されています。また廃油は、焼却炉の助燃材として利用するほか、燃料としての利用も進めています。なお2014年度の廃棄物の発生量は、製造工程の改善等に伴い不良率は低減したものの中期経営計画パート4の目標には未達となりました。2015年度以降は、食肉の処理加工工場、食品工場を中心に廃棄物のさらなるリデュース、リサイクルを推進していきます。

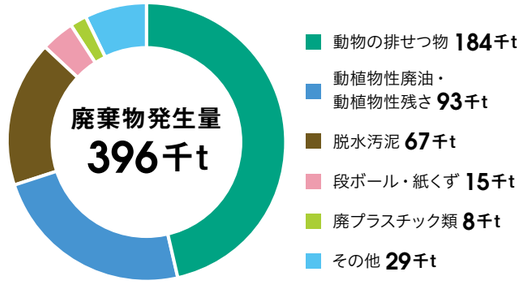
▶ バイオマスのリサイクル

ニッポンハムグループの生産・飼育施設から発生する鶏・豚の排せつ物は、燃料や肥料等に再利用されています（下図参照）。

動物の排せつ物リサイクルのながれ



廃棄物発生量の種類別内訳

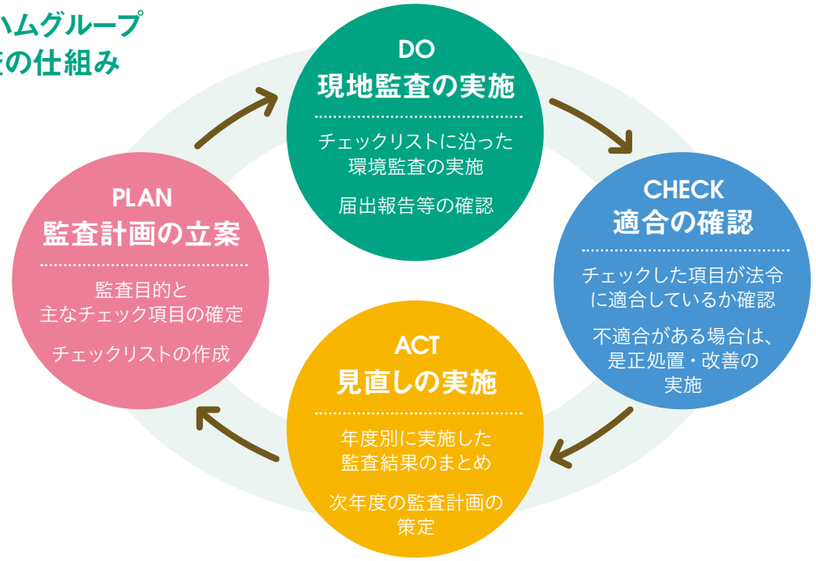


※「3R」　リデュース（Reduce：発生抑制）、リユース（Reuse：再使用）、リサイクル（Recycle：再利用）の3つの頭文字「R」から取っています。

環境監査の実施

2014年度は、「ISO14001※」の認証取得事業所のほか、生産飼育・製造拠点を中心に150事業所で環境監査を実施しました。現地では、事前調査の資料をもとに遵法状況や環境リスク、環境パフォーマンスの進捗状況などを確認しています。また、営業拠点および物流拠点においても環境法令等の実施状況を確認し、全拠点のカバーに努めています。

ニッポンハムグループ 環境監査の仕組み



▶ 環境法令の遵守状況について

2014年度、環境へ重大な影響を与える事故は発生しませんでした。しかしながら、一部の事業所において、下記の事象が発生しました。いずれの事象とも、発生直後の対応とともに、継続的な対策を取ることにより、以後、同様の事象は発生していません。

事業所名	概要	対応
(株)ジャバス 青森プラント	2014年10月11日の早朝、貯留槽からあふれた汚泥の工場敷地外流出を従業員が発見しました。流出は、前日(10月10日)の作業終了時、余剰汚泥を移送するバルブの閉鎖作業を失念したために発生しました。	発見当日、流出した汚泥の回収を外部の産業廃棄物処理会社に委託し、回収および清掃作業を実施しました。あわせて、行政機関へ事故発生を報告しました。再発防止策として、貯留槽への満水警報通信機設置・バルブの自動制御装置導入等を実施し、同様の事故が発生しない施設としました。
ニイブロ(株) 食品工場	2014年10月1日、工場の排水が排水処理施設手前の側溝からオーバーフローし、調整池に流出しました。流出は、側溝が詰まり流量が確保できない状態となっていたため、発生したものです。なお、排水流出発生の約10分後に側溝の詰まりを取り除き、流出を解消しました。	流出発生後、調整池にて脂分等を確認したため、調整池から河川への放流口にネットを張り流出を防止するとともに、網にて脂分等を回収しました。加えて、調整池の水を全量回収し、清掃作業を実施しました。以後、側溝を定期的に清掃し、オーバーフローを予防しています。

※「ISO14001」 国際標準化機構(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。

「新中期経営計画パート5」の環境目標

(対象期間:2015年4月1日～2018年3月31日)

2014年度までの3カ年の結果を踏まえて、3カ年平均の環境目標を設定しました。CO_2発生量の削減や廃棄物発生量の削減、リサイクル率の向上など、継続的な取り組みが必要なテーマを前回に引き続き取り上げています。目標達成に向けた改善活動を積極的に進めていきます。

取組項目		目標値(2015～2017年度平均値)	基準値(2005～2010年度平均値)
地球温暖化の防止	CO_2排出量原単位	18.5%削減 (665.2kg－CO_2／t)	816.2kg－CO_2／t
省資源の取り組み	熱量原単位	16.0%削減 (11.4GJ／t)	13.6GJ／t
	用水使用量原単位	4.0%削減 (17.2㎥／t)	17.9㎥／t
	廃棄物発生量原単位	6.0%削減 (231.1kg／t)＊ファームを除く	245.8kg／t
再資源化の推進	廃棄物リサイクル率	98.0%以上	95.8%

環境活動の見える化

環境データを月次把握

ニッポンハムグループは、「ECOハート®※」を活用して国内532事業所のエネルギー、水などの資源使用量や廃棄物、大気への排出量のデータを毎月集約・把握しています。また、一部海外事業所の環境情報の集約を始めています。

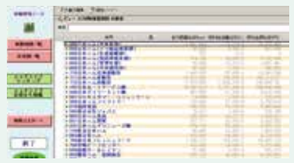
532事業所
(2015年4月1日現在)

「ECOハート®システム」画面

車両データを月次把握

ニッポンハムグループ国内の全車両約4,000台の走行距離、燃料使用量のデータは、「ECOドライブシステム」を活用して毎月集約しています。燃費改善度などの効果測定を図るとともに安全なエコドライブを推進しています。

約4,000台
(2015年4月1日現在)



「ECOドライブシステム」画面

第三者による検証

ニッポンハムグループ国内全事業所の温室効果ガス排出量および算定方法は、正確性の確認と信頼性を確保するため、SGSジャパン株式会社による第三者検証を受けています。その上でウェブサイト等を通して情報公開しています。

※「ECOハート®」 エネルギー使用量や廃棄物排出量などの環境情報を集約し共有するニッポンハムグループ独自のシステム

社会

社会との取り組み

ニッポンハムグループは、地域社会の皆様と調和を図りながら、持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいます。

日本フードパッカー（株）青森工場

地域社会活動

キャリア教育の実施

全国発

ニッポンハムグループでは、全国の事業所のある地域の小中学生、高校・大学など次世代を対象とした職場訪問の受け入れや出前授業を行っています。

2014年度は、全32回、約900名の方にご参加いただきました。今後も次世代の皆様の勤労観や職業観の育成にお役立ていただけるよう努めています。

職場訪問の受け入れの一例（東京都品川区）

「キッザニア」への出展

近畿発

ニッポンハムグループは、仕事を体験できる職業・社会体験型施設「キッザニア甲子園」に協賛し、「手作りソーセージ工房」を出展しています。当パビリオンでは、ソーセージを作る楽しさを感じていただくとともに生命（いのち）の恵みをいただくことへの感謝の気持ち、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。

キッザニア　ソーセージ工房　検索

次世代の教育サポート

九州発

南日本ハム（株）では、事業所のある宮崎県日向市の小中学校と連携して独自のプログラムを作成。食や環境に関する教育支援を行っています。家畜の生命を自分の生命に変えていることなど食べ物に対する感謝の気持ちを醸成しています。

専門技術の紹介

四国発

高松ハム（株）では、「食肉加工マイスター※」の資格を持つ従業員が講師となり、事業所近隣の高校生約30名を受け入れた食肉加工の実習を行いました。

実習は2日間にわたって行われ、ベーコンを作るための塩漬や加熱などの専門技術をお伝えしました。

※「食肉加工マイスター」　ソーセージの本場ドイツ政府が認定する食肉加工技術

地域の皆様との交流

北海道発

（株）北海道日本ハムファイターズは、2013年より「北海道179市町村応援大使」と名付けた活動を継続して行っています。ファイターズの選手が2人1組となり北海道内の全市町村の皆様と食・観光などを通した町づくり・町おこしに向けて協働しています。日頃応援していただいている皆様への恩返しと地域との共生・共栄を目指しています。

食育体験教室の実施

東北発

2014年8月、福島県いわき市において、ニッポンハムグループ6社※が、近隣の小中学生約50名を対象にした食育活動を行いました。この活動は、いわき市教育委員会と地域団体の企画によるもので、グループ5社は、テーマ別の教室を開催。さまざまな商品を題材に食育講座や調理実演などを通して、皆様に食べることの大切さ等をお伝えしました。

ウインナーの手作りを実演

鶏の解体と部位の説明

食育の講座

※6社　日本ハム東販売（株）、東日本フード（株）、（株）宝幸、マリンフーズ（株）、日本ルナ（株）、日本ハム（株）

ソーセージ手作り体験工房

関東発

今から約3,500年前に生まれたと言われる「ソーセージ」。ニッポンハムグループでは、その長い歴史を持つ「ソーセージ」の手作り体験ができる「下館工房（茨城県筑西市）」を開設しています。工房では「食肉加工マイスター」の資格を持つ従業員が地元の健康で新鮮な豚を処理・加工し、その肉を使って、ソーセージの作り方を指導しています。作る楽しみ、食べる楽しみ、生命（いのち）の恵みなどの体験を通して五感に訴求できる内容を目指しています。なお同様の手作り体験は「長崎浪漫工房（長崎県川棚町）」においても実施しています。

＊体験には事前の申し込み（有料）が必要となります。くわしくはこちら→　手作り体験工房　検索

お客様とともに

お客様の満足度向上を目指して、お客様からいただいたご意見・ご質問をもとに、商品・サービスの改善につなげています。

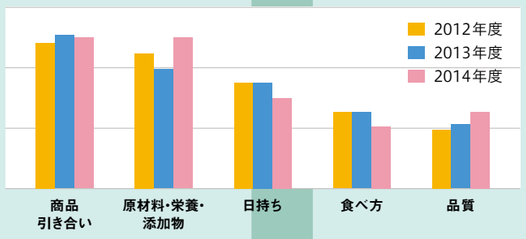
Communication Cycle
聴く・知る・活かすの活動

お客様の声を聴く

お客様サービス室にお寄せいただくお客様からの電話やメール、「日本ハム奥様重役会」会員の皆様からのご意見を聴くことで日々改善に努めています。

お客様の不安や不満を、喜びと満足に変えることができるよう、迅速かつ誠実にお客様応対を行っています。
お客様の声をしっかり聴き、背景にある真意、お客様の気持ちと要望を感じ取り、その内容をデータベース化し、分析・発信しています。
お客様の声はニッポンハムグループで共有し、商品・サービスの開発・改善や提案営業に活用しています。

