

ニッポンハムグループ CSRレポート

Nipponham Group Corporate Social Responsibility Report 2016

2016 WEB版



Nipponham Group

人輝く、食の未来



ニッポンハムグループの概要

事業概要

ニッポンハムグループは、1942年に創業しハム・ソーセージの製造・販売から始まりました。現在では食肉をはじめ加工食品、水産物、乳製品、乳酸菌飲料、天然系調味料、健康食品など13の食の領域で活動しています。現在では、93社がアジア、欧州、米州、豪州など世界19の国と地域で事業を展開しています。



会社概要

商号：日本ハム株式会社／NH Foods Ltd.
本社所在地：大阪市北区梅田二丁目4番9号
 ブリーゼタワー
代表取締役社長：末澤 壽一
設立年月日：1949年5月30日
資本金：24,166百万円(2016年3月31日現在)
決算期：3月31日
【ニッポンハムグループ】
グループ会社数：93社※1
従業員数※2：単体／2,358人
 連結／29,404人
売上高※3：単体／791,426百万円
 連結／1,240,728百万円
営業利益※3：連結／46,340百万円

※1 2016年4月1日現在

※2 2016年3月31日現在 臨時従業員(パートタイマー・準社員・嘱託契約従業員)の期間平均雇用人数で概数表記。派遣社員は除く。

※3 2015年4月1日～2016年3月31日

事業所

自社農場：国内121カ所 海外34カ所

水産養殖場：国内2カ所

製造工場：国内74カ所、海外26カ所

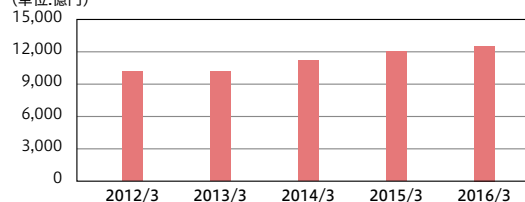
物流・営業拠点：国内325カ所、海外36カ所

研究・検査拠点：国内3カ所

(2016年4月1日現在)

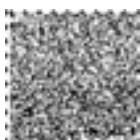
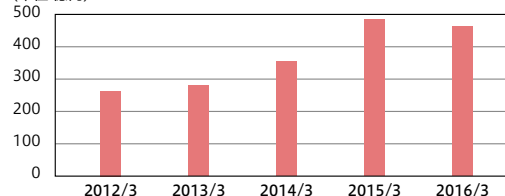
■売上高(連結)

(単位:億円)



■営業利益(連結)

(単位:億円)



編集方針

本レポートは、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、より多くの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発行しています。

今回は、従来の環境・社会・ガバナンスの報告に加えて、CSRにおける重要課題の概要や人材に関する各種データの充実を図りました。そのほか、ニッポンハムグループの特長的な活動として食とスポーツ、食物アレルギーの取り組みを報告しています。

■対象組織

日本ハム（株）を含む国内グループ会社

■対象期間

データは2015年4月1日～2016年3月31日の実績です。

活動については、直近の内容も採用しています。

■参考にしたガイドライン

- ・GRI「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン（第4版）」
- ・環境省「環境報告ガイドライン（2012年版）」

GRI「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン（第4版）」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。

■発行

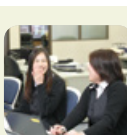
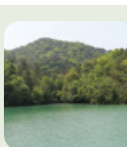
2016年6月
（次回は2017年6月発行予定）

*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。

—CSRレポートに関するお問い合わせ先—
日本ハム株式会社 コーポレート本部
CSR推進部

TEL: 03-4555-8084
FAX: 03-4555-8179

Contents — 目次 —

ニッポンハムグループの概要 事業概要 会社概要 編集方針 事業紹介	1 ページ
 トップメッセージ	3 ページ
 ニッポンハムグループのCSR 企業理念／グループブランドの約束 「CSRにおける5つの重要課題」の概要 ステークホルダーとの連携	5 ページ
 経営の基盤 コーポレート・ガバナンス コンプライアンスの推進	15 ページ
 品質保証の取り組み 品質保証体制 お客様とのつながり 食物アレルギーの取り組み	19 ページ
 研究・開発の取り組み 機能性食品素材の商品開発 食品検査キットの研究・開発	27 ページ
 食とスポーツの取り組み スポーツ選手の栄養サポート スポーツを通じたCSR活動 食育への取り組み	29 ページ
 人材の取り組み 人材の基本的な考え方 グローバル人材の育成 働きやすい職場環境づくり	35 ページ
 環境への取り組み 事業活動と環境影響 環境活動の見える化 自然環境の保全に向けて	41 ページ
 事業紹介 総合力を生かした商品づくり 海外における商品づくり 食文化の発展に向けて	53 ページ
 社会との取り組み 地域の皆様とともに 株主・投資家の皆様とのつながり	61 ページ
第三者意見 外部認証取得状況	65 ページ



「食」の担い手としての使命を認識し、 世界で一番の「食べる喜び」をお届けする会社へ



03

Nipponham Group CSR Report 2016

日本ハム株式会社
代表取締役社長

末澤 寿一

創業から続く

ニッポンハムグループのCSR

「社業が国民の食生活の向上とともに発展するという自覚をもってしごとをする」。これは、1963年に、創業者大社義規が書き下ろした「われわれの信条」の一文です。食を通して社会に貢献するという考え方はニッポンハムグループのCSRの原点であり、仕事に対する基本姿勢といえます。

その「われわれの信条」の精神は、現在の「企業理念」に受け継がれています。「企業理念」の意味を従業員一人ひとりが十分に理解し、それぞれの立場に応じて、自分自身の言葉で社内外に伝えられるようになってくれることを願っています。

「CSRにおける5つの重要課題」を特定

現在の世界を見渡すと、人口増加や経済成長に伴う食資源の枯渇・気候変動、そして社会全体の持続可能性が懸念されており、国家の枠を超えた国際的な取り組みが求められています。

これら社会課題への対応として、2015年9月には、国連サミットにおいて2030年までに達成すべき「持続可能な開発目標(SDGs)」が採択されました。また、2015年11月には、フランス・パリにて「COP21」が開催され、気候変動に対する2020年以降の新たな枠組みとなる「パリ協定」が採択されました。

ニッポンハムグループにおいても、一企業市民として取り組むべき課題、ニッポンハムグループの人的・技術的な資源を有効に活用できる課題を明確にするため、社外有識者、従業員などさまざまなステークホルダーの意見を取り入れながら、





CSRの重要課題の特定を進めてきました。

そして、2016年1月、「安全・安心な食品づくり」、「食とスポーツで心と体の元気を応援」、「従業員が生き生きと活躍できる職場」、「将来世代の食の確保」、「地球環境の保全」の5項目を特定しました。これらはニッポンハムグループにとって事業活動を行う上で重要なテーマと位置づけています。その中でも特に、私たちに求められることは、「安全・安心な食品づくり」であり、「将来世代の食の確保」であると認識しています。

将来、気候変動により穀物収穫量が大幅に変化する予測があり、また、畜産業への影響も既に現実のものとなっています。「食」を育む基盤である地球環境を保全すること、そして、その環境の中で継続的に食料を供給することに対して、ニッポンハムグループが持つ資源を有効に役立てていきます。

グローバルにおける 「安全・安心な食品づくり」

ニッポンハムグループは現在、19の国と地域で事業展開しています。今後、グローバル企業への加速を進める上で、CSRの重要課題のひとつである「安全・安心な食品づくり」の取り組みにあたっては、グローバルを視野に入れた品質保証体制の構築を進めていきます。

ニッポンハムグループには、日本の消費者の皆様が育てられた信頼と実績を基にした強みがあります。それは、安全を担保する品質保証体制であり、消費者の多様なニーズに合わせた商品の企画・設計力です。この強みを活かして「安全・安心な

食品づくり」によって世界中のお客様から選ばれるニッポンハムグループとなり、「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。

約3万人の従業員の力をあわせて 「世界で一番の食べる喜び」につなげる

ニッポンハムグループはステークホルダーの皆様の期待と要請にお応えし、社会課題の解決に取り組めます。「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が事業活動の基盤となり、継続的な成長と発展につながります。そのためにも、ニッポンハムグループにおいて業務に従事するすべての「従業員が生き生きと活躍できる職場」の実現を目指します。

約3万人のニッポンハムグループ従業員一人ひとりのCSRの重要課題に向けて踏み出す一歩が、世界で一番の「おいしさ」を生みだし、お客様にお届けすることで世界で一番の「食べる喜び」につながると確信しています。いつまでも変わらぬ美味しさと、安全・安心な商品をお届けし、社会からの信頼に対して誠実に行動していきます。

従業員が力をあわせ、事業活動を通じたCSRの重要課題の解決に取り組むことによって、ニッポンハムグループの商品・サービスが選択され、ブランド価値の向上・企業価値の向上につながるものと考えています。

これからも、ニッポンハムグループは「企業理念」を実現し社会に貢献することで、社会に必要とされる企業であり続けたいと思っています。



企業理念／グループブランドの約束

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。

企業理念

ニッポンハムグループの社会における存在意義を示すものであり、経営の最も高次の目的です。グループ全員でこの理念を共有して、企業活動・業務に取り組むことがグループ経営の根幹となります。

経営理念

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

経営理念

事業活動の大指針となるもの、企業理念で示した目的を達成するための基本的な方向性・考え方など経営姿勢を表明したものです。

■ NIの構成

NIとは、Nipponham Group Identityの略でニッポンハムグループのあるべき姿を体系的に示すと同時に、グループの独自性や個性を表しています。

企業理念

経営理念

行動指針





グループブランド

ニッポンハムグループ全員で共有するビジョンや価値観を象徴するものです。「グループとして何を目指し、何を大切にしていくか」というグループの意思を表しています。

グループブランドの約束

おいしさの感動と健康の喜びを
世界の人々と分かち合いたい

私たちは
いのち
生命の恵みを大切にして、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

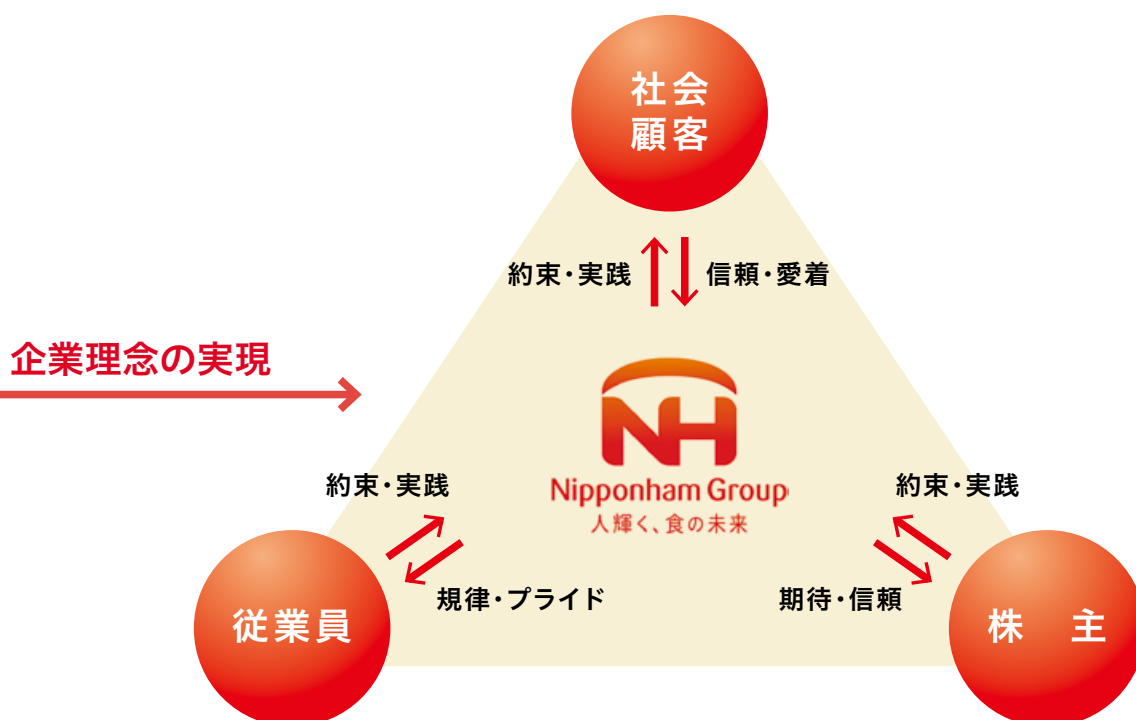
そして、時代に先駆け食の新たな可能性を切り拓き
楽しく健やかなくらしに貢献する

グループブランドの約束

ニッポンハムグループの目指すべき姿を、ブランドを通して接するすべてのステークホルダーに約束(コミットメント)するものです。

■グループブランドの位置づけ

グループブランドは、社内外にコミュニケーションするものです。企業理念の実現を目指す、社会や顧客、株主との約束であり、グループ全員の誓いとなります。



CSRの重要課題特定のプロセス

Step1

評価対象項目抽出 と初期スクリーニング

[2015年7月]

【実施事項】

- ・「DJSI」、「ISO26000」、「GRI」、「ニッポンハムグループ社会・環境レポート」、社史、他社の取り組み状況などを参考にして、社会課題から評価項目を抽出し整理
- ・評価対象項目を整理しスクリーニングを実施
- ↓
- ・初期対象項目の147項目について項目整理と簡易評価を行い、一次スクリーニングで59項目を抽出
- ・59項目からさらに整理・統合を行い、重要課題の候補となる30項目を抽出

Step2

アンケート、ヒアリングによる ステークホルダーの意見集約

[2015年8月～11月]

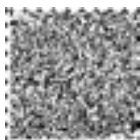
【実施事項】

- ・お取引先・お客様・株主・投資家・従業員の皆様にアンケート
- ・社外有識者へのヒアリング
- ・当社役員へのヒアリング
- ↓
- ・上記意見を踏まえ、重要課題の仮説を設定

■ Step2-アンケート、ヒアリングによるステークホルダーの意見集約

下記の対象者にアンケートおよびヒアリングを実施しました。有識者へのヒアリングでは、社外有識者が特に重視する項目を明らかにしました。

アンケート対象		ヒアリング対象	
お客様	・日本ハムファミリー会会員 (63名) ・お得意先 (3社3名)	社内	・ニッポンハムグループ役員 (7名)
取引先	・お取引先 (5社5名)	社外	・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 氏 ・株式会社 今治・夢スポーツ 代表取締役 岡田 武史 氏 ・株式会社 資源・食糧問題研究所 代表 柴田 明夫 氏 ・シンクタンク・ソフィアバンク 代表 藤沢 久美 氏 ・麗澤大学 大学院 経済研究科 教授 高 巖 氏
株主・投資家	・株主・アナリスト (5社6名)		
従業員	・経営セミナーメンバー (14名) ・グループ従業員 (17名)		



Step3

ステークホルダー・ダイアログ※の実施と
CSRの重要課題の確定

[2015年12月～2016年1月]

【実施事項】

- ・重要課題案について、社外有識者と当社役員によるステークホルダー・ダイアログを実施
↓
- ・ステークホルダー・ダイアログのご意見を踏まえ「CSRにおける5つの重要課題」を特定
↓
- ・ガバナンス会議・取締役会にて、「CSRにおける5つの重要課題」を最終確定

Next

「5つの重要課題」を
中心としてCSRを推進

[2016年4月～]

【今後の計画】

- ・「企業理念」を経営の根幹とし、ステークホルダーとの対話を大切にしながら、コンプライアンスを基盤に、特定した5つの重要課題を中心としてCSRを推進
↓
- ・CSR活動のPDCAサイクルを回すため、KPI（主要取り組み指標）を策定