ニッポンハムグループへの問合せ件数推移（上位5分類）



消費者モニター制度「奥様重役会」

1969年から始まった「奥様重役会」は、東京・大阪近郊にお住まいの主婦の中から選ばれた皆様より、ご意見をうかがう定期的な会議です。商品検討を中心に、奥様重役と当社役員を含む商品開発、研究を担当する従業員等が参加して行われます。
また、奥様重役会の卒業生による「日本ハムファミリー会」は、1969年に発足し、現在では800名を超える会員が食に関する勉強会や社会貢献活動を自主的に開催しています。

奥様重役会による商品検討会

日本ハムファミリー会員と
その家族の皆様

お客様をより深く知る

お客様の声の検証やお客様の音声を聴くなど、お客様視点を持つことの大切さを知る活動を行っています。

お客様の声検討ミーティング

毎週、商品開発、営業、品質保証、お客様サービスを担当する従業員が集まり、お客様の声からの要望・質問・改善提案などについて検討しています。

お客様の声を聴く活動

製造工場をはじめ、本社・支社およびニッポンハムグループ各社において、お客様のご意見を共有し事業活動に活かしています。

電話応対商品調理チェック

電話応対する従業員は、実際に商品の調理チェックを行い、お客様の問い合わせに的確な応対を心掛けています。

商品・サービスに活かす

お客様応対の品質向上に向けて、電話応対技能検定取得の推進、電話応対や訪問対応の研修を行っています。

お客様満足のための従業員のスキルアップ

お客様に満足していただけるように、電話応対研修、訪問対応研修を実施しています。電話応対については内容を検証し、今後の応対に活かしていきます。

「電話応対技能検定※」の取り組み

2014年9月、日本ハム（株）は、電話応対技能検定の実施機関として認定を受けました。そして2014年12月より、電話応対技能検定の指導者級の資格を持つ日本ハム（株）従業員が講師となり、ニッポンハムグループ各社で電話応対技能検定の勉強会と検定試験を実施しています。2015年3月までに約100名の従業員が参加し、“電話応対は会社の顔”という認識のもと、話し方・伝え方のスキルとマナーの向上を推進しています。

電話応対技能検定
実施機関認定証

お客様の声を反映した冊子の発行

お客様に商品を正しく、おいしく召し上がっていただけるよう、食品の調理や保存方法等に関するQ&Aをイラストを交えて紹介しています。この冊子はウェブサイトからもご覧いただけます。

なるほど 日本ハム　検索

TOPICS

お客様のご意見を活かした商品の開発

フライパンを使わずレンジで調理できる「袋のままレンジでふわたま®オムレツ」は、発売以来お客様のご意見をもとに改善を図ってきました。そして2015年4月、「ジャパンパッケージングコンペティション※ 日本包装技術協会賞」を受賞しました。
容器に溶き卵を入れてレンジ調理すると、ふわふわな食感に仕上がる、大きくわかりやすい調理方法の説明、やけど防止用に持つ場所を明示するなどの技術・工夫が評価されたものです。
これからもお客様のご意見を改善につなげていきます。

※ ジャパンパッケージングコンペティション　公益社団法人日本包装技術協会の主催で毎年開催され、日本国内の包装分野における最大のコンテスト

※「電話応対技能検定」　公益財団法人日本電信電話ユーザー協会が認定している「電話応対技能検定（もしもし検定）」の資格

株主・投資家の皆様とともに

日本ハム（株）は、株主・投資家の皆様とのコミュニケーションを積極的に図り、いただいたご意見やご要望を、企業活動に反映させています。

▶ 株主の皆様との交流（SR：シェアホルダー・リレーションズ）

毎年1月に東京・大阪で開催する「ニッポンハムグループ展示会」に、株主様をご招待しています。この展示会では、新商品や企業活動のご紹介、株主様向けのご報告会などを通して、ニッポンハムグループの事業の広がりをお伝えし、株主様からもご意見をいただいております。

また、毎年6月には本社所在地の大阪で株主総会を開催しています。8月には東京で「株主フォーラム」を開催し、主に首都圏にお住まいの株主様に株主総会のご報告をするとともに、懇談の場を設けて株主様との交流を図っています。

ニッポンハムグループ展示会

株主フォーラム

▶ 投資家の皆様との交流（IR：インベスター・リレーションズ）

ニッポンハムグループでは、グループの経営方針や事業内容をより深くご理解いただくために、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。

また機関投資家の皆様へは、東京にて四半期ごとに開催している決算説明会をはじめ、個別のミーティングや施設見学会、海外機関投資家訪問などを実施し、積極的な情報開示を行っています。

個人投資家様説明会

機関投資家様向け決算説明会

機関投資家向けIRが優良企業特別賞を受賞

TOPICS

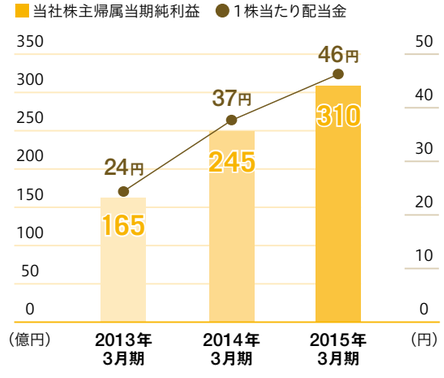
日本ハム（株）は2014年11月に、一般社団法人　日本IR協議会が選ぶ「第19回　IR優良企業大賞」において、「IR優良企業特別賞」を受賞しました。経営トップの企業価値向上に対する哲学が明確で、会社全体にそれを浸透した上でのIR活動が実行されているとのご評価をいただいての表彰となりました。

▶ 会社の利益配分に関する基本方針

日本ハム（株）は株主様への利益還元を重要な経営課題の一つと位置付けており、連結業績に応じた株主還元を基本としています。また、内部留保についても、将来にわたって企業価値を向上させるための投資の源泉と、財務体質の健全性の維持・強化のために充実を図り、有効に活用してまいります。

この基本方針のもと、配当につきましては連結配当性向30%を目安としておりますが、当面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。

当社株主帰属当期純利益と配当金の推移



▶ 多彩な事業領域を活かした株主優待品

日本ハム（株）は、株主様の日頃からのご支援への感謝を込めて、そして、より深くニッポンハムグループの事業領域と商品へのご理解を深めていただくため、2014年度より優待品制度を年1回から年2回に拡充しました。

毎年3月末日に1,000株以上保有の株主様には、6月に「選べるご優待品カタログ」をお送りし、カタログに掲載された多彩なニッポンハムグループ商品や北海道日本ハムファイターズの観戦ペアチケット、国連WFP協会へのご寄附（3,000円分）などから1点をお選びいただいています。

また、毎年9月末日に1,000株以上保有の株主様には、ハム・ソーセージだけでなく、加工食品、水産、乳製品などが一度にお楽しみいただける「ニッポンハムグループ商品詰合せ」をお届けしています。

《3月末優待品》
選べるご優待品の一例

《9月末優待品》
ニッポンハムグループ商品詰合せ

ウェブサイトを通した企業情報の発信

TOPICS

投資家・株主の皆様への情報発信の一環として、ウェブサイトの拡充を推進しています。IRツールだけでなく、ニッポンハムグループの幅広い領域における事業内容や、安全・安心な商品をお届けするための取り組みなどを、分かりやすくお伝えしています。

※ ROE（Return On Equity：株主資本利益率）　企業の収益性を測る指標のこと

経営の基盤

ニッポンハムグループは、92社が世界の18の国と地域で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」を明確化して会社を運営しています。

コーポレート・ガバナンス

▶ 基本的な考え方

ニッポン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おります。

▶ コーポレート・ガバナンスの体制

ニッポンハムグループのコーポレート・ガバナンス体制は、株主総会を頂点とし、取締役会、監査役会、経営会議、会計監査人による監督・監査機能で構成されています。

また取締役、監査役については、透明性を担保するため原則として複数名を社外より選任することを基本としています。

取締役会

社外取締役2名を含む取締役9名と社外監査役3名を含む監査役5名で構成され、代表取締役社長が議長を務める最高意思決定機関です。法令、定款に定める事項およびその他重要事項の決定を行います。なお各取締役の任期は、年度ごとの経営責任を明確にする上で1年間としています。

監査役会

監査役は取締役の職務の執行を監査しています。監査役会は社外監査役3名を含む監査役5名で構成され、監査に関する重要な事項について決定を行っています。
監査役の職務を補助する体制として、独立性を確保した専任のスタッフ2名がサポートを行っています。

経営会議

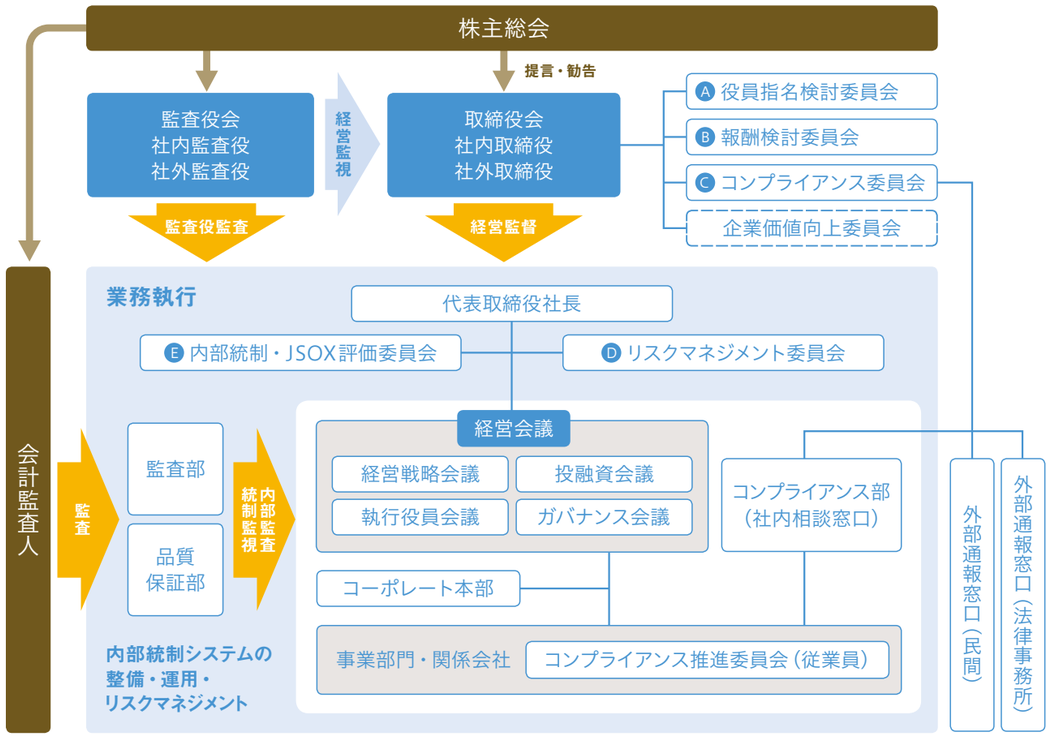
社内取締役と代表取締役社長が指名する執行役員で構成され、経営方針に関する重要事項の決定、グループ内の連絡調整等を行います。取締役会、経営戦略会議に付議される案件は、各月2回開催される投融資会議、ガバナンス会議にて事前の検討を行います。

監査・監督機能

監査役監査のほか、日本ハム（株）監査部による「内部監査」、品質保証部による「品質監査」、CSR推進部による「環境監査」、コンプライアンス部による「モニタリング」を通して業務の適正性を確保するように努めています。

（2015年4月1日時点）

コーポレート・ガバナンスの体制図



内部統制の強化

- Ⓐ **役員指名検討委員会**
  役員候補者の検討など
- Ⓑ **報酬検討委員会**
  役員報酬の検討など
- Ⓒ **コンプライアンス委員会**
  コンプライアンスを浸透させるための検討など
- Ⓓ **リスクマネジメント委員会**
  ニッポンハムグループのリスク管理の検討など
- Ⓔ **内部統制・JSOX評価委員会**
  内部統制の評価・報告に関する重要事項についての協議など

VOICE

コーポレート・ガバナンスの充実で企業価値のさらなる向上を目指す

日本ハム（株）　社外取締役　片山 登志子

コーポレート・ガバナンスは、企業が、株主・顧客・従業員・地域社会等、全てのステークホルダーの皆さんの立場や利益に配慮しつつ、持続的な成長と中長期にわたる真の企業価値創出を実現し続けるために求められるシステムです。ニッポンハムグループでは、現在のコーポレート・ガバナンスシステムがより実効性を持って機能するよう、あらゆる場面で運用や体制について議論と工夫を重ねています。それとともに、事業と連動した社会的責任（CSR）への取り組みを推進し、多様なステークホルダーの皆様および社会からの期待に高いレベルで応えられるよう、さらなる企業価値向上に取り組んでいきたいと思います。

コンプライアンスの徹底

ニッポンハムグループでは、「コンプライアンス」を単なる法令遵守ではなく、「社会・お客様からの期待・要請に応えること」ととらえ、社会・お客様の常識や倫理に照らし合わせて企業として正しい経営を行うために推進しています。

▶ ニッポンハムグループ行動基準

「ニッポンハムグループ行動基準」は、ニッポンハムグループで働く一人ひとりの行動のあり方を示した遵法精神の基本となるものです。時代によって変化する事業活動上のリスクや社会からの要請に対応するため、定期的に改訂を行っています。

▶ コンプライアンス意識の醸成

2014年度コンプライアンス研修参加者数 **494名**

毎年、ニッポンハムグループ各社の社長、および管理職（部室長・工場長）を対象としたコンプライアンス研修を実施し、2014年度は計494名が参加しました。

このほか、新入社員や新任管理職への研修も行っています。また社内報やイントラネットを通してコンプライアンスに関する情報提供を行い意識の向上を図っています。

▶ コンプライアンス推進体制

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の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。また、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提言を行います。

→

コンプライアンス・リーダー会議

各社・各事業部から人選されたコンプライアンス・リーダー（50社、121名）が定期的に集まり、コンプライアンス浸透に関するグループ全体のテーマや実施内容について、討議・決定するとともに情報共有を図ります。

→

各社コンプライアンス推進委員会

グループ各社および事業部門に設置（58推進委員会）され、具体的な施策（コンプライアンス勉強会など）を立案・実施しています。グループ内の各社社長・部門長が推進委員長となり、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。

VOICE

コンプライアンス意識のさらなる浸透に向けて

ニッポンハムグループ
2015年度コンプライアンス・リーダー会議　議長・副議長

2014年度は、啓発ツールや相談対応マニュアルの作成など7つのテーマについて議論し、コンプライアンス委員会において提言を行いました。2015年度は、これらの提言内容をさらに具体化し、活動を実施していきます。

▶ リスク情報の収集・管理

❶ 相談窓口

全従業員が組織に制約されず、自由に職場の実態について通報・相談できる相談窓口を社内に2カ所、社外に2カ所設置しています。相談窓口を記載したポスター、コンプライアンスカードを活用して、全従業員に周知しています。なお、相談窓口への通報・相談においては、相談者や関係者のプライバシーは保護されます。

コンプライアンスカード

ポスター

❷ 重要事項報告

ニッポンハムグループ内で起きた業務上の損害や事故・トラブルなど非日常的な事象に関する情報は、発生部署から管理部署、管轄事業部を経由し、コンプライアンス部に集約され、重要事項報告として管理されます。

重要事項報告は、コンプライアンス部が一元管理しており、情報入手後、取締役、監査役、執行役員、部室長に即時報告されます。また、取締役会やコンプライアンス委員会でも報告されます。

▶ コンプライアンス事業所訪問

2014年度コンプライアンス事業所訪問面談者数 **約2,400名**

ニッポンハムグループ内における組織、事業所の潜在的なリスクを抽出し、リスクの回避、予防、低減を図ることを目的として2013年度より実施しています。コンプライアンス部が事業所を訪問し、事業所内の雰囲気や業務遂行上の課題、人間関係等に関して従業員が普段思っていることをヒアリングしています。従業員からの意見は、経営層、担当する事業部に文書をもってフィードバックし、職場改善に向けて意見交換しています。

従業員の不平・不満を含め本音を引き出すことは非常に重要と考えています。

2014年度は、19社、35事業所を訪問し、約2,400名の従業員と面談しました。2015年度は、生産・製造部門の事業所を中心に約1,400名の従業員との面談を計画しています。

TOPICS

コンプライアンス賞の新設

ニッポンハムグループの優良事業所表彰制度にコンプライアンス賞を新設しました。コンプライアンス活動を積極的に推進した事業所を表彰し、その優れた取り組み事例をニッポンハムグループ全体に水平展開していくことを目指しています。
2014年度のコンプライアンス賞は、日本ハム北海道販売（株）、日本ハムビジネスエキスパート（株）が受賞しました。

品質

品質No.1経営の推進

商品の品質だけでなく、経営や人財においても高度化を図ることで社会的責任を追求し、強化してまいります。

人財育成への取り組み

ニッポンハムグループは、従業員一人ひとりがいきいきと活躍できる職場環境づくりと能力を発揮できる人財の育成と人財の成長に向けた取り組みを推進しています。

▶ 求められる人財像

企業理念、グループブランドの約束の実現と、従業員が高いモチベーションを持って業務に邁進できるよう「ニッポンハムグループ求められる人財像」を策定しました。延べ約700 名のグループ経営者、従業員にインタビュー、アンケートを行い、10年後、15年後のニッポンハムグループを担うべき「人財像」や階層ごとに求める能力要件も明文化しました。

従業員自身が目標となる「あるべき姿」を示し、これを明確な「成長目標」と位置づけることで、誰もが成長を実感しながら業務に取り組んでいけると考えています。

現在では「ニッポンハムグループ求められる人財像」を人財マネジメントシステムの根幹に置き、「採用」「教育・育成」「評価・処遇」「異動・配置」のPDCAサイクルを効果的に運用することで、戦略的な人財育成・人財活用を行っています。そして2014年度は、「評価・処遇」を主眼に、階層・職種別の職能考課表を整備し展開を始めました。さらに2015年度は、「教育・育成」に主眼を置き、ニッポンハムグループ合同での能力開発機会を展開していきます。

「求められる人財像」を象徴する言葉

確かな信頼
- 社内外を問わず双方向コミュニケーションができる人財
- 「品質(商品・人)」、「コンプライアンス」など社会的使命を認識し、全ての「人」との信頼関係を構築できる

新たな創造
- 現状に満足せず商品やサービスなど新しい何かを生み出せる人財
- 新たな価値を創り出し、時代をリードすることによって「ブランド価値」を高める

あくなき挑戦
- 高い目標に挑戦し続けられる人財
- ニッポンハムグループの永続的な発展のために「積極果敢」に「高い目標を達成」する

人財マネジメントシステム

▶ 女性が活躍する企業であるために

女性従業員が長期的なビジョンを持ったキャリア形成の重要性を理解し、その核となる『想い』と『ビジネススキル』の確立に向けて、「女性ビジネスカレッジ」を開始しました。

2014年度は、ニッポンハムグループの主任クラスの女性従業員22名が7カ月にわたる研修を受講しました。研修には3つの目的があり、それを身に付けることで育児休業などにより仕事を離れる際にも、それをもキャリアの一つと捉え、長期的に活躍できる人財を育成することを目指しています。

【女性ビジネスカレッジの目的】

1. キャリアビジョンを描き、仕事に対する想いを明確化する
2. リーダーに求められる基本スキルを身につける
3. ありたい姿の実現に向けて一歩踏み出す

キャリア系セッションでは、会社が期待するリーダー像を確認するとともに、社内外の先輩女性従業員とのディスカッションや自身が大切にしている価値観の掘り下げにより、自身のありたい姿や将来やり遂げたい仕事を明確にしました。

スキル系セッションでは、論理的思考、経営戦略、マーケティング、アカウンティング、リーダーシップ等を学びました。

最終のコミットメント発表会では、役員・上長の出席のもと、10年後のキャリアビジョン、1年後・3年後の業務課題や実行計画について宣言しました。この研修を受講した従業員が10年後に活躍し、働きやすい職場環境の実現を成果目標としています。長期的なビジョンのもと、人財育成を図り、さらなる女性従業員の活躍と、男女ともに働きやすい職場環境づくりを推進していきます。

VOICE

『女性ビジネスカレッジ』受講者の声

バリューチェーンの中で各社・各部署のつながりと役割の責任、自分の仕事の重要性を再認識しました。

同様の悩みを持っている従業員と本音で話し合うことができ解決の糸口が見えました。

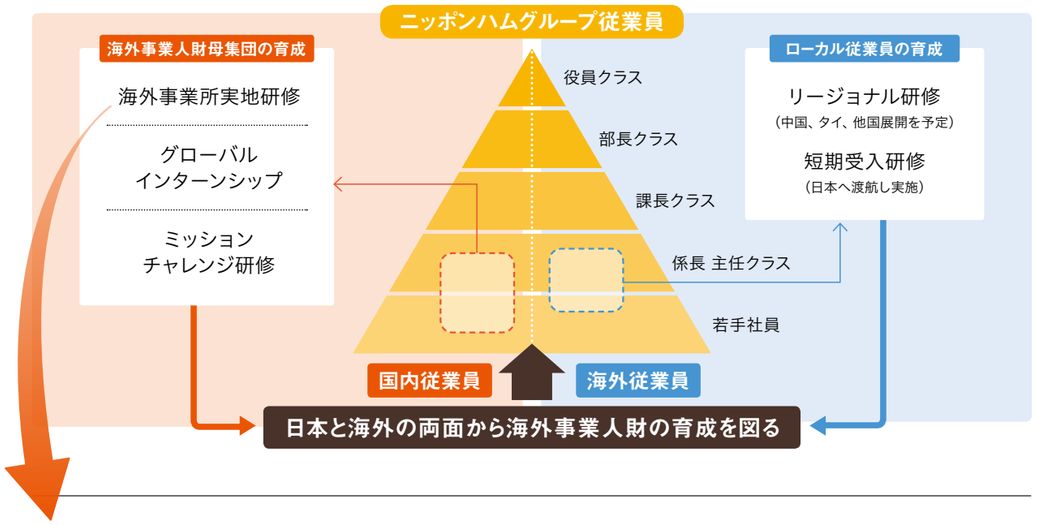
研修を受講して一番良かったことは、21名の素敵な仲間と出会えたこと。ニッポンハムグループの中に、こんなに一生懸命で頑張り屋の仲間がいたのかと驚きました。