■ Step2-「食への取り組み」に関する有識者からのご意見（抜粋）



柴田 明夫 氏

商品の原料を将来の世代も利用できるような配慮：グローバル化で海外への依存度が高まり食料自給率が低下している。21世紀に入り、食料市場・価格が不安定化している



岡田 武史 氏

食や食文化についての知識の普及や啓発：子どもたちの生きる力を育む意味で重要



高 巖 氏

食物アレルギーへの対応：企業理念に通じる取り組みで、世の中のできるだけ多くの人に「食べる喜び」を提供したいという考えを反映している



大石 美奈子 氏

家畜の骨や皮、排せつ物などを無駄にせず活用する取り組み：家畜の排せつ物の問題は大きく、国内循環という観点から非常に重要



藤沢 久美 氏

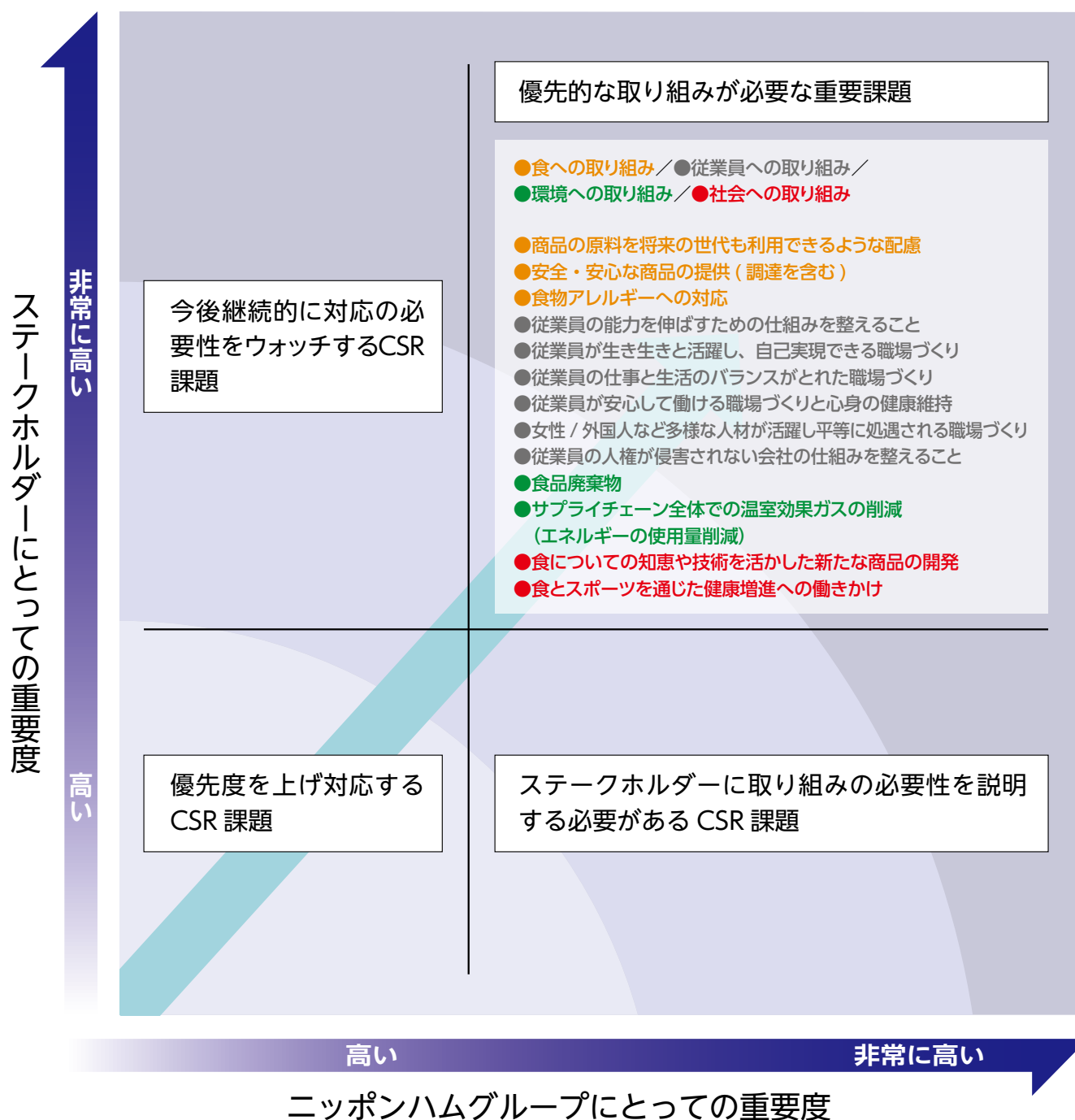
食とスポーツを通じた健康増進への働きかけ：世界的に子どものスポーツ時間が減っている。オリンピックが開催されることも考えると最優先で取り組むべき課題

※ステークホルダー・ダイアログ：環境、社会などの取り組みについて、ステークホルダー（利害関係者）の方々と対話すること。



CSRの重要課題の整理

ニッポンハムグループが非常に重要と考える項目と外部のステークホルダーが非常に重要としている項目から、下記マップのとおり重要課題項目を設定しました。
そして、ステークホルダー・ダイアログを開催し、設定した重要課題項目について内容を検証したうえで、重要課題項目として特定しました。



「CSRにおける5つの重要課題」の確定

ニッポンハムグループは、企業理念を経営の根幹とし、ステークホルダーとの対話を大切にしながら、コンプライアンスを基盤に5つの重要課題を中心としてCSRを進めてまいります。
そして、社会とニッポンハムグループが共にこれらの課題に取り組むことが、持続可能な社会の構築につながると考えています。



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。



「CSRにおける5つの重要課題」の概要

CSR 重要課題 -1

「安全・安心な食品づくり」



「食べる喜び」をお届けする企業として、安全・安心のために品質を徹底的に追求することは基本です。また、より多くの皆様に安全・安心をお届けするため、食物アレルギーの取り組み、サプライチェーンの安全性などを追求していきます。

CSR 重要課題 -2

「食とスポーツで心と体の元気を応援」



食とスポーツを手がける企業として、心と体の健康づくりに貢献していきます。そのために、食育活動、食文化の普及、スポーツの振興などを推進していきます。

CSR 重要課題 -3

「従業員が生き生きと活躍できる職場」



ニッポンハムグループは、「従業員が真の幸せと生き甲斐を求める場」となることを目指しています。そのために、従業員の意識・能力開発、ワークライフバランス、ダイバーシティ、心と体の健康維持、人権への対応などに必要な施策を推進していきます。

CSR 重要課題 -4

「将来世代の食の確保」



世界的な人口増加や経済成長に伴い、食資源への需要は増加する一方、供給にはさまざまな制約があります。また、国内では、畜産業の衰退が懸念されています。将来世代の食を確保するため、食品原材料の持続可能性への対応、国内畜産業の振興などを推進していきます。

CSR 重要課題 -5

「地球環境の保全」



気候変動などの地球環境問題は、すべての企業が責任を持って取り組む必要があります。サプライチェーンにおける温室効果ガスの排出量削減、エネルギー利用の効率化を進めると同時に廃棄物の発生抑制と食品廃棄物の削減を進めていきます。



ステークホルダーとの連携

■テーマ

「CSR推進における重要課題について」

・日時：2015年12月14日（月）

・場所：日本ハム（株）東京支社



ニッポンハムグループが重点的に取り組むべきCSR課題について、社外専門家の皆様の視点からご意見をうかがい、作成中の重要課題案を検証するために、ステークホルダー・ダイアログを実施しました。

今回のダイアログでは、ニッポンハムグループの重要課題を特定する上で重視すべき点やニッポンハムグループに対する要請や今後への期待など、幅広いご意見をいただきました。

■参加者のご意見

藤井 良広 氏



企業は、街のステークホルダー。高齢者、防災、教育などもそうです。社会課題に対し「企業が何かできるのでは」という発想と取り組みが、ブランド力アップやマーケティングに必ずつながっていきます。

藤沢 久美 氏



社会において企業の果たす役割は、CSRという枠を超えて非常に大きくなっています。ニッポンハムグループは、新しい社会づくりを担うトップランナーになっていただけると期待しています。

大石 美奈子 氏



企業の信頼構築にはコミュニケーションが大切です。取り組みの背景などストーリーとして伝えていけると、消費者からの信頼と共感につながっていくので、ぜひ意識していただきたいと思います。

ステークホルダーからのご意見

CSR 重要課題-1 「安全・安心な食品づくり」について

- ・ 企業にとっての安全と消費者にとっての安心は意味が異なる。消費者に安心してもらうには、コミュニケーションが重要。ここまで取り組んでいるということを、消費者にしっかりと伝えるべき。
- ・ 情報の出し方は、悩ましいところもあるかもしれないが、自社の哲学を示して、すべての情報をわかりやすく見せるほうが、信頼されるのではないか。
- ・ ステークホルダーごとに伝えるべき内容は異なる。それぞれのステークホルダーに、何を伝えるべきか、考えてコミュニケーションすべき。



CSR 重要課題-2 「食とスポーツで心と体の元気を応援」について



- ・ 最近の子どもたちは、食べ物がどのように作られているのかわからない。そうした子どもたちに適切な知識を教えるべき。それが、食に関わる仕事に就く人を増やすことにもなる。
- ・ スポーツに関しても、最近の子どもたちの運動時間は減っている。子どもたちがスポーツをする環境を整備することが重要。
- ・ 高齢者についても、運動をして肉を食べる人のほうが健康。そうした啓発活動は、ニッポンハムグループのビジネスにも貢献する。
- ・ 従業員が先生となって学校を訪問して教えることで、従業員も成長するのではないか。

CSR 重要課題-3 「従業員が生き生きと活躍できる職場」について

- ・ 従業員は、すべての企業活動の源泉であり、従業員が生き生きと活躍することは、もっとも大事ではないか。
- ・ 従業員が自社の理念や活動に誇りを持って行動することで成長につながる。
- ・ 食に関わることは、素晴らしい仕事である。従業員がそういう意識、やりがいを持って働けるようにすべき。
- ・ 従業員がチャレンジするためには、リスクテイクや失敗を評価する人事評価制度が必要。
- ・ 従業員に海外や地方の課題を解決するようなミッションを与えて取り組ませると、成長するのではないか。有能な若者は、社会に役立つ取り組みへの関心が高い。



CSR 重要課題-4 「将来世代の食の確保」について

- ・世界の人口・食料需要が増える中、消費者の需要に応えるためには、国内の供給を維持していくことが重要。
- ・国内畜産業の継続振興のためには、乳業企業などとも連携し、業界をあげてさまざまな取り組みを進めていくべき。
- ・ものづくりなどでも、それらの技術を伝承していくことが大事という議論があるが、畜産においても、国内の畜産業を維持していくべき。

CSR 重要課題-5 「地球環境の保全」について

- ・生き物は、メタンガスや排せつ物を排出する。これを再利用したり、オフセットしたりする取り組みが求められる。
- ・排せつ物をバイオマスとして利用するなどの取り組みが考えられるが、環境に配慮したモデル牧場を作ってみるのはどうか。
- ・カーボンフットプリントを示すことも重要だが、どれだけ削減しているかを示すことも大事。

皆様のご意見を受けて

家ちくの排せつ物のさらなる有効活用や、将来世代の食を確保する上での当社への期待など、有益なお話を伺うことができました。いただいたご意見を参考に、私たちは、たんぱく質を基軸にした商品を提供する企業として、社会の発展に寄与していきたいと思っています。さらに安全な商品をお届けするのは当然のことですが、何がどのように安全なのか、お客様に安心していただけるようにしっかりと情報発信を行っていきます。そして、5つの重要課題を実現し、社会に必要なだと思っただけ企業を目指していきたいと思っています。

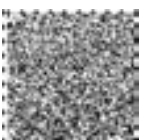


日本ハム(株)
代表取締役社長
末澤 寿一

お話を伺い、ステークホルダーごとに、伝えるべき情報や伝え方が異なること、そのコミュニケーションの重要性を再認識しました。ステークホルダーである従業員自らが、食に関わる仕事の素晴らしさと、企業理念である「食べる喜び」を自分の言葉で語り、仕事に誇りとやりがいを持てるようにしたいと思います。そうすることで、従業員とともに食品企業として食文化を創造し社会に貢献していきたいと思っています。



日本ハム(株)
代表取締役副社長
畑 佳秀



経営の基盤

ニッポンハムグループは、93社が世界の19の国と地域で総合力を高めるために、役員や従業員の役割と責任を明確化し、持続的な成長に向けて会社を運営しています。

コーポレート・ガバナンス

ニッポンハムグループは、コンプライアンス経営の徹底とコーポレート・ガバナンスの充実を図り、グループ全体の経営の透明性と効率性を高め、企業価値の向上を目指しています。

今後もステークホルダーに対する説明責任を確実に果たし、さらなる信頼を得ていきたいと考えています。

ニッポンハムグループが担う社会的責任を果たし「世界で一番の食べる喜びをお届けする会社」の実現に向けて、最適と考えるガバナンス体制を構築、機能させるため、その充実に継続的に取り組んでいきます。

その基本的な考え方と枠組みをまとめた「ニッポンハムグループ・コーポレート・ガバナンス基本方針」を2015年11月に制定しました。

基本体制

■経営の仕組み

経営監視機能を担う取締役の員数は、迅速かつ適切な意思決定および取締役会が負う責務の範囲を考慮して12名以下とし、取締役会をサポートする本社部門、委員会の充実を図っています。

取締役の任期は、年度ごとの経営責任を明確にする上でも1年としています。

■社外取締役の機能

取締役会の透明性を担保するために、原則として複数名の社外取締役を選任することを基本としています。現在2名の社外取締役は、定例および臨時の取締役会に出席し、客観的立場から意見陳述およびアドバイスをを行っています。

■監査機能

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

VOICE

コーポレート・ガバナンスを確実に機能させ、グループの社会的責任を果たす

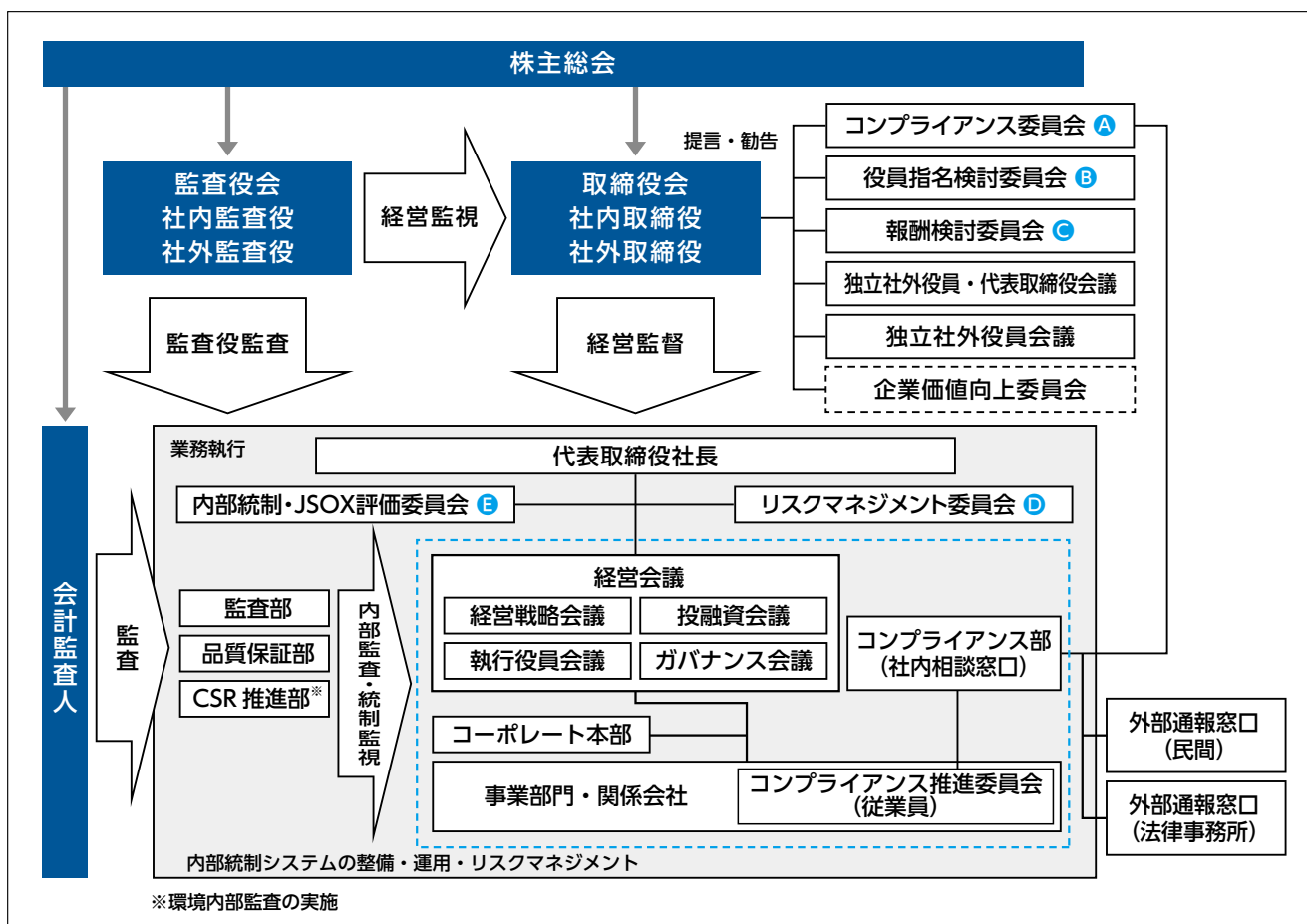
ニッポンハムグループでは、グループ全体のコーポレート・ガバナンス基本方針の制定とともに、改めて、株主・顧客・消費者の皆様・従業員および将来の社会全体の利益に配慮して企業価値の向上を目指すべく、幅広いステークホルダーとの対話を通してCSRの重要課題について議論を重ね、2016年1月に「CSRの5つの重要課題」を設定しました。

この重要課題への取り組みを着実に進めていくためにも、コーポレート・ガバナンスがグループ全体で確実に機能するよう引き続き努めてまいります。最適なガバナンス体制を基礎に、それを実効あらしめる日々の誠実な努力と工夫を積み重ねて、ニッポンハムグループが果たすべき社会的責任に従業員全員でしっかりと取り組んでいきたいと思ひます。



日本ハム(株)
社外取締役
片山 登志子

コーポレート・ガバナンスの体制図



■ガバナンスの実効性の確保に向けて

A 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

B 役員指名検討委員会

役員候補者の検討など

C 報酬検討委員会

役員報酬の検討など

D 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

E 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

Topics

第4回「企業価値向上表彰」優秀賞を受賞

日本ハム(株)は2016年1月に東京証券取引所による「第4回企業価値向上表彰」において、「優秀賞」を受賞いたしました。資本コストを上回る企業価値の創造を目指す「企業価値向上経営」を高いレベルで実践しているとの評価をいただきました。



コンプライアンスの推進

ニッポンハムグループは、2002年よりコンプライアンス推進の専門部門を設置し社会の皆様のご期待にお応えできるよう努めてきました。
日本で一番誠実な会社を目指し、取り組みを進めていきます。

コンプライアンス推進態勢

■コンプライアンス委員会

日本ハム(株)の社長を委員長として、ニッポンハムグループ全体のコンプライアンスの方針策定と推進態勢の整備などを総合的に検討、状況確認します。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っています。