私たちが描く10年後の会社像の実現と、自分のキャリアビジョンの達成に向けて、意欲がわいてきました。

▶ 海外事業人財の育成

国内外の従業員一人ひとりの多様性を尊重し、グローバルに活躍できる人財を育成していきます。

ニッポンハムグループの海外人財育成施策全体像



PICK UP 海外事業所実地研修

2014年4月から約1年間、ニッポンハムグループの従業員2名がそれぞれ中国とタイにおいて海外事業所実地研修に参加しました。この研修は、グループ横断での全社的な視点から各国のビジネスを学び、実務経験を通して将来海外駐在員として活躍できる人財を育成することを目指します。

研修の目的

ニッポンハムグループのグローバル人財の育成

海外事業やビジネススキームを体系的に学ぶことで、グローバル化するビジネス環境の中で海外事業に貢献できる人財を育成する。
他国における文化、業務、生活を通して、グローバルな視点や感覚を養う。

研修体系

❶ 国内基礎プログラム
・語学研修　・他国文化研修　・目標設定　等

❷ 海外実践プログラム
・語学研修　・主拠点実務研修
・他拠点実務研修　・市場調査　等

❸ 帰国後プログラム
・研修の振り返り　・最終成果発表　等

大賀 冬樹
（研修主拠点：
山東日龍食品有限公司）

成長と変化の著しい中国における商品開発を学び、他国の食文化を理解する重要性を再認識しました。同時にニッポンハムグループが横断的にビジネスを展開する意味を肌で感じました。今後はスピード感ある行動力で困難に打ち勝ち、グローバル化を牽引できるよう取り組んでいきます。

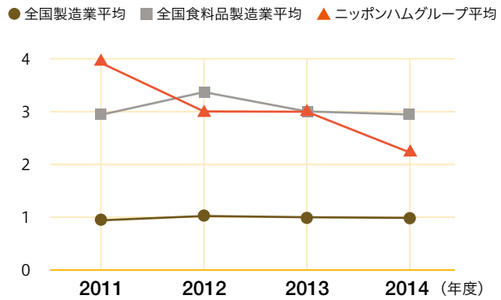
東郷 達祐
（研修主拠点：
タイ日本フーズ）

会社の知名度が十分にない東南アジアという環境の中で、現地にニッポンハムグループを広めたいという強い想いが新規顧客の開拓につながる経験を積むことができました。他国の地における生活は大変なことも多いですが、やりがいと自身の成長を感じています。

▶ 安全な職場環境を目指して

ニッポンハムグループでは、従業員が安全・安心に働ける職場環境づくりに邁進しています。各社の製造工場においては、労働安全衛生マネジメントシステムをもとに、リスクアセスメントの実施による労働災害防止活動や安全パトロール、各種安全教育を実施し安全衛生のレベルアップを図っています。また、外部の安全コンサルタントとともに場内巡視を行い、第三者の目線からも危険個所の抽出と改善に取り組んでいます。従業員一人ひとりの安全意識の向上、設備面や作業面におけるリスク低減活動を通して、ゼロ災害を目指し活動を進めています。

度数率※1



▶ 働きやすい職場環境の実現に向けて

ニッポンハムグループでは、健康でいきいきと働ける職場環境整備に取り組んでいます。定期健康診断の結果をもとに情報提供を行い、従業員自身の健康への取り組みをバックアップしています。こころの健康維持にも継続的に取り組んでおり、ニッポンハムグループ全従業員を対象にストレスチェック※2を実施し、従業員個人へストレスの気づきとその対処を促しています。そのための相談窓口の設置やカウンセラーを活用し、相談しやすい環境の整備にも引き続き取り組んでいます。

▶ 仕事と家庭の両立をバックアップ

男女ともに仕事と家庭が両立できる職場環境づくりを目指し、次世代行動計画を策定・実施しています。その取り組みの一環として、約400名のグループ役員・管理職が出席し、「ダイバーシティ経営入門　一枚岩となる意識、行動変革とは」をテーマにしたセミナーを開催しました。ダイバーシティに関しての理解を深め、求められる具体的な行動について学びました。

そのほか、配偶者出産休暇など育児関連制度を明記したポスターを作成し、従業員への浸透と取得を促進しています。これからも男性・女性従業員がともにやりがいをもって働ける職場環境の実現に取り組みます。

※1 度数率　100万延べ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。
※2 ストレスチェック　事業者が労働者に対して行う心理的な負担の程度を把握するための検査

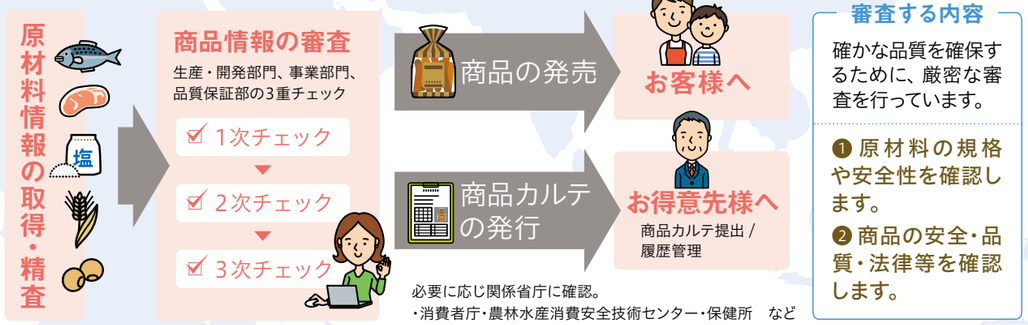
品質保証の取り組み

ニッポンハムグループでは、安全で安心な商品をお届けするために
品質保証体制を構築し、グループ全社で取り組んでいます。

安全審査

原材料の安全性の審査、製品表示・規格の法令への適合審査を行います。

▶ 安全審査のながれ



審査する内容

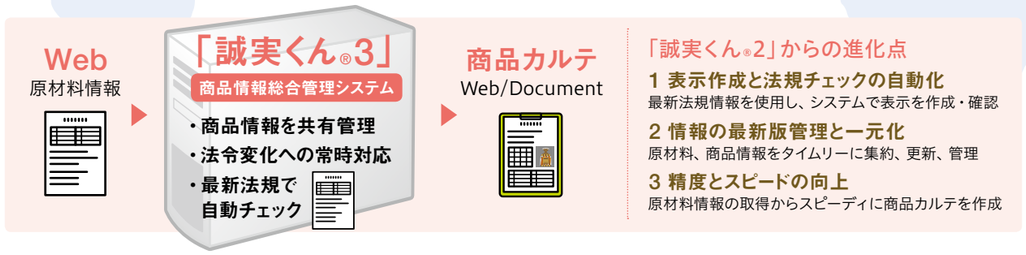
確かな品質を確保するために、厳密な審査を行っています。

❶ 原材料の規格や安全性を確認します。

❷ 商品の安全・品質・法律等を確認します。

▶ 商品情報総合管理システム「誠実くん®※3」の活用

安全審査精度をさらに向上させるために、システムを活用し、確かな品質をお届けしています。



「誠実くん®2」からの進化点

1 表示作成と法規チェックの自動化
最新法規情報を使用し、システムで表示を作成・確認

2 情報の最新版管理と一元化
原材料、商品情報をタイムリーに集約、更新、管理

3 精度とスピードの向上
原材料情報の取得からスピーディに商品カルテを作成

※「誠実くん®」　正確な原材料情報の取得と法令に適合した間違いのない商品情報を総合管理するニッポンハムグループ独自のシステム

品質監査

原材料や製品の製造環境やその品質保証体制が適正であることを国内・海外で確認します。

▶ 品質監査の実施内容

原材料保管状況の確認

CCP工程（重要管理点）の確認

洗浄状態の確認

確認内容

- ●自社品質ルール
- ●世間情勢を反映した項目
- ●国内外の最新の法令や情報
- ●お客様からの声、ご指摘の状況
- ●国際標準規格などの時代の要請に対応した項目

▶ 時代の要請に対応した監査項目

施設設備の確認

フードディフェンス対策状況の確認

特色ある原材料の取り扱い確認

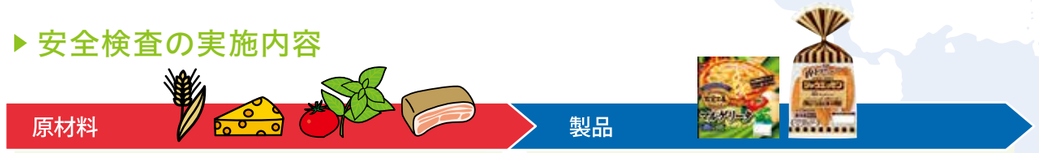
監査項目の例

- ●食品安全マネジメント、経営者の責任
- ●開発設計・製品化
- ●内部監査・是正処置
- ●サプライヤーのパフォーマンス
- ●トレーサビリティー
- ●フードディフェンス
- ●施設設備の要件・衛生管理
- ●保管・出荷・流通の管理

安全検査

使用する原材料や製造する商品全てに対してニッポンハムグループの品質保証規程のルールに則した安全検査を実施します。

▶ 安全検査の実施内容



残留物質検査
野菜や食肉に農薬等薬品の残留がないかを検査します。

微生物検査
原材料が衛生基準を満たしていることを確認します。

放射性物質検査
原材料や工場の使用水について、放射性物質の検査を行っています。

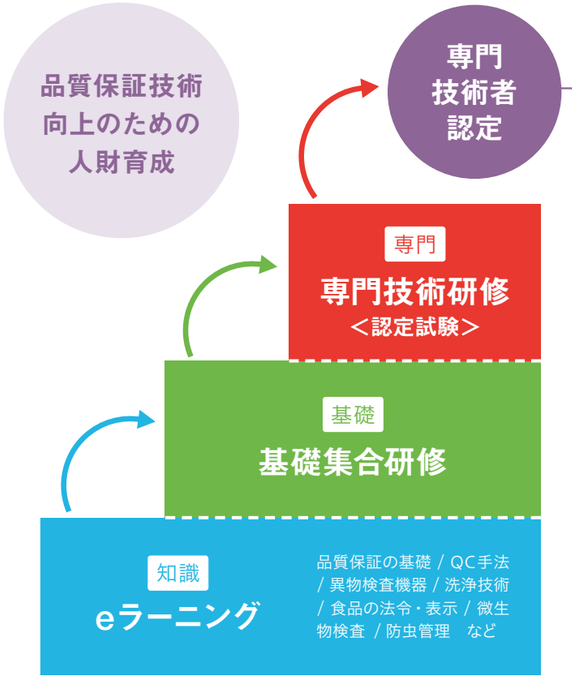
栄養成分検査
商品の栄養成分を測定します。

食物アレルゲン検査
表示にない食物アレルゲン物質が含まれていないことを確認します。

微生物検査
商品が衛生規格や賞味期限を満たす保存性があることを確認します。

人財育成

確かな品質づくりのため、ニッポンハムグループ独自の人財育成体系を構築し品質保証技術向上に努めています。



＊所定の成績を修めた受講者は、ニッポンハムグループの人事情報システムに登録されます。

▶ 専門技術認定者の活動

認定者は、事業所の技術指導・教育、基礎研修・専門研修の講師として活動します。

技術指導・教育

社内講師・品質監査

品質監査における指導

微生物検査技術研修における指導

▶ 専門技術研修・認定試験

ニッポンハムグループ各社から選抜され、高い技能を修得し最先端を行く技術者の養成が行われます。独自の試験制度をクリアした人財は専門技術者として認定されます。第三者または同等の資格者が客観的評価を実施しています。

筆記試験

基礎知識、関係法令等eラーニング、基礎研修等より出題。

実技試験

基本操作、保守・安全、高等テクニックをケーススタディで出題。

能力試験

技術者としての問題解決力、指導力をディメンション評価。

▶ 試験合格者の認定

専門技術認定試験の合格者には日本ハム(株)の代表取締役社長より直接認定証書が授与されます。

ステークホルダーダイアログ

「安全性と正確性に責任を持って」

写真左からマリンフーズ(株)壹岐 美晴、日本ハム(株)臼井 瑛、大野 睦子

ニッポンハムグループ　品質保証担当者による意見交換会

ニッポンハムグループは国内外の各事業所に品質保証担当者を設けて安全・安心な商品づくりを進めています。今回は商品の発売前に安全性を確認する「安全審査」を担当する従業員が日頃の業務について意見交換しました。

1,030名

ニッポンハムグループにおける品質保証担当者数

■ 業務を通して心がけていること

大野　私の部署ではハム・ソーセージやピザ等の加工食品を担当しています。半年間に約700品目が発売され、安全審査の確認項目は、原材料から包装資材と多岐にわたります。商品カルテの作成・確認作業には、商品情報の管理システム「誠実くん®」を有効に活用し、正確さとスピード感をもって対応しています。商品パッケージは法律と照合した上で、根拠にもとづいた適正な表示をするため、細心の注意を払っています。

臼井　私は食肉部門を担当しています。食肉加工品は原材料について、産地やアレルゲン等の確認も行っています。なお最近では、お客様からの商品情報の開示レベルの要求も高まっています。そのために日々、法令・知識等の習得と「食品表示検定」など外部機関の資格取得などを進めています。

壹岐　私が担当する水産部門でも魚の産地情報などは定期的に更新し、証明書や商品カルテに反映させています。また、製造現場の品質監査を行うことで、各工程で規格書通りに製造されているか等を確認し、お客様への正しい情報提供に努めています。

■ これからの安全審査で目指すもの

臼井　私は幼少の頃、食物アレルギーを持っていたので、食品の表示には人一倍関心が高く、商品カルテや証明書も厳しい視点で審査しています。お客様には原材料から商品にいたる情報を正確かつタイムリーにお伝えしていきます。

壹岐　ニッポンハムグループではさまざまな商品において、食物アレルギー物質、微生物等の検査を定期的に実施しています。お客様に安全・安心な商品を提供することによって、会社の信頼につながるよう努めていきます。

大野　食品メーカーとして、より安全で安心な食品を提供する会社であることを第一に考えています。私の業務はその責任を担っているので、今後ますます高まると思われるお客様の食品に対する意識や要求にお応えできるよう研鑽していきます。

▶ 会議を通した情報の共有

ニッポンハムグループの製造部門を中心に担当する代表者や社外取締役で構成される「品質保証担当者会議」を2カ月に1度実施しています。この中で毎回テーマを絞った議論を行い、組織を横断した情報の共有と品質保証体制の強化を図っています。

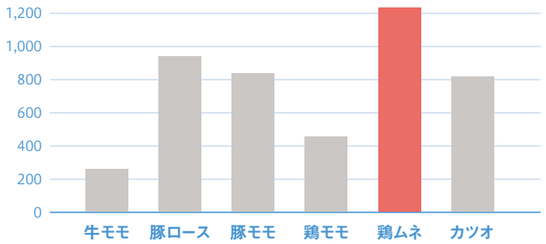
研究・開発の取り組み

ニッポンハムグループは、食の安全・安心を守り、食の新たな可能性を追求するため、積極的に研究・開発を行っています。

健康に寄与する研究・開発

生命の恵みを自分たちの手で育むニッポンハムグループは、畜産物の有効利用を目指して長年研究を重ね、健康に役立つさまざまな機能性食品素材を開発してきました。なかでも15年以上にわたり研究してきた鶏のムネ肉には、疲労軽減や持久力・運動能力向上の働きを持つ機能性成分「イミダゾールジペプチド」が豊富に含まれていることを解明し、1本当たり「イミダゾールジペプチド」500mgを配合した「イミダの力」を開発しました。

100g当たり「イミダゾールジペプチド」含有量 (単位：mg)



（出典 『機能性ペプチドの最新応用技術―食品・化粧品・ペットフードへの展開―』シーエムシー出版　2009年8月発行）

美容機能素材の研究・開発

ニッポンハムグループでは、豚や鶏を食肉へと加工する段階で発生する副産物も余すことなく資源として活用しています。国内産の豚の胎盤から抽出・精製する「プラセンタ」にはアミノ酸、ペプチド、コラーゲン、ヒアルロン酸、ミネラルなどさまざまな成分が含まれ、肌のシミ、かさつきを予防する美容機能が期待されています。

また、鶏・豚の皮から抽出・精製する「コラーゲン」には肌の乾燥を防ぐ美容機能および骨の健康を保つ機能が期待されており、水溶性で味や臭いが少ないため健康食品や美容ドリンク、プリンやアイスクリームの食品などにも広く利用されています。

1本当たり「プラセンタエキス末」400mgを配合した「セレブの時間」

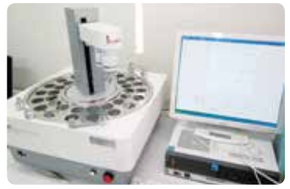
1パック当たり「鶏コラーゲンペプチド」1,500mgを配合した「コラーゲンプラス」

いいな健康ネット　検索

おいしさの見える化への挑戦

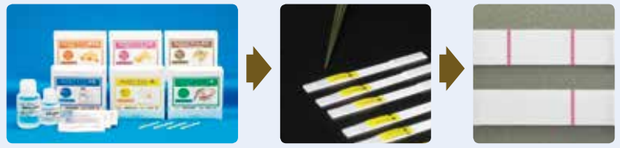
日本ハム（株）中央研究所は、人が感じるおいしさを数値で表す取り組みを行っております。例えば、人の舌を模した味覚センサーという機械を用いて食べ物の味のバランスを数値化しています。その他にも「匂い」、「食感」、「見た目」について、人工センサーやさまざまな機器を用いて数値化を行い、おいしい食べ物の開発に役立てるよう取り組みを進めています。

ニッポンハムグループは、今後も安全・安心に加え、おいしさの側面からも研究・開発を進めていきます。



検査技術の開発

日本ハム（株）中央研究所では、食の安全・安心を守るため「食物アレルゲン」「食中毒菌」「カビ毒」を検査できるキットを開発・販売しています。食物アレルゲン検査キット「FASTKIT®エライザVer.Ⅲシリーズ」は消費者庁のアレルギー物質を含む食品の検査に関する通知法に収載されています。さらに2014年3月には、食品中の「ごま」タンパク質含有量を測定できる検査キットを国内で初めて開発・発売しました。これらの検査キットは食品メーカーや行政機関、外食企業、流通企業等で幅広くご使用いただいています。また、簡易検査キットの「FASTKITスリム®」シリーズ（下写真）は、約15分で食物アレルゲンの有無を確認できるため、商品製造ラインの洗浄レベルや中間製品の確認などに活用されています。



検査キット（FASTKITスリム®シリーズ）　検査風景　判定結果（上：陽性、下：陰性）

食中毒菌検査キット「NHイムノクロマトシリーズ」は、大腸菌など7つの食中毒菌とベロ毒素に対応した8つのラインナップがあります。検査時も特殊な技術等は必要がなく、培養後約15分と短時間で判定できます。

NHイムノクロマトシリーズ

国内製の「O157」検査キットで初めて国際認証を取得！

TOPICS

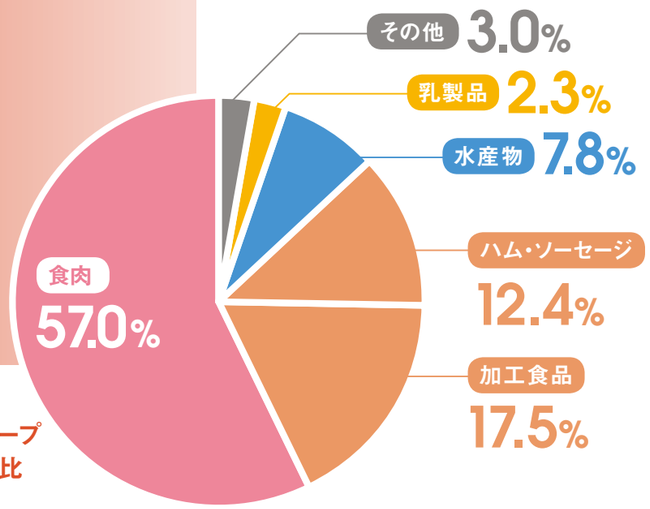
2014年9月、日本ハム（株）中央研究所が開発・販売する食中毒菌検査キット「NHイムノクロマトO157」が国際的な認証機関「AOAC International」よりAOAC-RI PTM※認証を受けました。これはAOACの厳正な検証基準に合格した検査キットに与えられる認証でキットの性能が国際的に認められたことになります。

※ AOAC-RI PTM　(Association of Official Analytical Chemists Research Institute Performance Tested Methods)
アメリカ・メリーランド州に本部を置く1884年設立の非営利第三者認証機関による性能テスト

事業紹介

「食べる喜び」をお届けするために

ニッポンハムグループは、従業員７人の食肉加工場からスタートしました。
現在では、ハム・ソーセージから、食肉、加工食品、冷凍食品、水産品、
乳製品、調味料、機能性素材までさまざまな商品を通して、
おいしさの感動と健康の喜びの実現を目指しています。



ニッポンハムグループ
連結売上高構成比
（2015年3月期）

国内会社
61社
（うち関連会社3社）

海外会社
31社
（うち関連会社2社）

（2015年4月1日現在）

国内従業員
22,550人

海外従業員
5,695人

（2015年3月／平均臨時雇用者数含む）

食肉事業

生産飼育

- 日本ホワイトファーム（株）
- ニイブロ（株）
- インターファーム（株）
- （有）純粋黒豚種豚農場
- （株）十勝めぐみ牧場
- ニッポンフィード（株）
- テキサスファーム［USA］
- ワイアラビーフ［AUS］
- エゲタブ［TUR］