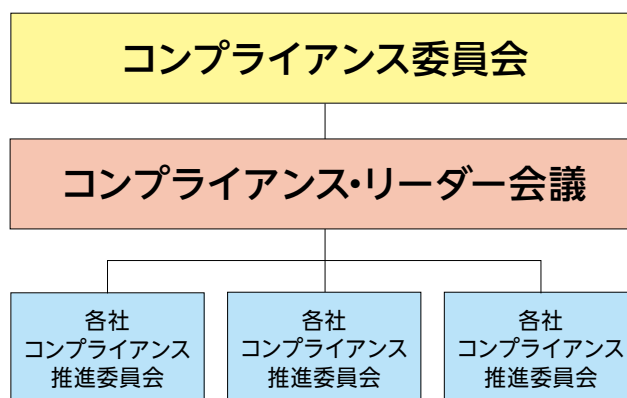
■コンプライアンス・リーダー会議

グループ各社・各事業部のコンプライアンス推進委員会から選出されたコンプライアンス・リーダー(51社・121名)が年4回定期的に集まり、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策について、討議・決定するとともに情報共有を図っています。

■コンプライアンス・リーダーの役割

コンプライアンス・リーダーの最も重要な役割は、「明るく元気で働きやすい職場づくり」を率先して行うことです。2015年度は、現場をよく知るコンプライアンス・リーダーが職場のコンプライアンス問題を未然に防止する施策をまとめ、日本ハム(株)の社長をはじめ経営層に「7つの提言」を行いました。その提言の中には、コンプライアンス・リーダー会議の活性化、ハラスメント撲滅、コンプライアンス相談対応などがあります。日々の価値判断や行動に活かすために、今後2年間ですべてのグループ従業員が「7つの提言」の具現化に取り組めます。また2016年にはニッポンハムグループのコンプライアンス活動の原点となった2002年に起こした不祥事の内容をまとめたDVDを制作しました。

推進態勢図



■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、具体的な活動(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。

グループ規模の拡大や新たな人財が年々増加するなかで、当時の不祥事を風化させることがないようDVDなどを活用し、コンプライアンス浸透を図っていきます。



2016年度コンプライアンス・リーダー会議 議長・副議長

※「態勢」と「体制」の違い：「態勢」物事に対処するための身構えや状態。「体制」統一的・全体的な仕組み・システムなど。

風通しの良い職場づくり

■行動基準の改訂

コンプライアンスは、「新中期経営計画パート5」におけるすべての企業活動の土台となる重要な位置づけであり、さらなる浸透・定着を図る必要があります。

「日本ハムグループ行動基準」は、グループ従業員の日々の行動のあり方を示した基本となるものです。前回の改訂から3年が経過し、その間の法改正や社会情勢の変化、職場における課題や意見を取り入れながら、時代に適応し、実務に即した内容に改訂しました。この行動基準の達成に向けて、明るく元気で働きやすい職場の実現を目指しています。

「日本ハムグループ行動基準(第6版)」
(2016年4月1日改訂)



■コンプライアンス強化月間

ニッポンハムグループでは、毎年8月を「コンプライアンス強化月間」とし、コンプライアンス大会や勉強会などを集中的に実施しています。また5月～6月にかけて、グループ従業員より、コンプライアンスの標語を募集し、2015年度は14,428作品(前年比:105.1%)の応募がありました。なお標語の優秀作品は強化月間に向けて作成するポスターに掲載し、コンプライアンス意識の啓発を図っています。



■コンプライアンス階層別研修の実施

グループ各社社長および管理職を対象に、コンプライアンス研修を実施しています。

経営層についてはコンプライアンス浸透活動の最高責任者としての見識の向上を目的に、社会からニッポンハムグループに寄せられる期待の変化や最新の企業コンプライアンスの理解を図っています。

管理職については職場の運営責任者としてのマネジメント力向上を目的とした実践型の研修を取り入れています。



管理職研修の様子

■コンプライアンス事業所訪問

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に2013年度より実施しています。コンプライアンス部が全国の事業所を訪問し、事業所内の雰囲気や業務遂行上の課題、人間関係などに関して従業員の素直な気持ちをヒアリングしています。

そのヒアリング結果を、経営層・管轄する事業部にフィードバックし、職場改善に向けて具体策を検討しています。2015年度は生産・製造部門の事業所を中心に、8社、45事業所を訪問し、約1,500名の従業員にヒアリングを実施しました。



品質保証の取り組み

ニッポンハムグループは、開かれた食品づくりを実現するために独自の品質保証体制を推進しています。

お客様に安心していただける商品づくりのために

安全で信頼される商品・サービスをお客様に提供し続けるために、企画・開発から製造・販売に至るまでニッポンハムグループすべてのプロセスを対象に、品質保証活動を展開してきました。

食品企業を取り巻く環境は大きく変化しています。世界的な食品安全のグローバル化、日本国内における食品表示法の施行、食品問題発生によるお客様の食の安全に対する意識の変化などがあります。さらに当社の事業領域の拡大とグローバル化が加速するなか、さまざまな変化にスピーディーに応えるために、5つの品質方針のもと品質保証規程を改訂し、さらに品質保証体制を深化させていきます。また、品質事故の未然防止のための活動を行うとともに品質に関わる人財を育てることにより、食の安全に取り組んでいきます。

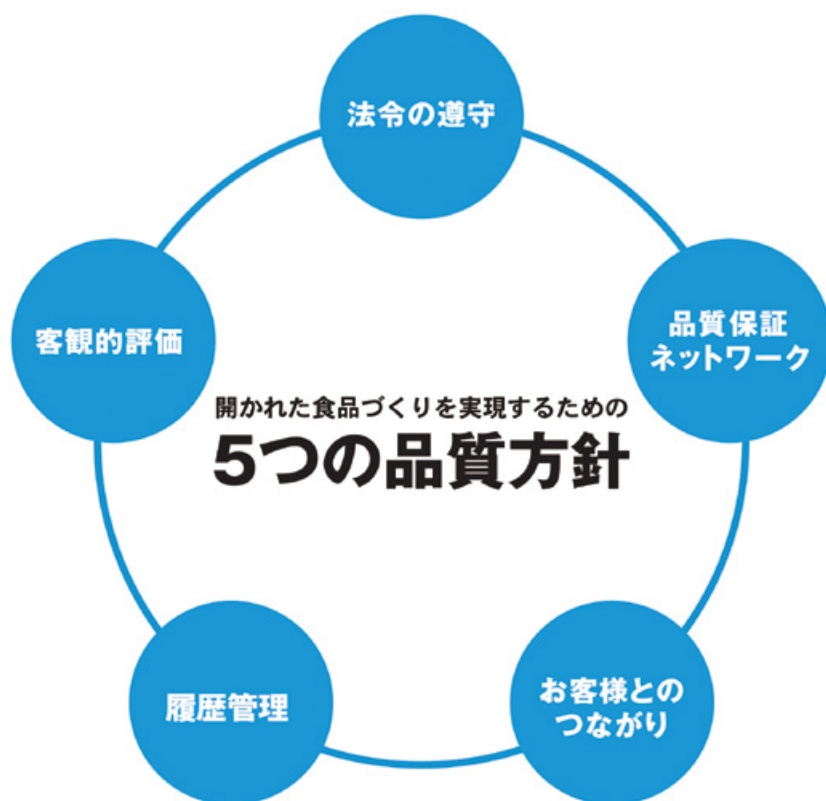


日本ハム(株)
品質保証部
岩間 清

「OPEN品質」体制と5つの品質方針

ニッポンハムグループは、「お客様視点で商品の安全と高い品質をお届けし、お客様が必要とする情報をできる限りお知らせする、開かれた食品づくりを実現する」という信念のもと、「OPEN品質[※]」体制を整えています。

そして、「満足・感動の品質」を目指して5つの品質方針を掲げ、ニッポンハムグループすべての事業を有機的に連携させることで、農場から食卓までお客様視点に基づいた品質保証ネットワークを構築しています。



※「OPEN品質」

- 1: OPEN=お客様の立場から知りたい情報をできるだけ開示する。
- 2: 品質=お客様が要望する安全、安心、おいしさなどの価値。

品質保証体制

お客様に安心していただける商品づくりのために、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・安全検査の3つの機能を有機的に連携させ、さらにこれらを支える人財育成を進め、グループ全体で安全確保に取り組んでいます。

- 品質保証担当者
・国内762名 ・海外200名
(2016年3月31日現在)



人財育成

品質を支えるのは「人」。ニッポンハムグループでは、確かな品質をつくるための人財育成に取り組んでいます。人財の「財」は、人は会社の「宝」であり、「財産」であるという思いが込められています。

- 2005年からの総修了者数
・知識：19,033名 ・基礎：1,294名
・専門家：39名
(2016年3月31日現在)



知識 ステップ-1 eラーニング

ニッポンハムグループ独自のコンテンツを制作し、海外を含むグループ全社に均一な教材を提供しています。業務に関わるすべての人がパソコンを使い、品質保証に関わる知識を自分のペースで繰り返し勉強できます。

基礎 ステップ-2 基礎集合研修

独自のカリキュラムを作成し、座学と実習、事後課題を通して技術の習得と知識・技能の向上を図ります。事後課題において一定の成果を出した者のみに修了認定を行います。



専門 ステップ-3 専門技術研修

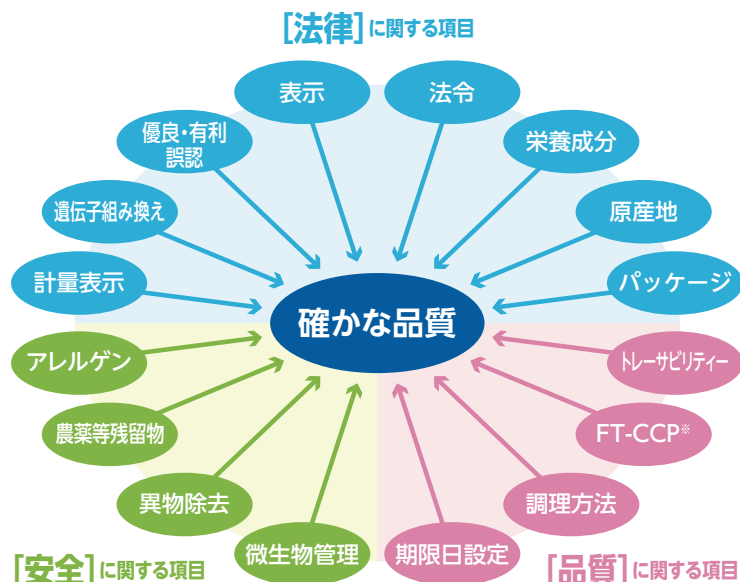
高い技能を修得し最先端をいく技術者を養成します。独自の試験制度を導入し、第三者または同等の資格者が客観的評価を実施して専門技術者として認定されます。専門家認定者は、事業所の技術指導・教育、基礎研修・専門研修の講師として活動します。



安全審査

ニッポンハムグループ独自の商品情報総合管理システム「誠実くん®」を活用して、商品の設計段階から原材料の品質規格保証書、商品の規格内容、製造方法、原材料・食物アレルギー・賞味期限等の品質表示の妥当性を確認しています。

また商品説明、調理方法等についてはお客様視点で確認し、安全性と法的な適合性確認を安全審査で実施しています。また、商品の安全審査は開発部門・生産部門・品質保証部門で3重のチェックを実施しています。



※FT-CCP: Fresh & Tasty Critical Control Point<鮮度と美味しさ>の重点管理項目という意味のニッポンハムグループ独自の取り組み。

品質監査

確かな品質の商品をお届けするために、原材料・製品の製造環境や品質保証体制などが適正かを国内・海外で確認します。海外の自社工場も日本国内工場の品質監査と同じレベルで実施します。

1

国内の生産工場に対する定期品質監査は年2回を基本として実施しています。海外の生産工場に対しては年1回以上を基本として実施しています。

2

品質監査の方法は品質に関する国際標準規格およびニッポンハムグループ独自の品質保証規程に沿って実施しています。ニッポンハムグループでは品質保証に関わる外部機関からの認証を138カ所で受けています。(2016年3月31日現在)

※主な外部認証:「HACCP※1」「ISO9001※2」「SQF※3」「FSSC22000※4」等

品質監査での確認項目

- 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

リスク分析評価に基づいた内容の確認

- 食品業界で発生しているリスク
(原材料産地、食品偽装、異物混入など)
- 業界リスク・学会や国内外の行政動向など

各拠点のチェック体制と内容



生産地: 現地で製品の原材料をチェック



製造工場: 国内外の製造工場で衛生度のチェック



営業拠点: 製品の管理状況などのチェック



トレース: 製品の回収訓練のチェック

※1 HACCP: 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。

※2 ISO9001: ISOが1987年に制定した「品質管理」に関する国際規格です。

※3 SQF: 安全を確保するHACCPの手法をベースに食品の安全と品質の危機管理を行う国際認証規格です。

※4 FSSC22000: 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。

安全検査

使用する原材料や製造する製品すべてに対して、各国の法律や「日本ハムグループ品質保証規

程」に則した安全検査を実施することで、お客様に安心していただける商品をお届けします。

検査体制



中国



ISO/IEC17025取得

タイ



ISO/IEC17025取得

南日本ハム(株)
品質保証室 商品検査課
宮崎県日向市

日本ハム(株)中央研究所TAP
茨城県つくば市



ISO/IEC17025取得

日本ハム(株) 中央研究所



ISO/IEC17025取得

日本ハム(株) 安全試験室

国内外の原材料、加工品の
安全を確認しています。



メキシコ



ISO/IEC17025取得

日本ハム(株) 加工事業本部
デリ商品技術開発室 検査分析課
茨城県常総市

■ 原材料の安全検査

- ・残留物質検査
※野菜や食肉に農薬
などの残留がない
かを検査します。
- ・微生物検査
- ・放射性物質検査
- ・ヒスタミン検査など



■ 製品の安全検査

- ・微生物検査
- ・食物アレルギー検査
- ・食品添加物質検査
- ・異物検査
- ・栄養成分分析
- ・官能検査など



※ ISO/IEC17025: 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

フードディフェンスの取り組み

お客様に危害を加えないことはもちろん、従業員自身を守るためにもフードディフェンス体制の構築に力を入れています。

品質保証カメラやセキュリティゲートの設置といった「ハード面」の整備と従業員が働きやすい職場環境の醸成や教育といった「ソフト面」を、バランスを考慮しながら対策をとっています。

セキュリティ課題を4分類し、リスク分析を行った上で対策を進めています。

- 外部セキュリティ対策
- 内部セキュリティ対策
- 人的セキュリティ対策
- 事故対応セキュリティ対策

【設備面】

外部からの侵入防止
や工場内での異物
混入防止など

【経営者】

従業員が働きやすい
職場環境を醸成

【従業員】

自社や製品に対する愛
着を高め、安全確保に
責任感を持って従事

お客様とのつながり

「聴く」「知る」「活かす」のコミュニケーションサイクルを循環させることでお客様の満足度向上と商品・サービスの改善につなげていきます。



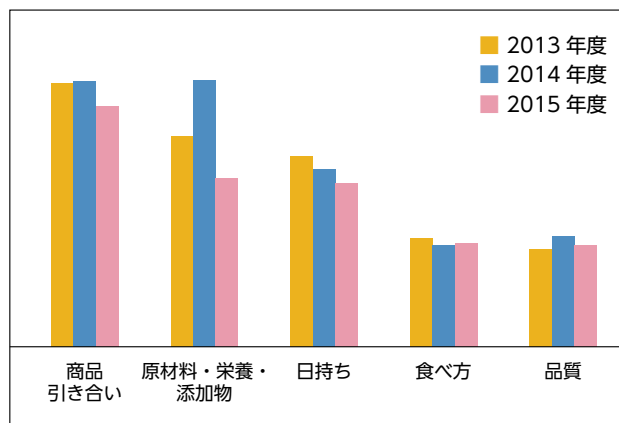
聴く お客様の声を「聴く」

■ お客様相談窓口の対応

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対応を行っています。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しています。

そして、お客様の声は、ニッポンハムグループ内で共有し、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）



■ お客様の「想い」を聴く定性調査

定性調査には、インタビュー調査、行動観察調査、画像調査などがあります。

対話や観察などから得られた発言や行動を手がかりに、数量データでは表現できない「想い」や「ニーズ」を解釈することで、新しい理解やヒントを探索していきます。



グループインタビュー調査

■ 47年の歴史を重ねる「奥様重役会」※1

ニッポンハムグループが1969年より実施する消費者モニター制度「奥様重役会」。一般公募により選ばれた関東・関西圏に在住の主婦の皆様で構成されており、当社役員・従業員との意見交換会や、商品改善、商品開発に向けたミーティングを定期的実施しています。

また、「奥様重役会」の卒業生で構成される組織「日本ハムファミリー会」には、現在約800名の会員が在籍しています。食に関する勉強会の実施やニッポンハムグループに対する提言など精力的に活動しています。



奥様重役会

※1 奥様重役会：東京・大阪近郊にお住まいの主婦の中から選ばれたモニターの皆様より、事業活動や商品・サービスの改善などについてご意見をお伺いする定例会議を毎月1回開くものです。奥様重役会の入会案内は、毎年8月頃、ニッポンハムグループのウェブサイトや新聞広告等でお知らせし、東京・大阪で半期ごとに各10名、年間40名を募集しています。

知る

お客様の声を「知る」

■「お客様の声を聴き、お客様を知る」活動

2015年度は、日本ハム(株)の社長・役員がお客様サービス部で電話応対をリアルタイムで聴き、お客様の声を共有しました。

今後は、リアルタイムでお客様の声を聴く機会を開発部門の従業員にも拡大します。また、職場の士気向上につながるよう、製造部門の従業員を中心に録音したお客様の声を聴く活動も進めています。お客様の声を「聴く」活動から、お客様を深く「知る」ことで、商品・サービスへの反映に努めていきます。