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）
- 日本フードパッカー津軽（株）
- 日本ピュアフード（株）
- 南日本ハム（株）
- 宮崎食品（株）
- 宮崎ビーフセンター（株）
- （株）ウスネ
- オーキービーフエキスポート［AUS］
- ウィンガムビーフエキスポート［AUS］
- T.B.S［AUS］

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）
- デイリーフーズ［USA］
- 日邦食品（上海）有限公司［CHN］
- 日邦食品（香港）有限公司［CHN］
- チリ日本ハム［CHI］
- オーストラリア日本ハム［AUS］
- ビーフプロデューサーズ オーストラリア［AUS］
- オーストラリアンプレミアムブランド［USA］

食肉の物流および輸出・輸入

- 日本物流センター（株）
- 日本チルド物流（株）
- ジャパンフード（株）
- デイリーフーズ［USA］
- オーストラリア日本ハム［AUS］
- チリ日本ハム［CHI］
- シンガポール日本ハム［SIN］
- 英国日本ハム［GBR］
- 台湾日本ハム［TWN］
- タイ日本ハム［THA］
- NHフーズ・ブラジル［BRA］

食肉エキス加工

- 日本ピュアフード（株）
- 醇香食品股份有限公司［TWN］

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）
- 日本ハム北海道ファクトリー（株）
- 南日本ハム（株）
- 東北日本ハム（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
- 高松ハム（株）
- レドンド［USA］
- NHフーズ・ベトナム［VIE］
- 天津龍泰食品有限公司［CHN］

加工食品の製造

- 日本ハム（株）
- 日本ハム食品（株）
- 日本ハム惣菜（株）
- プレミアムキッチン（株）
- NHフーズ・メキシカーナ［MEX］
- 山東日龍食品有限公司［CHN］
- タイ日本フーズ［THA］
- タイ日本ベジタブル［THA］

ハム・ソーセージ、加工食品の販売

- 日本ハム（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）
- 日本ハムデリニューズ（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）
- 日本デイリーネット（株）
- タイ日本コールドストレージ［THA］

その他事業

フリーズドライ食品の製造

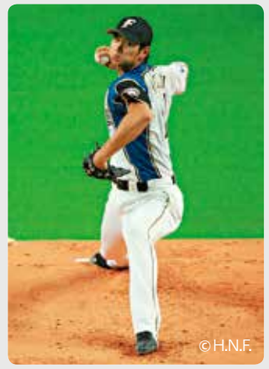
- （株）宝幸
- 山東未来食品有限公司［CHN］

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



乳製品事業

乳製品の製造・販売

- 日本ルナ（株）
- （株）宝幸

水産事業

水産加工品の製造・販売

- （株）宝幸
- マリンフーズ（株）
- 宇和海マリンファーム（株）
- 釧路丸水（株）
- 烟台宝昌食品有限公司［CHN］
- チリ日本ハム［CHI］

水産加工品の販売

- 台湾日本ハム［TWN］

※本ページに記載された社名は、2015年4月1日現在のものです。

国と地域の略号

AUS … オーストラリア ／ BRA … ブラジル ／ CHI … チリ ／ CHN … 中国 ／ GBR … イギリス ／ MEX … メキシコ ／
SIN … シンガポール ／ THA … タイ ／ TUR … トルコ ／ TWN … 台湾 ／ USA … アメリカ ／ VIE … ベトナム

楽しく健やかなくらしに貢献する

ニッポンハムグループは企業理念の実現に向けて、生命（いのち）の恵みを大切にし、品質に妥協しない商品づくりを進めています。そして、食の新たな可能性を切り拓くことで「食べる喜び」を提供し、楽しく健やかなくらしに貢献していきます。

食肉

生命（いのち）の恵みを愛情こめて育てる ｜ 日本ホワイトファーム（株）・ニイブロ（株）

安全・安心でおいしいお肉を提供するため、鶏を農場で育てることから始め、グループ内で一貫した生産体制を構築しています。養鶏事業は1981年、北海道網走市に設立後、青森県横浜町、宮崎県日向市、北海道厚真町、新潟県新発田市の全国5拠点で年間約6,500万羽※の飼育・処理を行っています。

おもにブランド鶏肉「桜姫®」「知床どり」などをお届けしています。

❶ 健康でおいしい鶏を育てるために

良質な卵を産んでもらうために健康な親鶏を育てることから始めています。卵をひなへとかえし、約50日間かけて大切に育て工場に届けています。

❷ 最高水準の防疫に向けて

鶏のひなは一斉に鶏舎に入れ、一斉に出荷する方式を採用し、出荷後は鶏舎を徹底的に洗浄・消毒しています。鶏舎の出入りは限定したスタッフのみでその度にシャワーを浴びるなど万全な衛生環境を保っています。

鶏肉ができるまで

種鶏農場 → ふ卵場 → 肥育農場 → 食品工場 → 桜姫の出荷

良質な種卵生産

速やかに集卵・消毒・孵化

徹底した安全衛生管理システム

衛生的でスピーディーかつクリーンな商品化システム

スピーディーな配送システム

日本ホワイトファーム 検索

VOICE

大切な生命のために

日本ホワイトファーム（株）宮崎事務所　中村賢司

日本ホワイトファーム（株）には、私のような獣医師が全国各地の農場に総勢6名います。鶏の健康状態をチェックするとともに、飼育員の方には鶏の飼育に関するアドバイスも行います。鶏は、非常に繊細な生きもので、一羽が病気にかかると何十万羽に感染するリスクを持っています。それを最小限に抑えるために私たち獣医師は、飼育員と一緒に鶏を大切に見守っています。

※ 2014年4月現在（全国シェアで約9%）

加工食品

忙しい朝をもっとおいしく元気に ｜ 日本ハム（株）

一日に必要な栄養素を補給する「朝食」。理想的な朝食の摂取量は440kcalと言われています。しかし20歳代の男女では約2～3割※1が欠食しています。そこで、忙しい朝でも電子レンジで簡単調理できる商品を開発しました。野菜たっぷりのスープとパンがセットになった「ビストロキッチン」シリーズは、エネルギー源となる炭水化物を手軽に摂れます。サクサクとした新食感が楽しめる「石窯工房®クロワッサンピッツァ」はハムやエメンタールチーズ入りのソースがトッピングされ、専門店のおいしさが楽しめます。

モアデリシャス 検索

ハム・ソーセージ

健康とおいしさへの心くばり ｜ 日本ハム（株）

現代の食生活においては「食」に関する正しい知識を身に付けることが重要になっています。厚生労働省では、ナトリウム（食塩相当量）摂取量基準※2を引き下げ、減塩意識の向上や糖尿病、高血圧などの生活習慣病の抑制に努めています。ニッポンハムグループでは、これらの社会課題にお応えし、「塩分」を30%カットした※3ハムやベーコン、「糖質」を0（ゼロ）%に抑えた※4ウインナーや生ハムなどを開発しています。おいしさを追求しながら付加価値のある商品・サービスをお届けしていきます。

「彩りキッチン®」ZERO Plus シリーズ

「彩りキッチン®」グリーンラベルシリーズ

日本ハム　ゼロ 検索

TOPICS

みんなと一緒の献立を ｜ 東北日本ハム（株）

山形県酒田市に本拠を置く東北日本ハム(株)は、地元で収穫したお米を原料とした「みんなの食卓®米粉パン」を製造※5しています。そして2014年には、酒田市内全19校の小学校給食に採用され、「小麦」の食物アレルギーをお持ちの方もそうでない方も一緒の献立を楽しむことができました。

※1 内閣府調べ
※2 18歳以上の男性は8グラム未満、女性は7グラム未満の摂取量基準
※3 自社商品“彩りキッチン® ロースハム・ハーフベーコン”と比較
※4 栄養表示基準による。糖質は直接分析し栄養表示基準に基づいて糖質0.5g（100g当たり）未満を0としています。
※5 食物アレルゲン物質を持ち込まない専用工場で製造しています。

乳製品

いつもの食卓に「ルナ」のおいしさ ｜ 日本ルナ（株）

日本で初めて「のむヨーグルト」と銘打った商品を開発・販売した日本ルナ（株）。このたび、長年培った技術を活かして製造した「味わいとコクのむヨーグルト180g」が「2014年度モンドセレクション※1金賞」を受賞しました。牛乳・乳製品・三温糖のみを使用、こだわりの製法とおいしさなどが評価されたものです。そのほか発売22周年を迎えた「バニラヨーグルト」や日本ハム（株）中央研究所と共同開発した乳酸菌「HSK 201」入り飲料などもロングセラー商品としてお客様にご支持いただいております。

また、ヨーグルトの容器の上にシリアルなどをセットした商品「TOP CUP®（トップ カップ）」シリーズには、奇跡のフルーツと言われる「アサイー※2」や話題の「ココナッツミルク」が入ったヨーグルトを取り揃えています。忙しい朝や毎日の健康を応援しています。

「味わいとコクのむヨーグルト」　「バニラヨーグルト」　「TOP CUP®」アサイーヨーグルトボウル

日本ルナ　検索

乳製品

いつも身近に「ロルフ」のチーズ ｜ （株）宝幸

チーズの専門ブランド「ロルフ」は北欧デンマークで生まれ、その伝統と技術を受け継ぎ、1964年より日本における製造を開始しました。現在では、業務用チーズとしてファストフード、ベーカリーショップなど私たちのくらしのあらゆるシーンで利用されています。そして皆様の身近な存在であり続けたいと考え、スモークチーズやベビーチーズなど種類も豊富に取り揃えて市販用チーズにも力を入れています。

また、2015年3月には、新しい食の提案として、フランス オーブラック地方の郷土料理「アリゴ」を商品化しました。北海道産マッシュポテトにチーズなどを練りこんだフランス風のチーズディップです。野菜などに付けてお召しあがりいただけます。

（株）宝幸 乳製品チーズ分類売上（2014年度）

食品メーカー（製パン、加工食品、製菓等）、外食チェーン、コンビニエンスストア、学校給食等

宝幸ロルフ　検索

※1 モンドセレクション　1961年より食品の品質向上を目的として始まった世界的に権威のある品評会。専門機関によって衛生、味覚、包装、原材料などそれぞれが審査・点数化され総合得点に応じて最高金、金、銀、銅賞が授与される。
※2 「アサイー」　果実100g中にはポリフェノールがブルーベリーの18倍含まれるなどエネルギーや栄養素が高いブラジル・アマゾン原産の果実

食肉関連

協働で進める食文化の発展 ｜ 日本ピュアフード（株）

日本ピュアフード（株）は2011年より「B-1グランプリ®※1」の活動協賛スポンサーとして、地域を元気にする活動を応援しています。これは「B-1グランプリ®」出展団体の監修のもと、ご当地グルメ商品を開発し、お客様のご家庭で利用していただくことでその地域への興味や関心を抱いてもらうことなどを目的にしています。なお商品の売上金の一部は、各地域団体等のまちおこし活動に活用していただいています。

そのほか、「日本バーベキュー協会※2」の監修のもと開発したソース「BBQたれ」・調味料「BBQラブ®」と食肉を併せて訴求することでバーベキュー文化の普及を目指しています。

そして2015年、日本ハム（株）はバーベキューの市場をさらに活性化させる目的で情報サイト「BBQ GO!」を開設しました。国内最大級のバーベキュー情報をお届けしています。

日本ピュアフード　検索　BBQ GO!　検索

水産物

海の恵みを広くお届けする ｜ マリンフーズ（株）

マリンフーズ（株）は、水産物の安定供給に向けて安全・安心な品質管理体制のもと、国内外より厳選した水産原料を調達・加工しています。水産加工品を製造する三重工場、「本まぐろ」「真鯛」「ぶり」などの養殖魚を取り扱う宇和海マリンファーム（株）があります。

2013年、マリンフーズのグループに加わった釧路丸水（株）は、北海道内10カ所の市場で買参権※3を保有し、そこに水揚げされる「鮭」「柳だこ」「するめいか」などを買い付け、刺身・切身商材、寿司種（いくら等）商材に加工する一貫体制を築いています。これらの北海道産、北海道加工の商品は、マリンフーズ（株）によって、鮮度を大切にお届けしています。

マリンフーズ　検索

VOICE

食文化の普及に向けて

台湾日本ハム　加藤 隆一（マリンフーズ（株）より出向）

動物性たんぱく質を多く含むお肉やお魚は1：1の割合で食べることが理想とされています。私は魚の中でも「寿司ダネ」を中心にアジア圏などの日本食レストラン、回転すし店に向けた提案を行っています。特に2013年に「ユネスコ無形文化遺産」に登録された「和食」の人気も高まっており、今後も商品とともに食文化の普及に努めていきます。

※1「B-1グランプリ®」「ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会（通称：愛Bリーグ）」と開催地の実行委員会が共同で主催する年に一度のPRイベント。B-1グランプリの「B」は地域BRAND（ブランド）の「B」を指し、まちを盛り上げ、地域ブランドを確立することを目的としている。
※2「日本バーベキュー協会」　バーベキューに関わる諸団体や個人が結束し、情報の交換や集約を通してマーケットの創造や日本型の新しいバーベキュー文化の構築を目指すもの。2006年設立
※3 買参権　水産物産地市場の場合、生産者が市場に水揚げした魚介類を、卸売人を通して購入する権利

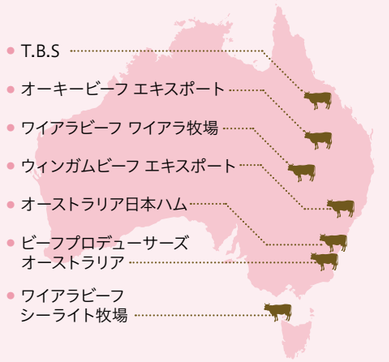
海外における食肉生産事業

ニッポンハムグループは、たんぱく質ベースのグローバル多角化企業を目指しています。
米国や豪州からスタートした海外の取り組みは、現在では31社が17の国と地域で事業を営んでいます。
今回はその原点となる食肉生産事業の取り組みについて紹介します。

オーストラリアにおける牛肉生産事業

日本への豪州産牛肉の安定供給を目指して1987年にオーストラリアで牛肉の生産・処理事業を開始しました。現在、オーストラリア日本ハムを中心に肥育から処理・加工、販売までニッポンハムグループで一貫して管理できる体制を確立しています。

日本向けには「大麦牛」や「ワイアリーフ」の生産・処理を行うとともに、社外契約農家などから供給していただいた牛の処理・加工も行い、米国、アジア、欧州など世界中のお客様へお届けしています。なお、オーストラリアは海に囲まれているためBSEや口蹄疫等の疫病の発生リスクが低い国として国際的にも評価されています。



ニッポンハムグループのオーストラリア事業のながれ

- 生産・肥育　ワイアラビーフ
- 処理・加工　T.B.S / オーキービーフエキスポート / ウィンガムビーフエキスポート
- 輸出・販売　オーストラリア日本ハム
- 輸入・販売　ジャパンフード

「大麦牛」「ワイアリーフ」とは？

オーストラリア・クイーンズランド州、山手線の内側に相当する総面積約6,000haもの広さがあるワイアラ牧場で、植物性配合飼料を100%使用して育てた牛です。

国際規格「ISO22000」を導入し、土壌・飲み水・飼料など万全なチェック体制で牛の健康を管理しています。

VOICE

環境への取り組み

ワイアラビーフ ワイアラ牧場　牧場長　クリストファー・フェンウィック

ワイアラビーフでは、国際規格「ISO14001」を導入しており、雨水を貯水池にため畑の灌漑用水として利用しています。肥育場から出た糞尿は発酵させ有機肥料に変え、大麦やとうもろこしの栽培に活用。糞尿のリサイクル率100%に向けて取り組んでいます。

また、牛肉の処理段階で発生する副産物である牛脂や骨、皮なども最後まで大切に活かすことで生命（いのち）の恵みを無駄にせず私たちの生活に役立てるとともに廃棄物の削減につなげています。

アメリカにおける豚肉生産事業

日本の約2倍の面積を占めるアメリカ・テキサス州に設立されたテキサスファームにて、1995年より豚肉の生産を進めています。

現在、テキサスファームでは、約350人の従業員が豚の飼育・管理を行い、「すこやか三元豚」などの豚を出荷しています。

3,500ha（東京ドーム約750個分）の広さを持つテキサスファーム

「すこやか三元豚」とは？

肉質、産肉性、繁殖性のバランスを重視して厳選した3種類の純粋種※1をかけ合わせた豚です。

生産段階では豚の飼料の種類、使用するワクチンの名称・使用時期の特定など生産履歴を管理することで安全性を確保しています。品質面では、きめが細かくしまりのある肉質に仕上げるために脂肪内の「ヨウ素価※2」を定期的に測定・管理しています。

地域社会との取り組み

テキサスファームのあるペリトン市主催のイベントに20年前から参加しています。当日はテキサスファームで愛情込めて育てた豚肉を使用したトンカツやバーガーを提供しました。また自社トラックをパレード車に見立てて子どもたちに楽しんでいただきました。

TOPICS

海外でも鶏肉の生産事業を開始

2015年4月、日本の約2倍の面積を占めるトルコ共和国にある養鶏会社「エゲタブ」がニッポンハムグループに仲間入りしました。「エゲタブ」は、年間約1,500万羽の処理と約1億羽のヒナを生産・販売するトルコ大手の企業です。

これまで日本国内で行ってきた鶏肉の生産事業の一貫生産体制を海外で整備するとともに、鶏肉需要の高まりを見せるトルコ近隣諸国へ向けて供給を進めています。

※1 3種類の純粋種　ランドレース、大ヨークシャー、デュロックという豚の品種。発育が早く子どもを多く出産するなどの特長があります。
※2「ヨウ素価」　脂肪100gに添加されるヨウ素の量（g）を数値で表したもの

第三者意見 「ニッポンハムグループ 社会・環境レポート2015」を読んで

公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
理事・環境委員長
大石 美奈子

人の食を支える企業の役割

人が生きていくために「食」は必要不可欠です。身体が成長する時期、またスポーツ時など、それぞれ必要な量や栄養素は変わります。

身体だけでなく心の成長にも「食」の影響は大きく、食生活の乱れや個食化が指摘されるなか、いつ、どこで、何をどのように食べるのか、私も含めて全ての人にとって大きな課題となっています。

ニッポンハムグループは「食べる喜び」を届けることを企業理念として掲げ、本レポートでも、食物アレルギーをお持ちの方々への商品や情報の提供、また、子どもたちやスポーツ選手に向けた食育活動など様々な実践が報告されています。この「生命（いのち）の恵みの大切さ」「食べることの大切さ」についてより多くの方々とコミュニケーションを重ね、レシピ等を通して「楽しく健やかな暮らし方」を伝えていくことが御社の大きな役割だと感じています。

食と環境

自然の中で育つ動物や植物を原料とし、お肉やハム・ソーセージなどの加工食品を販売する御社にとって、環境は事業の根幹を支えるものです。餌となる植物も同様で、自然環境の保全があって初めて事業は成り立ちます。環境負荷低減の取り組みを定量化し、目標を掲げ、その結果できなかったことも含め正直に報告されていることに好感をもちました。

生産増に伴い家畜の排せつ物の増加が課題となっていますが、資源化や廃棄物削減とともに、今後も周囲への環境影響についても適切に管理していただきたいと思います。

他方、商品の容器包装軽量化やカーボンフットプリントへの継続的な取り組みは、消費者が食と環境のつながりを感じるきっかけとして必要であり有効だと思います。地球温暖化が進んだせいか春や秋が短い、日本でも竜巻が起こるなど、様々な影響が生じつつありますが、私たち消費者は自分たちの普段の生活が環境に影響を与えていることにはなかなか気が付きません。

この状況を変えるために、消費者は商品を選ぶ場面でカーボンフットプリントなどの環境ラベルから環境のことを考える、また、御社は流通各社とも協力して消費者に様々な環境情報を伝え続けていただきたいと思います。それぞれの立場で食・環境を考え実践していくことが求められています。

グローバル化が進む社会の一員として

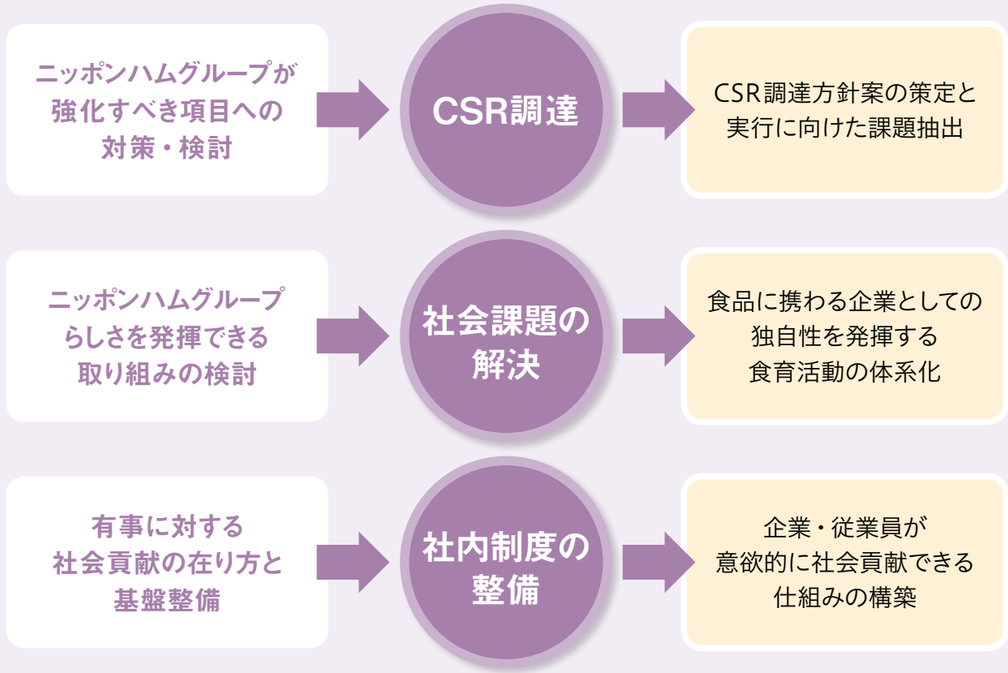
御社のコンプライアンスをベースとした様々な取り組みは誠実な企業姿勢の現れで、事業活動のグローバル化を進めていく中で大切な基盤になっていると思います。まずは具体的なビジョンを掲げ、様々なステークホルダーやサプライチェーンとともに、よりよい社会の実現に向けて行動されることを期待します。