マリンフーズ(株)三重工場における実施の様子

■「お客様の声検討ミーティング」

ニッポンハムグループの製造、品質保証、営業、お客様対応を担当する従業員が、お客様の声から商品やサービスの改善を検討するミーティングを毎週定期的に実施しています。

活かす

お客様の満足度向上に「活かす」

■従業員のスキルアップ研修

お客様満足を目指し、電話応対、訪問対応の研修を実施しています。各研修は内容を検証し、今後の対応に活かしていきます。



電話応対研修・訪問対応研修

■「もしもし検定^{※2}」の取り組み

日本ハム(株)は2014年9月より、「もしもし検定」の実施機関として認定を受けています。2016年3月までに、3級21名、4級312名、合計333名が受検し電話応対の品質向上に取り組んでいます。



実施機関認定証と検定試験の様子

■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などに関するQ & Aをイラストを交えて紹介しています。



なるほど日本ハム

検索

お客様のご意見を活かした商品の改善

東北日本ハム(株)が製造する「お米で作ったまあいパン(冷凍)」は、1袋に5個入った一括包装の形態で販売していました。この商品は、特に食物アレルギーを持つお子様にご支持をいただいていることもあり、「子どもの学校の昼食として持たせたい」「旅行に持って行きたい」などのご意見が多く寄せられました。そして2015年10月より、パンを1個ずつ包装する「個包装」タイプに変更し、学校の昼食や旅行等の外出先でも手軽に利用できるよう改善しました。これにより、お客様から「利用機会が増えた」「衛生的で安心」など喜びの声をいただいております。



みんなの食卓

検索

※2 もしもし検定：公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会が認定している電話応対の技能検定

食物アレルギーの取り組み

ニッポンハムグループは、お客様からのご意見を契機として、1996年より食物アレルギー対応商品の研究・開発を始めました。これからも社会の要請を事業活動に反映していきます。

食物アレルギー対応商品の開発

東京都の調査^{※1}では、1999年比でここ15年の間に食物アレルギーを発症したことのある3歳児の数が約2倍に増加していると報告されており、現代の社会課題となっています。日本ハム(株)は1997年に、乳成分や卵白などを使用しないソーセージを、2004年にはアレルギー物質特定原材料を使用しないハム・ソーセージを開発・発売しました。

これらの商品は、東北日本ハム(株)の食物アレルギー対応商品専用工場において、特定原材料7品目^{※2}を持ち込まない管理を徹底しています。なお、仕入れる原材料についてもアレルギー物質特定原材料の検査を徹底しています。食物アレルギーをお持ちの方にもいろいろな美味しさを楽しんでいただけるよう、これからもラインナップの充実を図っていきます。



食物アレルギー対応商品の製造工場



商品のアレルギー表示

卵白などを使用しない加工品と小麦を使用しない「米粉パン」(関連記事P.20、P.44)

検査キットの開発

日本ハム(株)中央研究所は、2002年に加工食品に含まれる食物アレルギーの含有量を測定できる検査キット「FASTKIT® エライザシリーズ」を発売しました。このキットは、リニューアルして「FASTKIT® エライザ Ver. Ⅲシリーズ」となり、現在、消費者庁の通知「アレルギー物質を含む食品の検査法について」のガイドラインに準拠しています。

そして2009年より、アレルギー物質の有無が約15分で検査できる「FASTKIT スリム® シリーズ」を開発・販売しています。

現在では、当社に限らず食品を取り扱う企業で日常的にアレルギー検査の導入が増えており、特に製造工程の洗浄度確認やふき取り検査などに活用されています。これらの検査キットを効果的に組み合わせることで状況に応じた最適な食物アレルギー管理が可能となります。



「FASTKIT® エライザ Ver. Ⅲシリーズ」



「FASTKIT スリム® シリーズ」

※1 東京都の調査：東京都健康安全研究センター「アレルギー疾患に関する3歳児全都調査(平成26年度)」

※2 特定原材料7品目：乳・卵・小麦・そば・落花生・えび・かに

■食物アレルギーに関する情報提供

日本ハム(株)は、食物アレルギーに関する情報サイト「食物アレルギーねっと」を運営しています。食品メーカーの視点のアレルギー物質や症状などの解説に加えて、季節のレシピ、食物アレルギー対応商品などを紹介しています。2016年3月にはスマートフォンでも見やすいサイトにリニューアルしました。また、2015年12月には、第3回Webグランプリ「浅川賞グランプリ※3」を受賞しました。これからも社会の皆様にお役立ていただける情報をお伝えしていきます。



Topics 「ニッポンハム食の未来財団」の取り組み

日本ハム(株)は、すべての方に「食べる喜び」をお届けしたいという想いを胸に、2015年1月、「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。同財団は、より公益性を追求する立場で、食物アレルギー領域への啓発、研究助成などの社会的ニーズへの対応を図っています。また、日本ハム(株)の事業活動とは区別して、これまでに蓄積した研究資源や経験を活かした社会貢献を目指します。



■食物アレルギーセミナー

福岡・高知・鹿児島・大阪・岐阜において、食に従事する管理栄養士などを対象に実施しました。セミナーを通して相互の連携を深め、食物アレルギーに関する課題の解決に取り組んでいきます。

■料理コンテストの実施

食物アレルギーの子どものために創作した料理の技術などを食物アレルギーを持つ方やご家族の食生活に伝承しお役立ていただけることを目指しています。2015年に実施した「第1回食物アレルギー対応食 料理コンテスト」では、総数923件のご応募の中から、入賞作品20件を選出させていただき、ウェブサイト等を通して紹介していきます。



一般の部：最優秀賞
「ごちそう☆ケーキサレ」



学生の部：最優秀賞
「みんなびっくり エッ!!ピフライ」

■学習まんがの制作・発行

小学生を対象に食物アレルギーに対する自己管理能力や周囲の理解促進などを旨とした学習まんが「食物アレルギーのひみつ」を制作しました。2016年3月、全国の小学校と公立図書館あわせて全25,500冊を寄贈しました。また財団のウェブサイトでは、「食物アレルギーのひみつ10のQ&A」をPDF版で掲載しています。



ニッポンハム食の未来 検索

※3 浅川賞グランプリ：Webグランプリ 公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会Web広告研究会が国内におけるWeb広告・マーケティングの取り組みについて、優れた功績を残した企業および人物を顕彰する賞。



研究・開発の取り組み

ニッポンハムグループでは、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。

健康に役立つ機能性食品素材の研究・開発

ニッポンハムグループでは、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。

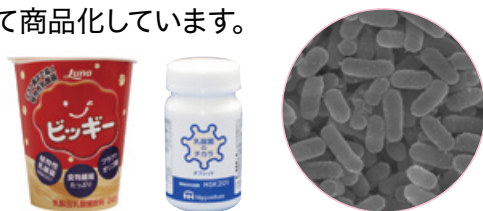
日本ハム(株)中央研究所がニッポンハムグループの中核研究機関として、掲げるビジョンには、「豊かな未来をもたらす食糧生産への挑戦」「食を通じた健康と楽しさの実現」「世界をリードする食の安全の追求」「生命の恵みからの新たな価値の創造」があります。現在では、「未解決の課題に挑戦すること」「研究成果を新しい価値に変えること」を念頭に新分野の研究・開発を進めています。これからの10年、20年先を見据えた基礎研究にも取り組んでいます。



日本ハム(株)
中央研究所
藤原 寛英

■機能性食品素材の商品開発

花粉症患者は、年々増加傾向にあります。日本ハム(株)中央研究所では約2000株の乳酸菌からアレルギー緩和効果の高い乳酸菌(HSK201)を選抜し、ニッポンハムグループの日本ルナ(株)が製造する乳酸菌飲料への活用と、サプリメントなどの健康食品として商品化しています。



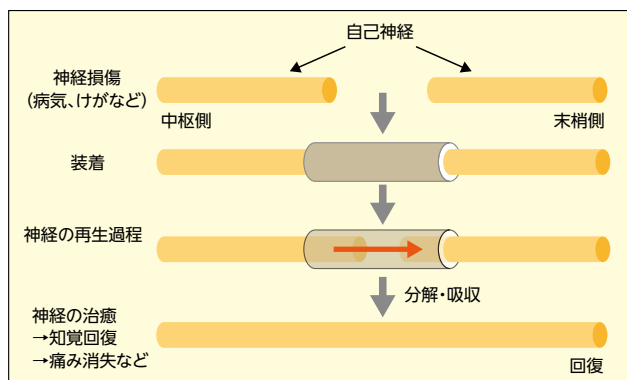
そのほか、鶏の軟骨から「II型コラーゲンペプチド」、豚の軟骨から「コンドロイチン硫酸」を抽出しています。ヒトのからだにも含まれる成分ですが、年齢とともに減っていきます。そこで、これらの成分を手軽に摂取できるよう、サプリメントを開発しました。生命の恵みを大切に、付加価値のある商品開発を行っています。



■再生医療分野への応用

日本ハム(株)中央研究所ではコラーゲンの研究を応用し、医療用コラーゲン素材「NMPコラーゲンPS」を開発しました。その品質と性能が評価され、神経再生誘導チューブの原料として医療分野で活用されています。病気・けがなどで神経が損傷した場合に、このチューブをその部分に装着することで、神経の再生を促して治癒させる機能を持っています。

NMPコラーゲンPSを用いた神経再生誘導チューブによる神経再生の模式図



■食品検査キットの研究・開発

近年、消費者の食品に対する安全・衛生に対する要求が高まっており、「HACCP※」の重要性が増しています。それを受けて、食品企業では製品製造工程の管理に手軽に利用できる検査ツールや情報を求めています。

日本ハム(株)中央研究所では、食の安全・安心を守るため、食品の食中毒菌、カビ毒の検査や食物アレルギーを検査する検査キットを開発・販売し、食品メーカーや流通企業、外食企業、行政機関等で広くご利用いただいています(→関連P.21)。



食中毒菌の検査キット
「NHイムノクロマトシリーズ」



カビ毒の検査キット
「Myco Jude®トータルアフラキシン」

そして、2014年9月には食中毒菌検査キットの「NHイムノクロマトO157」が、検査キットの性能に関する国際的な認証機関「AOAC International」より国際認証(AOAC-RIPTM認証)を受けており、信頼性の高いキットであることが証明されました。

また、2015年度には、食品検査の最新情報や技術情報をお届けするための情報誌「FAST NEWS」を発刊しました。毎号食品検査に関する特集記事を掲載し、食品企業の品質保証や製造の担当者に対して、食品検査に関する有益な情報の発信源としてお役立っていただいています。



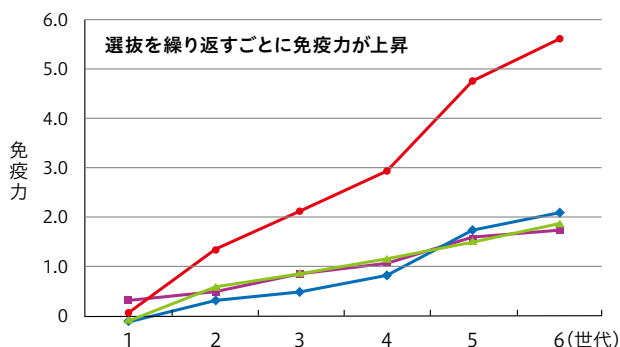
『FAST NEWS』創刊号

■共同研究による新たな育種技術の研究・開発

日本ハム(株)中央研究所では2007年より、国内の研究機関、県の試験場、大学と共同で豚の生産効率を高める新たな育種技術の研究・開発を行っています。豚の複数の免疫力を指標として、親豚を選抜し、6世代の育種改良を重ねた結果、免疫力の高い豚の系統を作ることができました。さらに研究を進めたところ、この豚の系統は伝染病にも強いことが確認できました。

2015年には、この系統の豚が、免疫に関連する遺伝子の中に特有の遺伝子配列を持っていることを特定し、この配列が豚の免疫力を高めている可能性を示しました。この配列については特許を出願中です。現在、免疫力の高い豚を正確に育種選抜できるように、この配列の有無を調べる検査方法の研究・開発を進めています。

免疫力の推移



※ HACCP: 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。「Hazard Analysis and Critical Control Point」の頭文字をとったもので、「ハセップ」と発音します。

食とスポーツの取り組み

ニッポンハムグループでは、さまざまな機会を通して、社会の皆様にも、運動、食事、休養の3つのバランスの大切さをお伝えしています。

～創業者大社義規の想い～

「食とスポーツで社会に貢献する」

これからの国をささえる若者たちが健やかに育ってもらうためには、大いにスポーツをやってもらわねばなりません。

動物性蛋白を供給するのが、健康、体位向上への社会貢献なら、健全なプロ野球の発展に尽くすのも社会への貢献だと私は思います。

今後は、この両事業を通じて、国民の健康と体位向上に、及ばずながら全力投球したいと念願する次第であります。

(昭和48年11月19日発行の社内報より抜粋)



少年ファイターズの子供たちと
野球観戦する創業者 大社義規

当社創業者 大社義規が「食とスポーツで社会に貢献する」と宣言し、1973年に「北海道日本ハムファイターズ」の前身である日本ハム球団が誕生しました。1993年からはプロサッカーの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ました。現在では野球やサッカー、マラソンなどのスポーツ大会の主催や協賛等にも活動が広がっています。

スポーツ選手への栄養サポート

■北海道日本ハムファイターズへの取り組み

日本ハム(株)中央研究所の管理栄養士は、「北海道日本ハムファイターズ」の選手への栄養サポートを行っています。

選手によって体質や目指す選手像はさまざまで

す。食生活のアンケート、身体組成の測定を行い、栄養指導に必要なデータを収集した上で、チームや個人の課題に対応した指導を行います。

測る

栄養指導に必要なデータの
収集・整理



学ぶ

講習会・個人栄養指導



【ひと口メモ】初代オーナーの大社義規は2009年に野球殿堂入りしました。

■セレッソ大阪育成チームへの取り組み

「セレッソ大阪」では日本ハム(株)中央研究所の管理栄養士が常駐し、育成組織のチームに対して、スポーツをする上で必要な食事や栄養についてセミナーを通してお伝えしています。

特に、試合前後の正しい食べ方や疲労回復を早める食事の摂り方など、プロスポーツ選手の食事事例を交えてわかりやすく紹介しています。育成選手やその家族が、ご家庭で実践していただけるよう努めています。



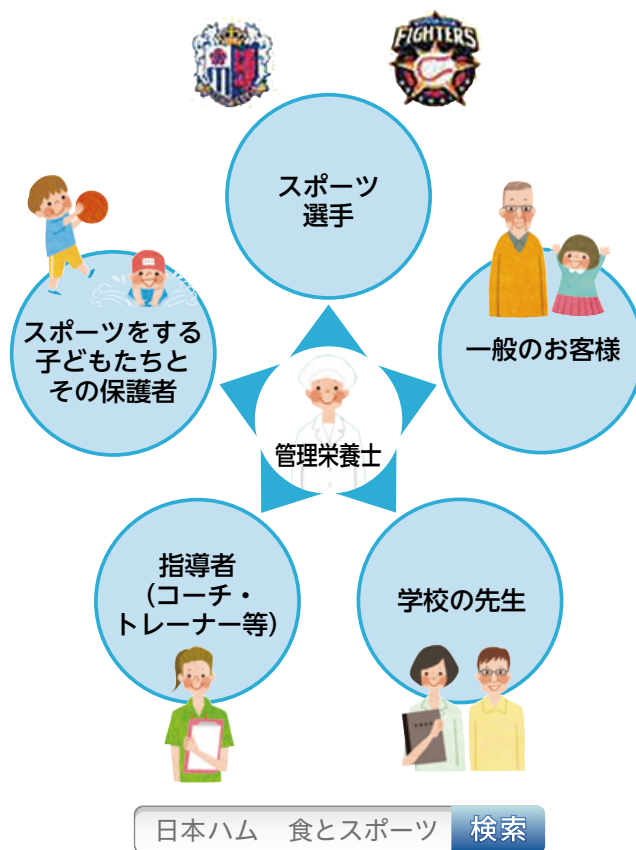
栄養サポートで培った知見を多くの皆様へ

スポーツ選手への栄養サポートで得た知見は、食育教室等の社会活動、講義・講演活動、出版物の発行、研究報告等を通して多くの皆様にお伝えし、日常の食生活や健康づくりにお役立ていただいています。

■スポーツ教室の開催

ニッポンハムグループでは、プロの世界で活躍したスポーツ選手をコーチとして、全国各地で野球やサッカーなどのスポーツ教室を開催しています。プロスポーツの経験をもとに、スポーツの楽しさや目標に向かって挑戦することの大切さに加えて、栄養バランスのとれた食事の大切さをお伝えしています。

また、日本ハム(株)中央研究所の管理栄養士が子どもたちと保護者、指導者の皆様に、成長期の子どもがスポーツをする際に気を付けるべき食事の摂り方などについてお伝えしています。子どもたちへは、コーチからの技術指導にあわせて食事の話をすることで関心を高めています。また、保護者へは簡単に実践できるレシピを配布し、日常の食生活にお役立ていただけるよう努めています。



元プロ野球選手による野球指導



管理栄養士による栄養指導



たんぱく質で健康維持をサポート

近年、スポーツブームや健康維持を図るアクティブシニア層の増大もあり、ニュートリション市場※が活性化しています。日本ハム(株)はそれらのニーズに対応した商品の開発・販売を始めています。

高たんぱく・低脂肪の「鶏肉」を主原料とした「チキンソーセージ」「蒸し鶏」には、成人男性1日当りのたんぱく質摂取推奨量の約30%を含んでいます(当社分析値)。常温保存が可能な商品のため、携帯に便利で、スポーツの合間でもたんぱく質を手軽に摂取できます。



PROQUICK

検索

アスリートを支える機能性食品

健康意識の高まりと共にスポーツ人口が増加傾向にある中、日本ハム(株)中央研究所では15年にわたり鶏由来の「イミダゾールジペプチド」の研究を進め、機能性食品(下写真)を開発しました。

「イミダゾールジペプチド」には抗疲労効果があると言われており、アスリートやスポーツ愛好家の運動パフォーマンスの向上にお役立ていただいています。

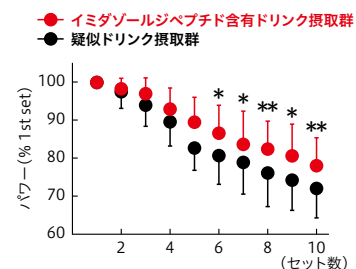
「イミダゾールジペプチド」を含む機能性食品は、リーグセレッソ大阪、東洋大学陸上競技部などトップアスリートの皆様より高評価をいただいています。



「イミダゾールジペプチド」とは?

「カルノシン」や「アンセリン」の総称で、動物の筋肉に多く含まれています。食品として摂取すると、体内に蓄積し、運動パフォーマンスが向上することが確認されています。日本ハム(株)中央研究所では、鶏肉から「イミダゾールジペプチド」を抽出し、15年の年月をかけて研究を進めてきました。2020年の東京オリンピックに向けて、注目されている成分です。

運動パフォーマンスの向上



(5秒全力ペダリング+25秒休息)×10セット
*p<0.05 **p<0.01 vs 疑似ドリンク摂取群
(体育学研究 49.2004)

「イミダゾールジペプチド」を配合した機能性食品



「イミダゾールジペプチド」
スポルコプロパウダー



「イミダの力」



VOICE

より高いパフォーマンスを目指して

競技力向上には、継続したトレーニングが重要となり、継続していくためには、その日のダメージを早く回復させ、疲労を蓄積しない体を作ることが鍵となります。その一助として、2014年からイミダゾールジペプチドを活用しています。東洋大学におけるマラソンや駅伝の強化合宿では、一日に70km～80km走りますが、イミダゾール

ジペプチドを活用してからは、トレーニングで走る距離が増えました。また、私の目から見ても、ハードなトレーニングを行った翌朝の選手たちのパフォーマンスには変化がありました。高強度トレーニングを行う選手や練習量が多い選手たちも、イミダゾールジペプチドの効果を実感しており、今後も効果的に活用していきたいと思います。



東洋大学 学生部学生支援課
陸上競技部男子長距離部門監督
酒井 俊幸

イミダの力

検索

※ニュートリション市場：ニュートリションとはたんぱく質を含む栄養のこと。健康、スポーツ、美容分野等において栄養摂取や体力維持を考える皆様に対応する市場のこと。

スポーツを通したCSR活動

企業理念に「Sports Community」の実現を掲げる北海道日本ハムファイターズは、CSR活動を「SC活動」と名付け、野球をはじめとするスポーツの振興や地域社会の課題解決に取り組んでいます。



■「SC活動」の目的と内容

社会的課題の解決

高齢者の健康増進
子どもや生活弱者への還元モデル

運動機会の創出

野球振興・スポーツ文化醸成
身体を動かす「場」の提供

食とスポーツと健康の融合

食べる喜びと大地の恵みへの
感謝を表現

■読書推進全道キャンペーンの実施

(株)北海道日本ハムファイターズは、2013年よりキャンペーン「クラブを本にもちかえて」を進めています。そして、2015年には、ファイターズの選手が著作者となり、オリジナル絵本(下写真)を制作しました。選手による読み聞かせ会の実施、さまざまな施設への寄贈を行い、この絵本を通して子どもたちの読書への興味・関心の向上を目指しています。



読み聞かせを行う中島卓也選手(中央)

Topics

「CSR経営表彰」社会貢献部門を受賞

2016年1月、北海道日本ハムファイターズは平成27年度札幌商工会議所「CSR経営表彰」社会貢献部門を受賞しました。これは、2009年に「ファイターズ基金」を設立し「生活」「スポーツ」「自然」の3分野への継続的な支援や2013年から始めた、選手が北海道内の皆様と交流を図りながらまちづくり・まちおこしに寄与する「179市町村応援大使」などの活動が認められたものです。

ファイターズSC活動

検索

VOICE

スポーツを通して北海道に恩返しを!

最近では子どもたちの体力低下が問題視され、その要因として生活環境の多様性やスポーツができる環境の減少などが挙げられています。子どもたちには外に出て体を動かし、お腹を空かせておいしく食べて欲しい!そして体力をつけて健康な体をつくり心の健康につながることを願っています。

ます。そのためには、私がファイターズの選手の先頭に立ち、野球をはじめ様々なスポーツに親しむ機会を創っていきたくと考えています。そして北海道にお世話になった私がスポーツを通して地域とのつながりを作り、北海道の皆様にも恩返しできるように努めています。



(株)北海道日本ハムファイターズ
スポーツコミュニティオフィサー
稲葉 篤紀



食育への取り組み

ニッポンハムグループは、地域の教育委員会やNPO法人、さらにはお得意先等と連携し、学校や地域の皆様に役立つさまざまな食育活動を行っています。

【食育スローガン】



【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. 「いのち生命の恵み」に感謝し、食べ物を大切にする姿勢を育みます。

■ OPENファクトリー (工場見学)

全国3カ所のハム・ソーセージ製造工場定期的にOPENファクトリーを実施。従業員による製造ラインの説明から商品の試食までをお楽しみいただいています。



■ 出前授業

小中高の学校からの申込みを受けて授業を行っています。子どもたちを対象に毎日の食と健康について「食」の大切さをお伝えするとともに、五感体験を提供しています。



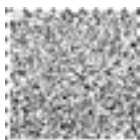
■ 食育セミナー

プロスポーツ選手への栄養サポートで得た知見をもとに、スポーツをする子どもたちやその保護者、指導者などの専門家までさまざまな方を対象に、成長期に大切な栄養などニーズに合わせたセミナーを行っています。



■ 体験教室

ウインナーの手作りや飾り切りなどさまざまな教室を開催。飾り切り教室は「しっかり食べて元気に成長してほしい」という想いから幼稚園や保育園で実施し、子どもたちが自ら作り、食の楽しさを体感いただいています。



ウイナー手作り体験教室

日本ハム(株)は、学校と企業を結ぶ「NPO 法人企業教育研究会」と連携し、小中高からの申込みを受け、学校へ出前による「ウイナー手作り体験教室」を実施しています。

「健康・食育シニアマスター」の資格を持つ従業員が講師となり、成長期の子どもたちに大切な食

と健康の関係についてお伝えしています。体験を通して実感してもらえよう座学講習と体験実習を組み合わせた授業を行っています。

2015年度までに延べ334校、20,758名の生徒の皆様にご参加いただきました。

座学

食べることの大切さや食べ物の役割などを伝え、毎日の食事がみんなの元気と丈夫な体をつくることを一緒に考えます。



体験

食べ物を無駄にせず大切にすることはどういうことか、ウイナーの手作り体験を通してお伝えします。



ウイナー手作り体験工房

「長崎浪漫工房(長崎県)」と「下館工房(茨城県)」において、職人技を持つ従業員の指導による「ウイナー手作り体験」を行っています。ウイナーの成り立ちから「生命の恵み」に対する「感謝の気持ち」、「作る楽しさ」と「食べる喜び」をお伝えしています。



下館工房

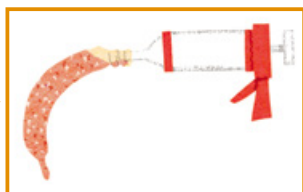
長崎浪漫工房

■ウイナーができるまで

1. お肉とスパイスを混ぜ合わせる



2. 羊腸にお肉を詰める



3. ねじって形をととのえる



4. ボイルで加熱後、スモークして完成!



VOICE

おいしさと感謝の気持ちをお土産として!

1872年(明治5年)、日本で初めての「火腿(ハム)」が製造されたと言われる「長崎」で本格的なハム・ソーセージのおいしさを皆様にお伝えしたい!その想いを胸に「長崎浪漫工房」ではお肉本来のうまみを引き出すハムづくりと九州産の豚肉・塩を使用

した地産地消にも取り組んでいます。2015年度に来場された約3,000名のお客様には、工房に隣接した日本フードパッカー(株)で処理加工された豚肉で作るソーセージとともに、生命に対する感謝の気持ちを「お土産」として持ち帰っていただきました。



日本ハムファクトリー(株)
長崎工場 長崎浪漫工房
小田 幹夫

人財の取り組み

ニッポンハムグループは、従業員一人ひとりが生き生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、成長に向けた取り組みを推進しています。

真の幸せと生き甲斐を求める場の実現に向けて

ニッポンハムグループは、2013年に「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。これは、すべてのグループ従業員が企業理念の実現に向けて取り組むための指針であり、成長の道しるべとなるものです。

現在はこの「求められる人財像」を、人財育成のPDCAサイクルに組み込むことで、ニッポンハムグループとしての統一的な運用を始めているところです。

今後は、この「求められる人財像」を核とし、創造性を高めるための「ワークライフバランス」、多様性を広げるための「ダイバーシティ」、それぞれにつながる「働き方改革」に取り組み、ニッポンハムグループが広く社会に選ばれる企業体として持続的な発展と企業価値向上を目指します。



日本ハム(株)
コーポレート本部 人事部
秋山 光平

人財の基本的な考え方

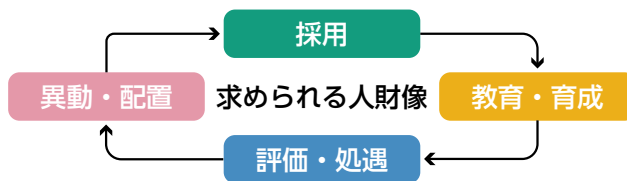
求められる人財像

企業理念と、グループブランドの約束の実現を目指し、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。

人財マネジメントシステム



「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、すべての「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持続的な発展のために「積極果敢」に「高い目標を達成」する



教育・育成に対する取り組みの強化

「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し、戦略的な人財育成・人財活用を行っています。2015年度は、「教育・育成」における集合研修に主眼を置き、グループ合同での能力開発機会を、主任、係長、管理職クラスに展開してきました。

2016年度は、研修(Off-JT)と職場内教育(OJT)の両面から、人財育成を推進することを計画しています。研修では、メンバーに対しては、昨年度から実施したグループ合同の集合研修をよりブラッシュアップして実施し、上司に対しては、部

下育成意識醸成とそのスキル向上を図る研修を新たに導入します。職場内教育では、目標管理制度を活用し、目標達成・課題解決と能力開発・職場活性をバランスよく機能させることで、成果創出と人財育成を推し進めます。メンバーには、目標設定項目に啓発課題となる能力要件の強化を、上司には、目標設定項目にメンバー育成、改革のテーマを導入します。

そして、新たに次世代経営者(リーダー)育成のための選抜型研修を導入しました。係長クラスを対象とし、リーダー意識の醸成、必要な知識習得の機会を創造し、切磋琢磨しながらの成長環境を構築します。

2016年度 日本ハム(株) 研修体系

資格区分	階層別研修	昇格プログラム	次世代育成研修	グローバル研修	年代	キャリア開発支援
管理職	新任部長研修	部長昇格試験	経営幹部育成研修		50代	50歳キャリア研修
	新任管理職研修		ビジネスリーダー研修			
					40代	40歳キャリア研修
一般職	新任係長研修	管理職昇格試験	若手リーダー育成研修	海外従業員向け研修	30代	30歳キャリア研修
	新任主任研修	係長昇格試験		国内従業員向け研修		入社3年目面談
						入社2年目研修
		主任昇格試験			20代	入社1年目面談
	新入社員教育					



新任係長研修

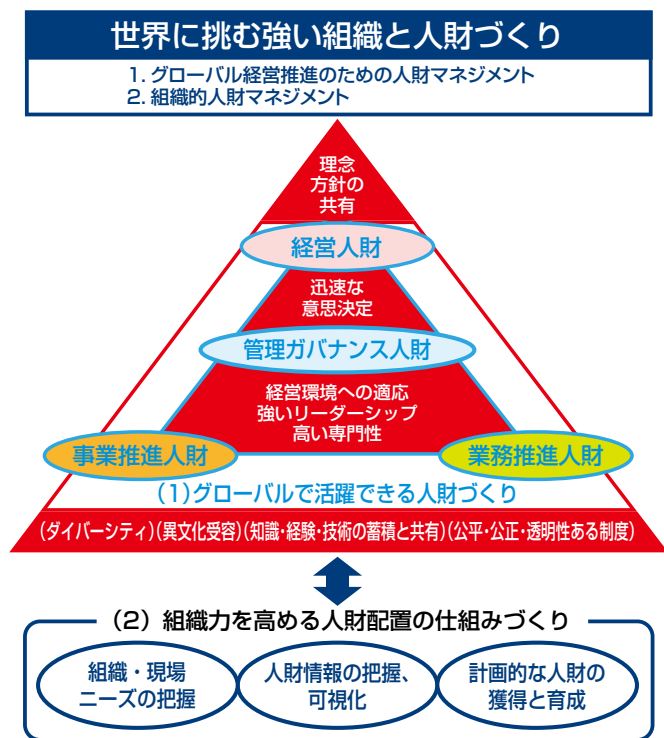


若手リーダー育成研修

グローバル人財の育成

国内外のニッポンハムグループ従業員一人ひとりの多様性を尊重するとともに、グローバル経営推進のための強い組織と人財づくりを推進しています。

■グローバル人財育成システム



	経営戦略 マネジメント	管理・ ガバナンス	事業 マネジメント	業務 マネジメント
人財区分	次世代経営者 (全社人財)	海外駐在員 (コーポレート本部人財)	海外駐在員 (事業部人財)	ローカル人財 (事業部人財)
役割	海外会社を 経営する人財	海外会社の管理、 ガバナンスを 強化する人財	事業を機能別に 強化する人財 ※製造、営業、開発、品質等	現場をマネジメントし、 オペレーションを 強化する人財
	↑	↑	↑	↑
適正配置				
	国内・海外 従業員 タレント マネジメント	国内従業員 ミッションチャレンジ研修 グローバルインターンシップ 海外事業所実地研修	海外従業員 リージョナル研修 短期受入研修	
海外事業人財の母集団形成				

それぞれの人財を育成し最適に配置することで
より強い組織をつくる

■海外事業所実地研修

この研修は、ニッポンハムグループを横断した全社的な視点から各国のビジネスを体系的に学び、実務経験を通して将来海外事業で活躍できる人財を育成することを目指しています。

研修体系・内容

①国内基礎プログラム

・語学研修 ・異文化研修 ・目標設定 等

②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 ・個別テーマ研修 等

③帰国後プログラム

・研修の振り返り ・成果発表、提言
・今後の目標設定

VOICE

海外事業所の研修を通して (2015年4月から1年間の研修)

研修先: レドンド (アメリカ)

ハワイにあるハム・ソーセージ等の製造工場において、商品開発を中心に幅広い知識と経験を積むことができました。研修プログラムの一環で新商品の開発現場にも関わることができ、新商品がアメリカ市場に出た際には大きな喜びを感じました。この経験を活かしニッポンハムグループのこれからの海外事業に貢献していきます。

レドンド (日本ハム (株)より出向) 村垣公英



研修先: シンガポール日本ハム (シンガポール)

シンガポールはアジアの経済の中心であり、各国から誘致を進めてきた国のため、文化が多種多様にわたっています。最初は日本との考え方の違いに戸惑いもありましたが、その国を理解し、今までの経験を織り交ぜながらアウトプットする重要性を学びました。

各国の人々との関係性を構築しながら今後のニッポンハムグループを盛り上げていきます。

日本ハム (株)コーポレート本部 広報IR部 細川結美



働きやすい職場環境づくり

■キャリア開発支援

従業員が自身のキャリアを設計し、選択することが自己実現につながり、生きがい・やりがいを感じることができると考えているため、日本ハム(株)では各種のキャリア開発支援制度を導入し、キャリア形成を積極的に支援しています。

公募による社内異動を行う「社内公募制度」、自身の能力・キャリア設計を棚卸しする「自己申告制度」、人生の節目となる30・40・50歳到達時に、今後の人生設計に気づきを与える「キャリアライフプランセミナー」、新入社員のキャリア形成をサポートする「面談制度」などの各種制度を継続的に実施しています。

■女性がもっと活躍できる環境づくり

女性がさらに活躍するため、女性自身が長期的なビジョンを持ってキャリアを積み重ねることが大切だと考え、その核となる想いとビジネススキルを確立させるための「女性ビジネスカレッジ」を実施しました。受講生はニッポンハムグループの主任クラスの女性従業員25名。7カ月にわたる研修を通し、育児休業など仕事を離れる期間が



従業員の状況(日本ハム(株))

項目	2013 年度	2014 年度	2015 年度
従業員数 (人)	1,823	1,794	1,781
男性 (人)	1,538	1,509	1,488
女性 (人)	285	285	293
女性従業員比率 (%)	15.6	15.9	16.5
女性管理職比率 (%)	3.1	3.5	3.4
平均年齢 (歳)	41.7	42.1	42.4
男性 (歳)	42.8	43.2	43.6
女性 (歳)	35.9	36.3	36.7
平均勤続年数 (年)	18.5	18.8	19.1
男性 (年)	19.7	20.0	20.4
女性 (年)	12.1	12.4	12.7
新卒採用者数 (人)	32	33	37
男性 (人)	24	21	24
女性 (人)	8	12	13
離職率 (%)	3.8	3.6	2.7

※各年度において4月1日時点の在籍としている

※女性管理職比率とは、(女性管理職)/(管理職総数)とする

あっても、それもキャリアの一つと捉え、長期に活躍する人財を育成することを目指しています。

研修では、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チャレンジしたい仕事を明確にしました。さらに、論理的思考、経営戦略、マーケティングなどのビジネススキルも学びました。研修の受講により、モチベーションが向上した従業員を今後もバックアップしていきます。男性も女性も仕事の面白さややり甲斐を実感し、活躍できる環境づくりを目指します。