公益社団法人　日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）
1988年6月に通商産業省（現 経済産業省）の許可を得て設立された公益社団法人です。NACSは「消費者利益と企業活動の調和を図り、社会に貢献する」ことを目的に、全国7支部の会員約3,200名（2015年3月現在）の方々が消費者関連分野で活動されています。

「CSRプロジェクト」活動レポート

2014年度、10回にわたり推進した「CSRプロジェクト」は、2006年に策定した「ニッポンハムグループ　CSRの考え方」をさらに発展させる目的で行われ、メンバーは各事業部より15名の従業員が参加しました。

このプロジェクトでは、ニッポンハムグループに対する社会からの要請や社外からの評価、グループブランド価値の向上を図るCSRの在り方・具体策などを含め、下記の3つのテーマについて検討しました。



編集後記

このたびは、本レポートをお読みいただきまして誠にありがとうございます。

本レポートは、2014年版のレポートに対する約1,000名の皆様からいただいたご意見等を参考に従業員みずからが原稿を執筆し制作しました。特に読者の皆様が関心の高いテーマや社会課題の解決に向けた取り組み等を中心に掲載しています。なお関連する情報の詳細はウェブサイトをご覧いただけましたら幸いです。

今後も社会の皆様と円滑なコミュニケーションを通して活動を充実させてまいります。皆様のご意見・ご要望をお待ちしております。

日本ハム（株）コーポレート本部 CSR推進部　稲野辺 健一

「ニッポンハムグループ 社会・環境レポート2015」アンケート

本レポートをご覧いただきましてありがとうございます。
今後のより良いレポート制作に向けて皆様のご意見・ご感想をいただけましたら幸いです。
なおこのアンケートは、日本ハム（株）のウェブサイトからもご回答いただけます。

日本ハムレポートアンケート2015　検索

皆様の率直なご意見・ご感想をお待ちしております。

Q.1 本レポート全般についての満足度をお聞かせください。該当する項目の□に✓をつけてください。

□ 満足　□ まあ満足　□ どちらともいえない　□ やや不満　□ 不満

Q.2 以下の項目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

Q.3 本レポートで興味を持たれたものに✓をつけてください。（3つまでお選びください）

□ P.3トップメッセージ　□ P.5対談（これまでの食、これからの食）　□ P.9［特集］食育への取り組み
□ P.11［特集］食物アレルギーの取り組み　□ P.13［特集］食とスポーツの取り組み
□ P.17［環境］事業活動におけるマテリアルフロー　□ P.19［環境］商品・サービスの環境配慮
□ P.21［環境］自然環境保全の取り組み　□ P.23［環境］環境負荷低減への取り組み
□ P.29［社会］地域社会活動　□ P.31［社会］お客様とともに　□ P.33［社会］株主・投資家の皆様とともに
□ P.35［経営］コーポレート・ガバナンス　□ P.37［経営］コンプライアンスの徹底
□ P.39［品質］人財育成への取り組み　□ P.43［品質］品質保証の取り組み
□ P.47［品質］研究・開発の取り組み　□ P.49［事業紹介］「食べる喜び」をお届けするために
□ その他（　　）

もっとも良い印象を持たれたページを教えてください。（例：P.12）　（P.　　）

Q.4 本レポートの環境への取り組み（P.15–P.28）についてどのようにお感じになりましたか？

□ 評価できる　□ ある程度評価できる　□ 普通　□ あまり評価できない　□ 評価できない

Q.5 本レポートを読まれて、ニッポンハムグループの印象はどうなりましたか？

□ とても良くなった　□ 良くなった　□ 変わらない　□ 悪くなった　□ とても悪くなった

Q.6 本レポートをどのように入手されましたか？

□ 日本ハムのウェブサイト申し込み　□ 従業員からの配付　□ 事業所の見学時
□ 展示会・説明会等　□ エコほっとライン申し込み　□ その他（　　）

Q.7 本レポートやニッポン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。
（今後、レポートに掲載してほしい内容など）

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（　　）

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：　　）
□ ニッポン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　□ ニッポンハムグループの従業員または家族
□ その他（　　）

ご協力ありがとうございました。

お問い合わせ先　日本ハム（株）コーポレート本部 CSR推進部
〒141-6014　東京都品川区大崎二丁目1番1号 ThinkPark Tower　TEL（03）4555-8084
FAX送信先　（03）4555-8179

（ミシン目が入っています。点線にそって切り離すことができます。）

ニッポンハムグループの外部認証取得状況

（2015年4月1日現在）

HACCP　Hazard Analysis and Critical Control Point

危害分析重要管理点方式。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
- 日本ハム北海道ファクトリー
- 日本ハムファクトリー
（茨城工場、静岡工場、兵庫工場、小野工場、徳島工場、長崎工場）
- 協同食品
- トーチクハム
- 東北日本ハム
（山形工場、山形第2工場）
- 南日本ハム 製造工場・特需工場
- 日本ルナ
（京都工場、関東工場）
- 中日本フード

アメリカ
- デイリーフーズ
- レドンド

オーストラリア
- ワイアラビーフ ワイアラ牧場
- オーキービーフ エキスポート
- ウィンガム ビーフ エキスポート
- T.B.S

中国
- 山東日龍食品
- 山東未来食品

メキシコ
- NHフーズ・メキシカーナ

タイ
- タイ日本フーズ
- タイ日本ベジタブル

ベトナム
- NHフーズ・ベトナム

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。品質の良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、品質保証部、お客様サービス部、加工事業本部 管理統括部 品質保証室、加工事業本部 営業本部 営業品質保証課・営業管理課・百貨店課、ハム・ソーセージ事業部）
- 日本ハム北海道ファクトリー
- 日本ハムファクトリー
（管理本部、品質保証室、茨城工場、静岡工場、兵庫工場、小野工場、徳島工場、長崎工場）
- 協同食品
- ジャパス 青森プラント
- トーチクハム
- 東北日本ハム
（本社、製造1課、製造2課）
- 日本ハム食品
（関東プラント、桑名プラント、関西プラント）
- 日本ハム惣菜
（本社・新潟工場、北海道工場、宮崎工場）
- 日本デイリーネット
（本社、東日本事業部、筑西センター、常総センター、川崎センター、中日本事業部、名古屋センター、西日本事業部、寝屋川センター、仙台センター、浜松センター、北陸センター、九州センター）
- 南日本ハム
（惣菜部、製造部）
- 函館カール・レイモン 本社・工場
- 鎌倉ハム富岡商会
- 高松ハム
- 日向農産加工 DF工場
- 宝幸
（八戸工場、ロルフ大和工場、大和工場、大刀洗工場）
- マリンフーズ 三重工場
- 日本ルナ 本社・京都工場
- 日本ピュアフード
（本社、青森プラント、青森工場、船橋プラント、西宮プラント、愛媛プラント、宮崎工場、鹿児島工場）

オーストラリア
- ワイアラビーフ ワイアラ牧場

中国
- 烟台宝昌食品
- 山東日龍食品

タイ
- タイ日本ベジタブル
- タイ日本フーズ

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
（本社・アレルギーケア工場）
- 日本ハム惣菜
（本社・新潟工場、北海道工場、宮崎工場）
- 南日本ハム 食材部
- 宝幸 ロルフ西宮プラント

オーストラリア
- ワイアラビーフ ワイアラ牧場

中国
- 天津龍秦食品
- 烟台宝昌食品

FSSC22000　Food Safety System Certification 22000

国際食品安全イニシアチブ（GFSI）が2010年に制定。ISO22000および食品安全のための前提条件プログラムISO／TS22002－1を統合した食品安全システムの国際認証規格です

日本
- 日本ハム惣菜
（本社・新潟工場、北海道工場、宮崎工場）
- 宝幸 ロルフ西宮プラント

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
- 南日本ハム 食肉工場
- 宮崎ビーフセンター
- 日本ホワイトファーム
（知床生産部、札幌生産部、東北生産部、宮崎生産部）
- 日本ホワイトファーム
（知床食品工場、札幌食品工場、東北食品工場、宮崎食品工場）
- インターファーム
（知床事業所、道南事業所、東北事業所、九州事業所）
- ニイプロ
（食品工場、細越農場）
- 日本フードパッカー
（本社・青森工場、道東工場、道南工場、川棚工場、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
- ウスネ

アメリカ
- デイリーフーズ

BRC　British Retail Consortium

英国小売協会策定の食品安全規格。品質や法令順守に関する要求事項も含まれ、GFSI承認規格の中で欧州諸国や米国を中心に最も普及しています。

オーストラリア
- T.B.S
- オーキービーフ エキスポート
- ウインガム ビーフ エキスポート

タイ
- タイ日本フーズ

ISO 14001　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、中部圏営業グループ、コーポレート本部 CSR推進部）
- 日本ハム北海道ファクトリー
- 日本ハムファクトリー
（茨城工場、静岡工場、兵庫工場、小野工場、徳島工場、長崎工場）
- 協同食品
- ジャパス 青森プラント
- 東北日本ハム 山形工場
- 日本ハム食品
（関東プラント、桑名プラント、関西プラント）
- 日本ハム惣菜
（本社・新潟工場、北海道工場、宮崎工場）
- 南日本ハム 本社工場
- 日本ルナ
（本社・京都工場、関東工場、首都圏営業所）

オーストラリア
- ワイアラビーフ
（ワイアラ牧場、キングアイランドシーライト農場）

ISO／IEC 17025　International Organization for Standardization / International Electrotechnical Commission

ISOが1999年に制定した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、加工事業本部 商品開発研究所 検査分析課）
- 南日本ハム 品質保証室 商品検査課

タイ
- タイ日本フーズ

OHSAS18001　Occupational Health and Safety Assessment Series

国際コンソーシアムが1999年に発行した「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、北海道工場、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世代家族の笑顔があふれる食生活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）と分かり、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で活躍されています。

「ニッポンハムグループ 社会・環境レポート 2015」は、環境やユニバーサルデザインに配慮した印刷物として 以下のマークが付与されています。

カーボンフットプリントの取り組み

430g
CO_2

CO_2の「見える化」
カーボンフットプリント
1冊あたり
http://www.cfp-japan.jp
CR-BS03-15014

「ニッポンハムグループ　社会・環境レポート 2015」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430ｇ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CO_2の量に換算した数値です。

印刷における環境配慮

Waterless Printing. Naturally.

印刷工程で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。

VEGETABLE OIL INK　NIK VOC FREE

揮発性有機化合物（Volatile Organic Compounds）を含まない植物油100%のインクを使用しています。

用紙における環境配慮

FSC www.fsc.org　ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C006469

この印刷物は適切に管理された森林からの原料を含むForest Stewardship Council®（森林管理協議会）が認証する用紙を使用しています。

ユニバーサルデザインによる配慮

'15 CUD COLOR UNIVERSAL DESIGN

色覚の個人差を問わずできるだけ多くの方に見やすい「カラーユニバーサルデザイン」を採用しています。

UD FONT

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。

▼SPコード

本レポートには、目の不自由な方にもご理解いただけるよう、誌面内容を音声で読み上げる「SP（音声）コード」を採用しています。SPコードの「読み上げ装置」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。

読み上げ装置

2015年6月発行