VOICE

「女性ビジネスカレッジ」に参加した従業員の声

「女性ビジネスカレッジ」研修最終日の成果発表会では、10年後のキャリアビジョン、3年後、1年後の業務課題や実行計画について、役員と上司の前で発表することで、自信にもつながりました。

これから、私たちがロールモデル※になって、後輩たちが活躍できる職場環境をつくっていききたいと思いました。



「女性ビジネスカレッジ」の様子

※ロールモデル：目指したいと思う模範となる存在であり、そのスキルや具体的な行動を学んだり模倣したりする対象となる存在

■定年退職後の再雇用

豊富な経験・知識を持つ定年退職者が、高いモチベーションを維持したまま活躍し、技能伝承を行う体制を構築するため、再雇用制度を導入しており、再雇用を希望する定年退職者を65歳まで雇用しています。

定年退職後の再雇用状況(日本ハム(株))

項目	2013年度	2014年度	2015年度
定年退職者数 (人)	25	18	20
再雇用者数 (人)	20	11	15
再雇用率 (%)	80.0	61.1	75.0

※再雇用者は、定年退職後にグループ会社にて雇用をした者を含む

■障がい者雇用の促進

障がいをお持ちの方の自立を支援することは、社会的責任であると考えているため、地域と協力の上、障がい者の雇用を行っています。

2016年2月度時点で41名の障がい者の方が本人の適性に応じた業務に従事しており、雇用率は2.15%となっています。

障がい者雇用状況(日本ハム(株))

項目	2013年度	2014年度	2015年度
人数 (人)	41	44	41
雇用率 (%)	2.05	2.06	2.15

※障がい者法定雇用率は2.0%
※非正規従業員も含む

ワークライフバランスの推進

■仕事と育児の両立をサポート

多様な人財が活躍できる魅力ある職場づくりと優秀な人財の定着を図るため、2015年度よりニッポンハムグループの両立支援に関する統一基準を策定しました。

関連制度の利用状況(日本ハム(株))

項目	内容	2013年度	2014年度	2015年度
産前産後休暇 (人)	産前6週間(多胎妊娠の場合は14週間)および産後8週間は本人出産休暇が取得できる	22	29	26
配偶者出産休暇 (人)	配偶者の出産予定日1週間前から出産後1週間の間に2日取得できる(有給)	47	33	41
育児休業女性 (人)	子が1歳6ヵ月に達するまで、または1歳到達後の4月まで(開始5日間は保存有給※2使用可)	41	46	47
育児休業男性 (人)		4	5	5
復職率※1 (%)		94.4	95.7	95.5
育児時短勤務 (人)	子が小学校3年生末日まで1日の所定労働時間を2時間まで短縮できる	45	53	61
看護休暇 (人)	小学校就学前の子の看護が必要ときに、子が1人の場合は年間6日、2人以上の場合は年間10日(保存有給使用可)	42	37	39

※1 復職率：育児休業からの復職者数 / 育児休業からの復職予定者数×100
※2 保存有給：2年間で時効により消滅した年次有給休暇を積み立てた休暇のこと(最長40日)

統一基準とは、次世代育成推進対策支援法に基づく行動計画を次世代認定マーク「くるみん」取得に向けた取り組みとして、男性従業員の育児休業の奨励、女性従業員の育児休業取得の支援、両立支援のためのサポート規程の整備や周知方法の工夫、職場環境の整備などです。

現在、「くるみんマーク※3」を取得している会社はグループ内で5社※4あります。これからもグループ全社で両立しながら活躍できる「子育て応援企業」であることを従業員みんなが実感できるよう、さらなる取り組みを進めます。



くるみんマーク(日本ハム(株))



男性従業員に次世代支援制度の活用を推奨するポスター

※3 くるみんマーク：次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画の結果が一定の要件を満たし厚生労働大臣の認定を受けた場合に商品などに表示することができるマーク

※4 グループ会社5社：日本ハム(株)、日本ホワイトファーム(株)、関東日本フード(株)、協同食品(株)、日本ハムビジネスエキスパート(株)



■社会環境の変化に対応した働き方

日本ハム(株)の働き方改革は「選ばれる会社」を目指し、「ゆとりある時間の創出(ワークライフバランス)」と「多様な人財の活用(ダイバーシティ)」の実現に向けて、諸施策の検討を進め、実施しています。

働き方改革を成しえるためには、総労働時間の短縮が必要であり、時間外労働の削減や年次有給休

暇の取得促進などの取り組みを推進しています。

労働時間と年次有給休暇取得(日本ハム(株))

項目	2013年度	2014年度	2015年度
年間総労働時間(時間)	2,188.7	2,174.5	2,155.2
有給休暇平均取得日数(日)	8.8	9.2	9.6
有給休暇平均取得率(%)	46.1	49.1	53.3

労働安全衛生、心身の健康への取り組み

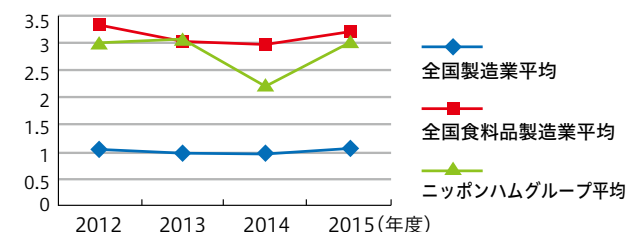
■労働安全衛生の考え方

ニッポンハムグループの目指す姿として、「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」を掲げています。その実現に向けて、従業員一人ひとりが安全で心も体も健康に働くことを大前提に考えています。

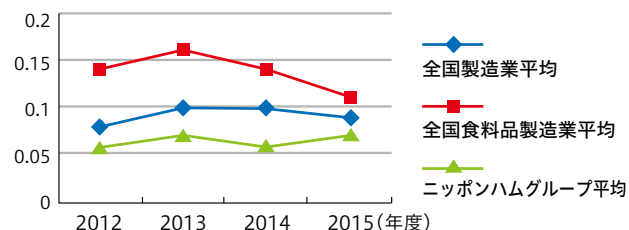
■安全の確保

ニッポンハムグループの製造工場では、労働安全衛生マネジメントシステムを導入し、特に、重篤な災害が発生する可能性が高い製造機械の安全対策に注力しています。リスクアセスメントを活用した工学的対策を中心に安全化を進めています。また、従業員の高齢化に伴う「転倒災害」への対応を進めるなど、従業員にやさしい職場整備に向けて取り組んでいます。

労働災害度数率※5



労働災害強度率※6



※5 労働災害度数率：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。

※6 労働災害強度率：従業員全員の労働延べ時間に対する、災害に起因する延べ休業日数の実績。

※7 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

■過重労働の防止

ニッポンハムグループでは従業員の健康障害防止のため、共通の過重労働基準を設け、該当する場合には医師の面接指導を義務付けています。

また、日本ハム(株)では、事業部ごとに各部署の責任者、人事担当者、労働組合で「時間管理会議」を毎月開催しています。過重労働が発生した場合には、その原因と対策をたてるなど、再発防止・労働時間の適正化に向けて、労使で取り組みを行っています。

■従業員の健康管理とメンタルヘルスケア

従業員が生き生きと仕事に取り組むためには、心身両面の健康が大切です。体の健康については、産業医・看護師など専門スタッフが健康診断結果をチェックし、受診勧奨や保健指導など、適宜対応しています。心の健康については、精神科医や臨床心理士などの専門家、外部機関とも契約し、電話相談やカウンセリングを気軽に受けられる体制を整備しています。

ニッポンハムグループでは、ストレスチェック※7制度の法制化に先立ち、職業性ストレス調査に取り組んでいます。2015年度はグループ全体の96%にあたる全20,589名がストレスチェックを受けました。

ストレスチェック受検率(ニッポンハムグループ)

項目	2013年度	2014年度	2015年度
ストレスチェック受検率(%)	95.5	94.8	96.1



環境への取り組み

ニッポンハムグループは、生命を育む自然を守り、生命の恵みを余すことなく大切に活かすことが私たちの責任と考え、環境負荷の低減に努めています。

持続可能な社会の実現を目指して

ニッポンハムグループでは、2015年度よりスタートした「新中期経営計画パート5」において、地球温暖化の防止、省資源、再資源化の3つの環境目標を設定し取り組みを進めています。中でも地球温暖化は世界的な社会課題であり、自社のみならずサプライチェーン全体を通して、その責任を果たしていかなばならないと認識しています。そのような考えから、2008年には商品の原材料調達から廃棄までのライフサイクルにおいて排出されるCO₂を可視化する「カーボンフットプリント」に取り組みました。また2015年にはサプライチェーン全体でのCO₂総排出量を可視化する「スコープ3」の算定を行い、最も影響のある事業活動を明らかにしました。今後はこれらの情報を基に、CO₂排出量の削減を進め、CSRの重要課題の1つである「地球環境の保全」に努めてまいります。



日本ハム(株)
コーポレート本部
CSR推進部
古賀 尚美

■「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。

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。

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。

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。

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。



「みんなの森林」
大成山(兵庫県)



「新中期経営計画パート5」における環境目標

ニッポンハムグループでは3ヵ年ごとに環境目標を設定し、環境負荷低減に取り組んでいます。その計画の1年目となる2015年度の結果は以下の通りです。

取り組み項目		目標値 (2015～2017年度平均値)	基準値 (2005～2010年度平均値)	2015年度進捗
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	13.0%削減 (709.9kg-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	12.5%削減 (11.9GJ/t)
	用水使用量 原単位	4.0%削減 (17.2m ³ /t)	17.9m ³ /t	0.6%削減 (17.8m ³ /t)
	廃棄物発生量 原単位	6.0%削減 (231.1kg/t) ※	245.8kg/t	0.04%増加 (245.9kg/t) ※
再資源化の推進	廃棄物 リサイクル率	98.0%以上	95.8%	94.9%

※ファーム除く

環境負荷を見える化

■ 温室効果ガス排出量の算定

ニッポンハムグループは、環境省、経済産業省が公表した「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン」に基づき、「スコープ3」を算出しています。

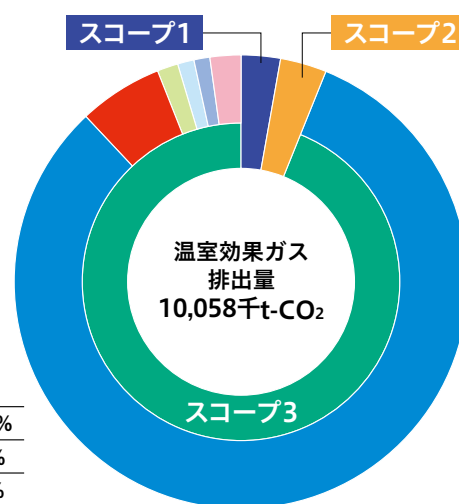
持続可能な社会の実現に向けて、生産と消費に関わるサプライチェーン全体が連携して環境と経済が両立することを目指していきます。

2015年度のニッポンハムグループおよびサプライチェーン全体における温室効果ガス排出量は、10,058千t-CO₂でした。

- **スコープ1** 直接排出（化石燃料、天然ガス等の使用）
- **スコープ2** 間接排出（外部から購入する電力等）
- **スコープ3** その他の排出（製品の使用、廃棄、輸送、従業員の出張、通勤等）

スコープ3においては、全15カテゴリーのうち該当する12のカテゴリーを算定しています。また「スコープ1」「スコープ2」「スコープ3」の算定結果の信頼性確保のため、SGSジャパン（株）による第三者検証を受けました。

購入した製品・サービス	88.0%
輸送、配送（上流）	6.0%
輸送、配送（下流）	1.4%
資本財	1.2%
販売した製品の廃棄	1.2%
その他カテゴリー	2.2%



事業活動と環境影響

ニッポンハムグループがお客様に製品をお届けする過程において、様々な副産物や廃棄物が排出されています。サプライチェーン全体で環境に与える影響を定量的に把握し、環境負荷の低減に取り組んでいます。

※INPUT、OUTPUTの数値は、国内のニッポンハムグループ全事業所における2015年度の実績（速報値）です。

INPUT

(投入量)

とうもろこし、麦などの飼料

668千t



製品の原材料

252千t



燃料(原油換算)

75千kl



電力

573百万kWh



水

13百万m³



車両の燃料

13千kl



SCOPE 1

スコープ

化石燃料、天然ガス等の使用による自社からの直接排出

温室効果ガス排出量 277千t-CO₂ 構成比 2.8%

SCOPE 3

スコープ

原材料・製品等の調達・輸送、出張・通勤等による自社事業所以外の間接排出

温室効果ガス排出量 9,449千t-CO₂ 構成比 93.9%

原材料・飼料・
資材の調達



原材料・飼料・
資材の輸送



資本財



事業で発生する
廃棄物の処理



製品の輸送



■環境データの集約システム

ニッポンハムグループでは、国内532事業所におけるエネルギー、水などの資源使用量や廃棄物、大気への排出量は「ECOハート®※1」システムで集約しています。また、国内約3,900台の車両に関する走行距離、燃料使用量は、「ECOドライブ※2」システムで集約し、改善につなげています。



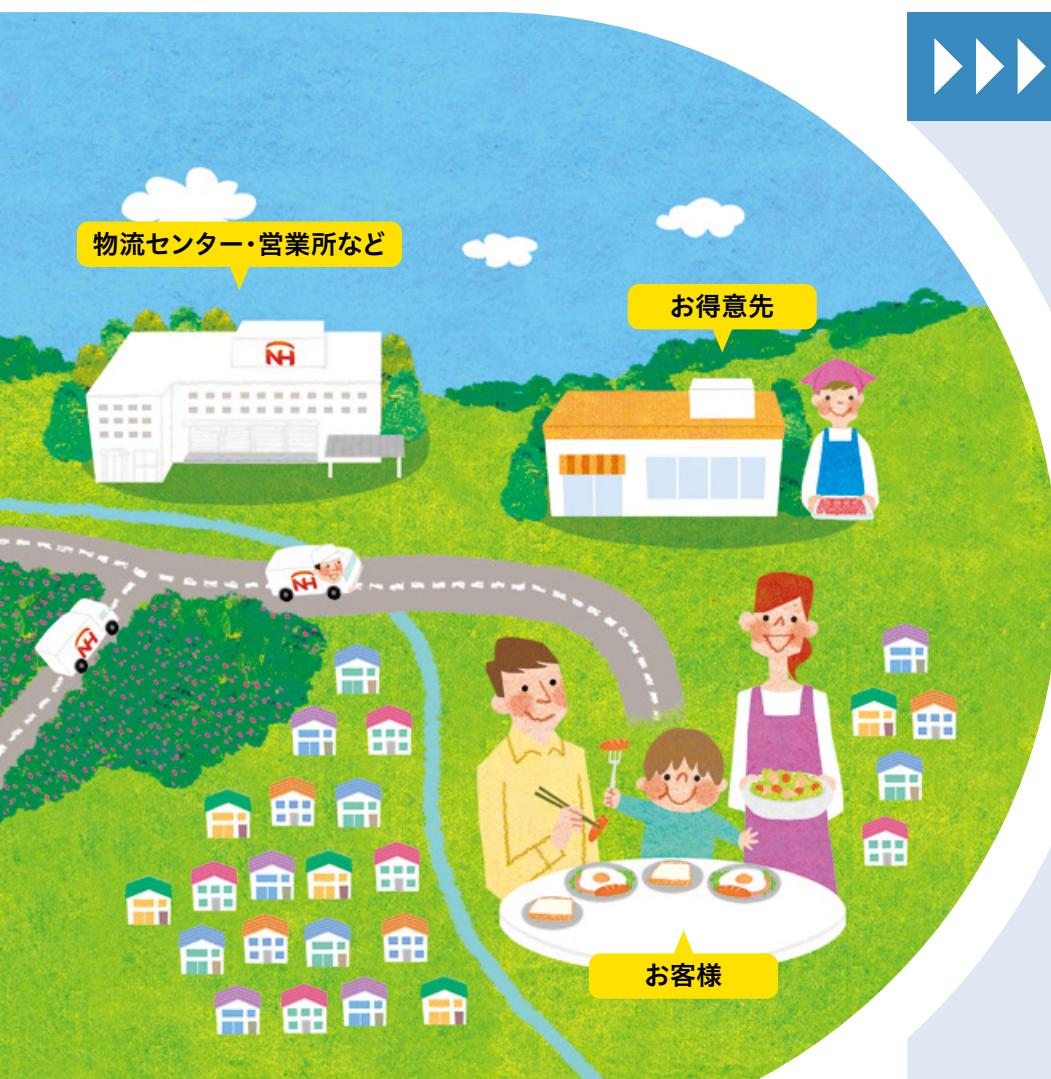
532事業所

(2016年4月1日現在)



約3,900台

(2016年4月1日現在)



OUTPUT

(出荷・排出量)

商品

761千t

温室効果ガス

609千t

(CO₂換算)

排水

14百万m³

廃棄物

発生量

402千t

リサイクル率

94.9%

容器包装

プラスチック
12,277t

紙
966t

びん
1,453t

ペットボトル
0t

スコープ
SCOPE 2

購入した電気の使用による発電所等からの間接排出

温室効果ガス排出量 **332千t-CO₂** 構成比 **3.3%**

販売した
製品の加工



販売した
製品の使用



販売した
製品の廃棄



リース資産
(上流)



従業員の通勤



従業員の出張



スコープ1,2に
含まれない燃料
およびエネルギー
関連活動

※1 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
※2 ECOドライブ: 車両の燃料使用量、走行距離を集約し、燃費改善度を図るためのシステム



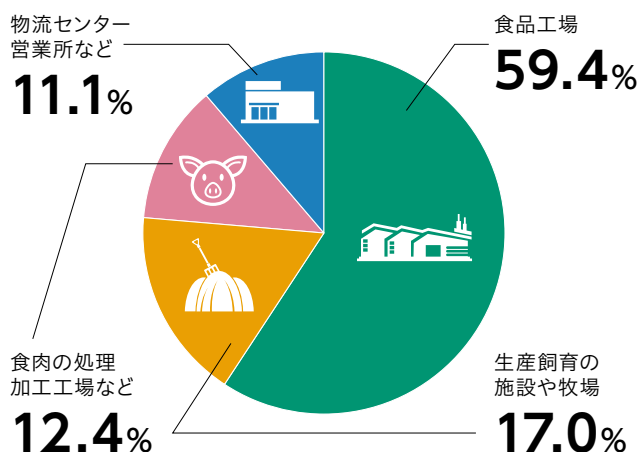
環境活動の見える化

地球温暖化の防止

CO₂排出量の削減

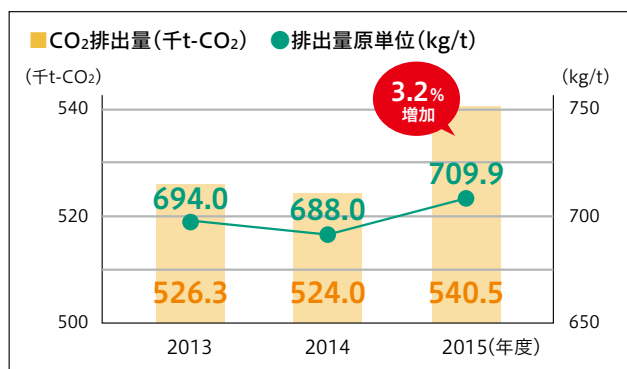
ニッポンハムグループのCO₂排出量のうち約60%は食品工場から排出しています。生産工程において、CO₂排出量の少ない燃料への転換や再生

CO₂排出量の割合



可能エネルギーの利用など、さまざまな角度から地球温暖化防止に取り組んでいます。

CO₂排出量・原単位の推移



ECOアクション

国内物流センターにおける照明のLED化

日本デリーネット(株)では、照明のLED化を推進しています。2015年3月の寝屋川センターに続いて2016年2月には川崎センターにLED照明を導入しました。これにより、年間874千kWhの電力使用量削減と約506t-CO₂/年の削減が期待できます。



ECOアクション

海外生産施設におけるバイオガスの発電

豪州にあるオーキービーフエクスポートでは、2015年4月、バイオガスプラント^{※1}を設置しました。工場排水からメタンガスを取り出し、エネルギーとして利用しています。これにより、天然ガスの使用量削減と約8千t-CO₂/年の削減が期待できます。



※1 バイオガスプラント: 工場排水やバイオマス資源をメタン発酵させバイオガスエネルギーへ転換するシステム。

サプライチェーン全体のCO₂削減に向けて

■輸送・配送における取り組み

日本デリーネット(株)では、ニッポンハムグループ内の製品と他企業様の製品の共同配送を積極的に推進し、CO₂の削減に努めています。温度帯や配送先が同じ製品を1台の車両に積載することで輸配送時の効率化を図り、環境負荷の低減を図っています。



■資材調達における取り組み

ニッポンハムグループでは、製品の企画・開発段階から環境負荷の少ない資材や石油資源を使用しない植物由来の素材を優先的に採り入れています。一例として、チルドピザのトレイは、容器包装メーカー様と日本ハム(株)独自のトレイを開発するなど資源の有効活用を追求しています。



▼廃棄時は中央で割れる工夫でごみの容積低減

▲ピザをのせるトレイは強度を守りつつ薄肉化



■再生可能エネルギーの取り組み

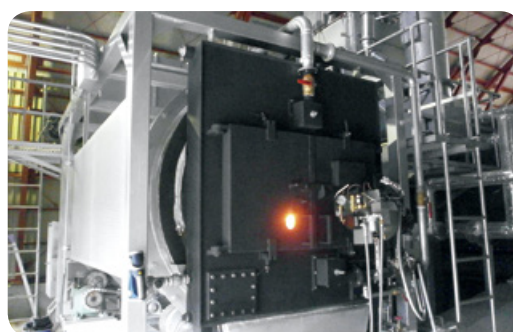
日本物流センター(株)では、東京事業所(写真)と関西事業所の倉庫棟屋上に太陽光発電システムを設置しています。2事業所合計で約6,200枚の太陽光パネルから年間191.5万kWhを発電します。これは一般家庭で換算すると約583世帯分の年間電力使用量に相当します。なお、これに伴うCO₂排出量の削減効果は982t-CO₂/年となりました。



東京事業所と屋上に設置される太陽光パネル

■バイオマス^{*}発電の取り組み

日本ホワイトファーム(株)では、事業活動から発生する鶏の排せつ物を乾燥させた後、ボイラーで焼却しています。その焼却から生じた熱や蒸気は、鶏舎内で活用し化石燃料使用量の削減に努めています。また焼却灰はリンなどの肥料として農地に利活用されています。



鶏ふんを焼却するボイラー設備

^{*} バイオマス：生物・植物由来の廃棄物（食品残さ、家畜糞など）



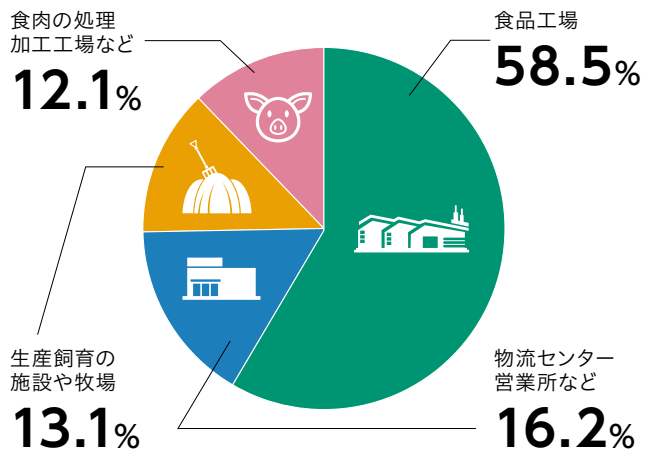
省資源の取り組み

■電力・燃料の有効利用

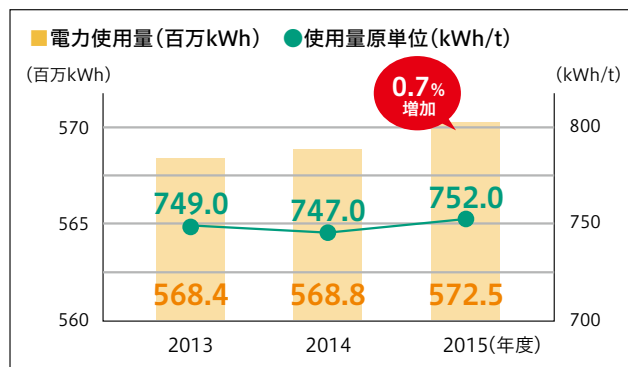
電力・燃料使用量のうち約59%を占める食品工場では、設備の稼働時間の見直しや燃料転換などによる効率化を図っています。また物流・営業部門にお

いては、エコドライブによる車両車燃料の有効利用や低燃費車両の導入等を進めています。

電力使用量の割合



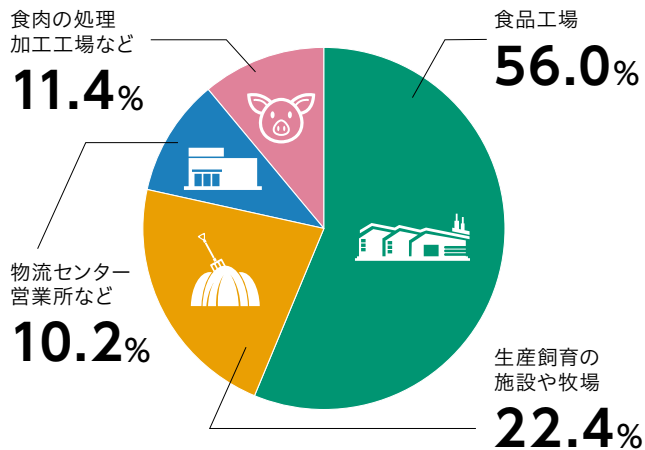
電力使用量・原単位の推移



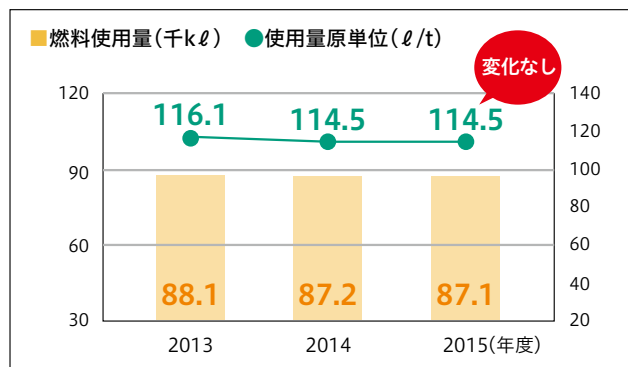
47

Nipponham Group CSR Report 2016

燃料使用量の割合



燃料使用量・原単位の推移



ECOアクション

安全と環境に配慮した運転

ニッポンハムグループのフード会社4社※1では、2,347台の営業車を保有しています(2016年3月31日現在)。車両メーカーと連携して運転実技と座学による講習会を実施し、従業員の安全と環境に配慮した運転の意識を高めています。これにより、安全運転者の証となるSDカードの取得率は、2009年に90%を超えてから、2015年には94%へと伸長してしています(対象者は約2,380名)。

今後も安全と環境に配慮した運転の取り組みを進めてまいります。



※1 フード会社4社：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)

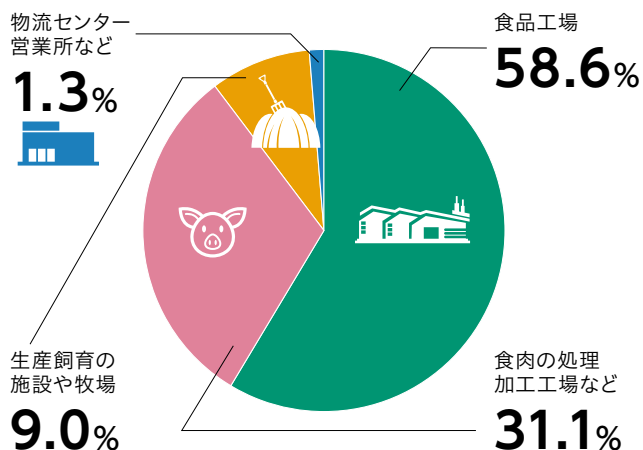
省資源の取り組み

■用水の有効利用

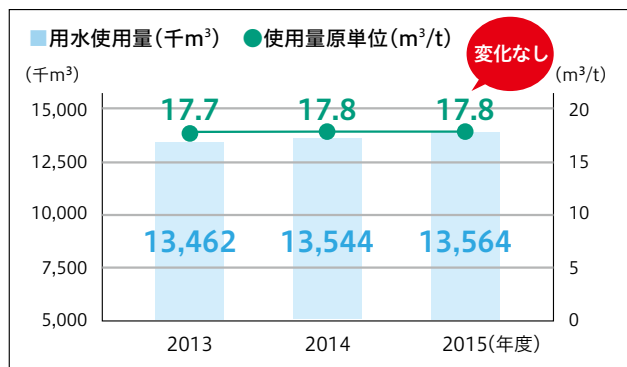
用水の使用量のうち約59%を占める食品工場では、設備の洗浄に使用した水は、浄化処理して再生利用するなど、「3R」の推進を積極的に進

めています。また工場や事業所から排出される排水は基準に適合させた上で自然に還しています。

用水使用量の割合

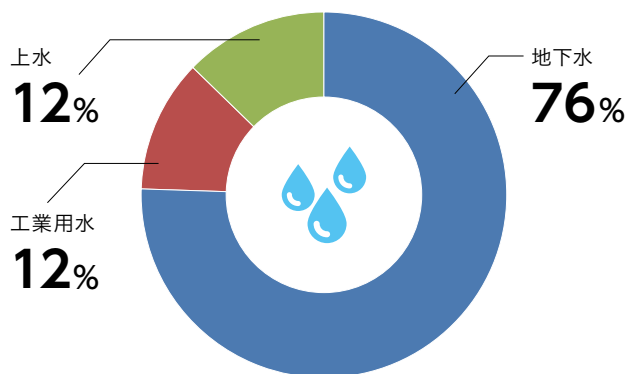


用水使用量・原単位の推移



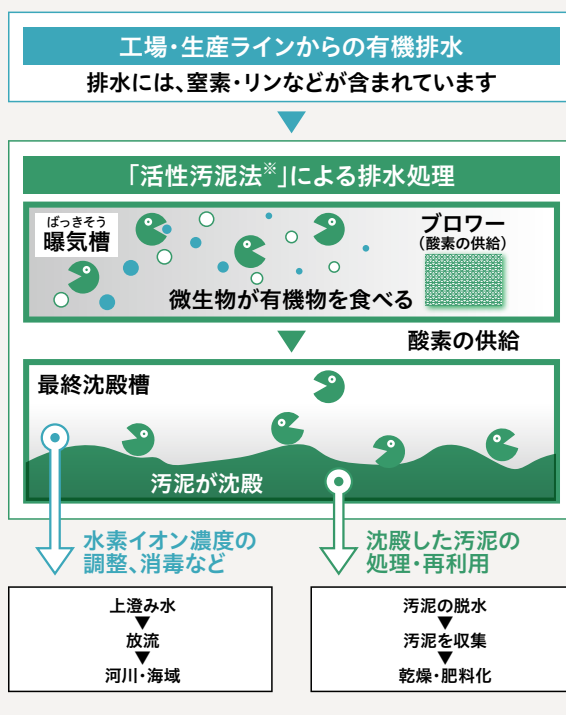
■製造工場における水の有効活用

ニッポンハムグループ国内の事業所で使用する水源別使用量をみると、地下水が全体の約76%となっています。その水はおもに製造機械の洗浄で使用しています。そのほか製造工場では、冷却塔の補給水や汚泥脱水機の処理水を回収・浄化し、空調機の冷却水や敷地内の緑地に再利用しています。



ECOアクション

活性汚泥法※による排水処理



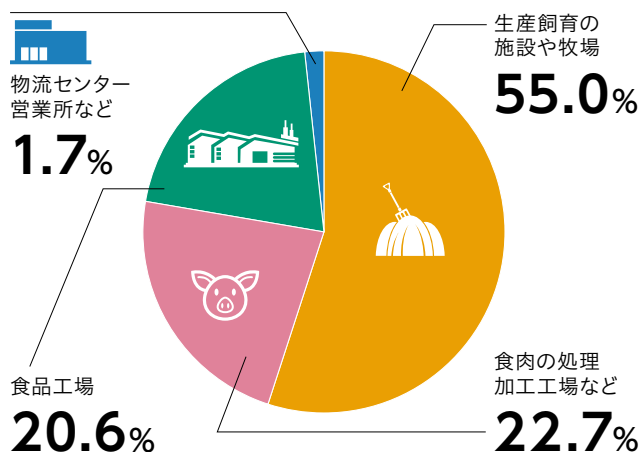
※活性汚泥法: 排水に活性汚泥を投入し、微生物に水の汚れ成分である有機物を食べさせることにより浄化させる方法です。排水中の有機物(汚れ)を食べた微生物が凝集して活性汚泥となり、この活性汚泥を沈殿させることで、きれいな上澄み水のみを川や海に流します。また、沈殿した汚泥は、肥料などに再利用されます。

省資源の取り組み

■廃棄物発生量の削減

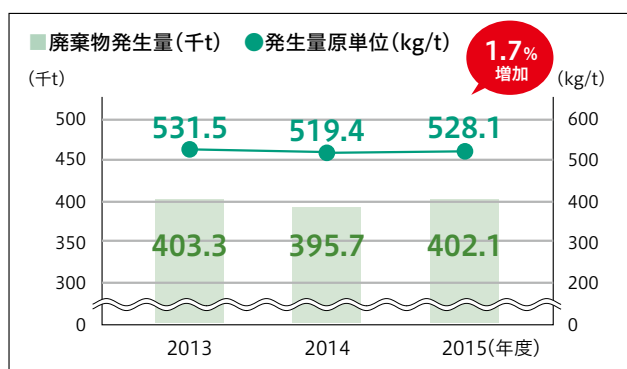
廃棄物のうち約55%が生産飼育の施設や牧場から、約23%が食肉の処理加工場から発生しています。

廃棄物発生量の割合



廃棄物は、発生抑制を第一に考え、再生利用の促進と廃棄物の減量化に向けて積極的に取り組んでいます。

廃棄物発生量・原単位の推移



ECOアクション

廃棄物削減の取り組み

製造部門では、排水処理場から発生する汚泥を脱水機や乾燥機を活用することで減量化しています。

(株)ジャバス 青森プラントでは、汚泥の処理水除去等の改善により、月間平均99トン排出していた脱水汚泥を約6.3%削減できました。



ECOアクション

循環型農業を目指して

インターファーム(株)で発生する家ちくの排せつ物を肥料として、(有)純粋黒豚種豚農場が所有する農地(下写真)に活用しています。そこで生産するかぼちゃ、玉ねぎなどの野菜は、市場で販売されると共に日本ハム(株)の株主優待品の選択アイテムとして出荷しています。

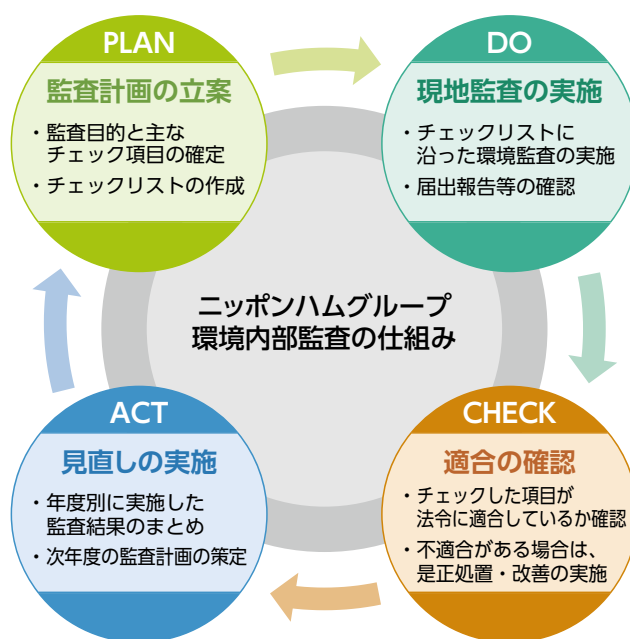


環境マネジメントの推進

ニッポンハムグループは、事業活動と環境活動を連携する取り組みの一環として、国際規格「ISO 14001」の認証取得を進めています。2016年3月現在、国内外で合計21事業所が認証を取得しています。

■環境内部監査の実施

ニッポンハムグループは、事業所における環境マネジメントシステムの継続的な改善や環境事故の未然防止、環境データの精度向上を目的に環境監査を推進しています。2015年度は、「ISO14001※」の認証取得事業所をはじめ、生産施設から営業所に至る計174拠点で実施しました。今後も環境法令の遵守状況や環境事故防止の仕組みづくりの支援などを積極的に進めていきます。



■環境法令の遵守状況のご報告

2015年度は、ニッポンハムグループの事業所において、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

対策を取ることで、以後、同様の事象は発生していません。

	日本ハム(株) 中央研究所	ニイブロ(株) 関口農場	マリンフーズ(株) 三重工場
概要	2015年11月、前月(2015年10月)に外部検査機関へ測定を依頼した排水の測定結果を確認したところ、排水中の「セレン」が茨城県つくば市の管理基準値を超過していることが判明しました。	2015年5月および6月、鶏ふんボイラーの排出ガスについて、自主検査を実施し、測定結果を確認したところ、基準値を超過するダイオキシン類が排出されていたことが判明しました。新潟県へ測定結果の報告を行いました。	2015年8月、工場の担当者が「冷凍機の油圧低下」を示す警報に気づき、冷凍機のメンテナンス会社に調査を依頼しました。調査の結果、冷媒配管の経年劣化により冷媒が漏えいしたことが判明しました。
対応	当該研究所において排水にセレンが流入する可能性を調査したところ、実験に使用した培地にセレンが含まれており、この培地を排水に流したことが原因であるとわかりました。つくば市へ経緯を報告するとともに、研究所内の自己監視対策を立案し、周知・実施しました。	新潟県より当該鶏ふんボイラーの運転停止の指示を受け、以降の運転を中止しました。排出ガス中のダイオキシン類基準超過は、当該機器の運転における燃焼温度の変化により発生したものです。なお、当該ボイラーは、使用を再開せず使用中止としました。	冷媒配管の交換工事を行うとともに、漏えいした冷媒を補充しました(補充量から、漏えいした冷媒は約660kgと想定されます)。これら冷媒漏えいの経緯および修復作業、今後の点検方法などについて所轄地区の防災総合事務所に報告しました。



商品・サービスの環境配慮

ニッポンハムグループは、商品の安全性に配慮した上で、容器包装の簡素化・軽量化などによる環境負荷の低減を進めています。

■容器包装の削減

日本ハム(株)は、ハムやベーコンのトレイパック商品の内容表示を表面フィルムに直接印字することにより、裏面に貼付していた紙シールを削減しました。これによる3年間の紙資源の削減量は約2,200万枚※¹となりユーカリの木換算で約280本分の資源保全につながります。



紙シールの内容量表示を表面のフィルムに直接印字しました

■リサイクル素材の活用

日本ハム(株)の「中華名菜 酢豚[®]」は、商品保護を目的とするトレイに「再生ペット」を使用し、同時に約30%の軽量化※²を図りました。さらに外装フィルム、トレイの薄肉化により容器包装に占めるプラスチック重量を約23%※³削減しました。



Topics 社会と協働する「ごみを減らす」活動

日本ハム(株)は、神戸大学の教授・学生で構成されるNPO法人ごみじゃぱんが主催する「減装研究会」に参加しています。2015年3月には愛知県において流通企業様と共同で商品の容器包装を減らす実験やアンケートを実施しました。お客様のご意見を反映しながら家庭ごみと資源の削減に取り組んでいます。なお「もう切ってますよ!焼豚」はお客様のご意見を基にNPO法人ごみじゃぱんと意見交換を重ね、フィルムの薄肉化を実現しました。



■「カーボンフットプリント」の取り組み

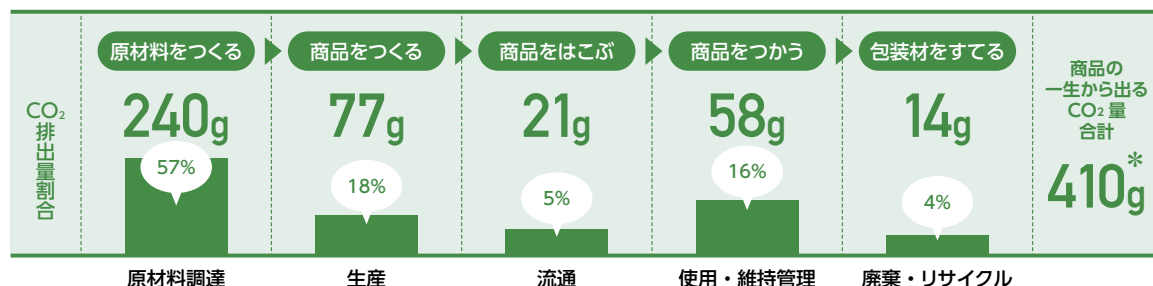
日本ハム(株)は、2008年に「カーボンフットプリント(以下CFP)制度試行事業」へ参加して以来、商品の環境影響を定量的に評価しています。

現在では、日本ハム(株)のハム・ソーセージ「森の薫り[®]」シリーズがCFP宣言認定商品※⁴として販売さ

れています。

ニッポンハムグループは、製品を通じた情報発信により、CO₂に対する関心を促し、社会の皆様とともに地球温暖化防止に取り組んでいます。

例「森の薫り[®]あらびきウィンナー(90g)」のCO₂の排出量



*カーボンフットプリントの値および商品パッケージは2016年3月31日現在のものです。

※1 2012年度から2014年度の売上実績より算出

※2 2004年度比較 ※3 2003年度比較

※4 CFP宣言認定商品：一般社団法人 産業環境管理協会 CFP事務局から認定を受けた製品

自然環境の保全に向けて

ニッポンハムグループは、自然の恵みに感謝し、地域社会の皆様とともに自然環境の保全・再生に取り組んでいます。

■森林保全の取り組み

森林は、木材の生産とともに、土砂崩れや洪水などの災害を防ぎ、水資源を守ってくれるなど私たちの生活に大きな役割を果たしています。ニッポンハムグループは、2002年より、林野庁の「法人の森林」制度を利用して全国3カ所の森林^{※5}で分収育林契約^{※6}を結び、「みんなの森林^{もり}」と名付けて活動しています。なお2015年度は、全5回の活動を行い、ニッポンハムグループ従業員とその家族、行政や地域の皆様全634名が参加しました。



「みんなの森林」瀬戸定光寺(写真上)と大成山の活動参加者

活動内容は、遊歩道の整備、下草刈り、鳥の巣箱制作と設置、自然工作などを実施し、自然環境の大切さを学びました。



大成山にて遊歩道の整備(写真左)と巣箱の設置

また、ニッポンハムグループの事業活動においても森林資源が役立っています。例えばハムやソーセージ、チーズなどの製造時に「スモーク(くん煙)」という工程で広葉樹のチップを活用しています。森林資源の持続可能な利用に向けて、製品の売上の一部を緑化推進機構「緑の募金」に寄付し、全国の森林緑化や生物多様性の保全などに役立てています。

■海洋保全の取り組み

海は、水の循環を通して私たちの生命を支えています。また、サンゴ礁生態系は、海産資源や沿岸保護など、私たちの生活に恩恵を与えてくれます。ニッポンハムグループは、きれいな海の持続的な保全を目指して、世界有数のサンゴ礁がある沖縄県で



植え付けしたサンゴの苗を水槽で育成

「サンゴ礁再生プログラム」を2012年より始めています。今回で5回目となるこの活動は、沖縄県と沖縄県サンゴ礁保全推進協議会の協力をいただき「サンゴ礁ウィーク2016」の一環として、「さんご畑^{※7}」で実施しました。当日は約90名が参加してサンゴの苗の植え付け体験と金城浩二氏による海の生き物の学習会を行い、サンゴの大切さを学びました。

そのほか、ニッポンハムグループでは、海の環境保全に向けた活動を全国各地で実施しています。南日本ハム(株)では事業所のある宮崎県日向市で行われる「クリーンアップ日向」に従業員102名が参加し、小倉ヶ浜の海岸清掃を実施するなど地域の海洋保全に取り組んでいます。

※5 全国3カ所の森林：大成山（兵庫県）、筑波山（茨城県）、瀬戸定光寺（愛知県）の森林

※6 分収育林契約：伐採しないことを前提とする国有林の保全活動契約

※7 さんご畑：沖縄県読谷村にあるサンゴの養殖施設。金城浩二氏が代表を務める（有）海の種が経営する。

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の事業は、ハム・ソーセージの製造に始まりました。

現在では、国内における食肉、加工食品、水産物、乳製品、健康食品などの事業に加え、海外事業へと食の領域が広がっています。これからもグループ93社、29,404人の総合力を結集して、より多くの皆様に「食べる喜び」をお届けしていきます。

食肉事業

牛・豚・鶏の生産・飼育から、処理・加工、物流、販売までを一貫して行う「バーティカル・インテグレーション・システム」で、鮮度と品質を大切にお届けしています。



【生産飼育】

- 日本ホワイトファーム(株)
- ニブロ(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)

【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)
- 宮崎ビーフセンター(株)
- (株)ウスネ

【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)

【食肉の物流および輸出・輸入】

- 日本チルド物流(株)
- 日本物流センター(株)
- ジャパンフード(株)

【食肉エキスイ加工】

- 日本ピュアフード(株)

加工事業

ハム・ソーセージと加工食品の分野でロングセラーから新カテゴリーまでさまざまなニーズにお応えする商品の製造・販売を行っています。



【ハム・ソーセージ等の製造・販売】

- 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
- 日向農産加工(株)
- 南日本フレッシュフード(株)
- 高松ハム(株)

- 日本ハム惣菜(株)
- プレミアムキッチン(株)

【ハム・ソーセージ、加工食品の販売】

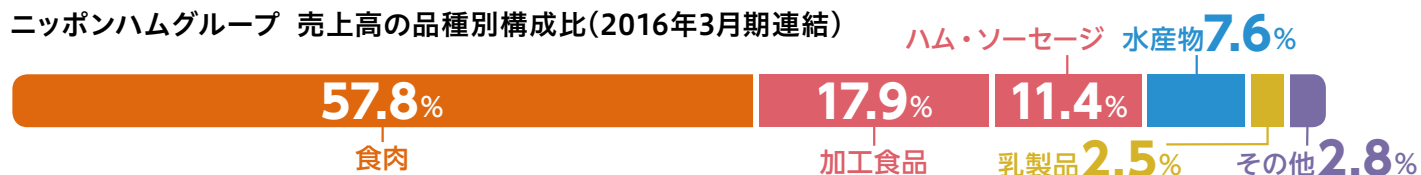
- 日本ハム(株)
- 日本ハム北海道販売(株)
- 日本ハム東販売(株)
- 日本ハム西販売(株)
- 日本ハムデリニユーズ(株)
- 日本ハムカスタマー・コミュニケーション(株)

【ハム・ソーセージ、加工食品の物流】

- 日本デイリーネット(株)
- 日本ルートサービス(株)

【加工食品の製造】

- 日本ハム(株)
- 日本ハム食品(株)



水産事業

国内外の水産原料の調達から缶詰、寿司ネタなど水産加工品の製造・販売を行っています。そのほか、地域特性を活かした鮪の養殖業を進めています。

[水産加工品製造・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)



乳製品事業

ヨーグルト事業では、独自性と創造性を活かした商品の開発・販売を行っています。チーズ事業では、特に業務用チーズ分野で高い支持を頂いています。

[乳製品製造・販売]

- 日本ルナ(株)
- (株)宝幸



その他事業

おいしさの感動と健康の喜びに貢献するため、食と健康、スポーツなどに関連した事業を進めています。

[フリーズドライ食品製造]

- (株)宝幸



[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



海外事業

海外においても生産飼育から処理・加工、製造・販売の拠点をもち、商品・サービスを提供し、グローバル企業への加速を推進していきます。

[米州]

- デリーフーズ[USA]
- テキサスファーム[USA]
- レドンド[USA]
- オーストラリアプレミアムブランド[USA]
- チリ日本ハム[CHI]
- NHフーズ・メキシカーナ[MEX]
- NHフーズ・ブラジル[BRA]

[欧州・中東]

- 英国日本ハム[GBR]
- エゲタブ[TUR]

[アジア]

- シンガポール日本ハム[SIN]
- タイ日本ハム[THA]
- タイ日本フーズ[THA]
- タイ日本ベジタブル[THA]
- タイ日本コールドストレージ[THA]
- NHフーズ・ベトナム[VIE]
- NHフーズ・マレーシア[MLS]
- 日邦食品(上海)[CHN]
- 日邦食品(香港)[CHN]
- 山東日龍食品[CHN]
- 天津龍泰食品[CHN]
- 烟台宝昌食品[CHN]
- 山東未来食品[CHN]
- 台湾日本ハム[TWN]
- 醇香食品[TWN]

[豪州]

- 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]
- オーキービーフエクスポート[AUS]
- T.B.S[AUS]
- ウィンガムビーフエクスポート[AUS]
- ワイアラビーフ[AUS]



総合力を生かした商品づくり

ニッポンハムグループは、事業部間の連携を図り、素材の美味しさを活かした商品の企画・開発を進めています。お客様に新しい価値と満足をお届けします。

■素材から広がる食のレパートリー

国産鶏肉「桜姫®」

「桜姫®」は国内において植物性主体の飼料で育てています。桜色の肉色とビタミンEが3倍※1以上多く含まれているのが特長です。

※1 日本食品標準成分表2010 数値比較



桜姫

検索

イタリア産豚肉「ドルチェポルコ®」

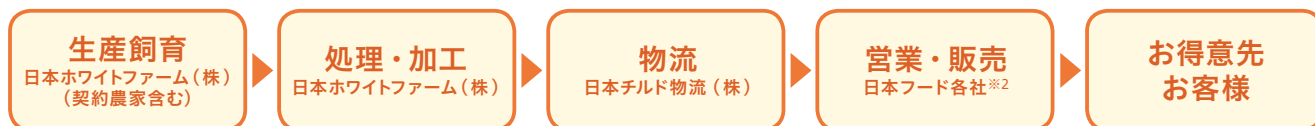
「ドルチェポルコ®」はイタリアのクレモナ周辺において育てられています。肥育期間は通常より3カ月長い約9カ月をかけています。



ドルチェポルコ

検索

■国産鶏肉「桜姫®」が食卓に届くまで



Topics 「桜姫®」の産地パック

「桜姫®」を処理・加工する産地で真空パック包装した商品を販売しています。産地から鮮度を保持したまま、量販店に届き、パック詰めなどの二次加工をせずに売場に陳列できます。そのため、総合的な包装資材の使用量や廃棄ロスの抑制など環境面に配慮した商品です。



※2 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)

海外における商品づくり

1977年、米国のデイリーフーズ社に始まった海外展開も現在では、18の国と地域、33社で、食肉、加工品、水産物、野菜などの生産飼育、処理加工、製造・販売などの事業を進めています。

■生産飼育

海外に牛・豚・鶏の生産飼育拠点を設け、食の安定供給に向けた基盤づくりを進めています。

牛（豪州）：ワイアラ牧場において年間約14万頭を出荷しています。日本には、「大麦牛」のブランドなどで届けています。

豚（米州）：テキサスファームにおいて年間約72万頭を出荷しています。

鶏（トルコ）：エゲタブ社等において年間約1390万羽を出荷しています。



■処理加工

豪州（3拠点）では「牛」、トルコ（1拠点）では「鶏」の生産加工場を設け、農場と連携し、鮮度・品質の保持を徹底した管理を行っています。それらの食肉は現地における販売や日本、米国・アジア各国へ確かな品質をお届けしています。



■製造販売

米国、中国、ベトナムの拠点でハム・ソーセージの製造、タイ、メキシコで加工食品の製造を行っています。



Topics 海外における食シーンの提案

ニッポンハムグループは、2015年10月、ドイツ・ケルンで行われた世界食品メッセ「Anuga2015」に出展し食肉、加工食品、水産物などを紹介しました。会場では日本で発売されている「中華名菜®（英名：アドワンベジ）」の食シーンを提案したほか欧州や米国で関心の高い「グルテンフリー」に着目した商品「みんなの食卓 米粉パン」を紹介したところ好評をいただきました。今後も世界らしさと食文化を尊重しながら「食べる喜び」をお伝えしていきます。



食文化の発展に向けて

本格的な美味しさを常に追求し、日本の食卓に笑顔を届けてまいります。

■本場イタリアの味を目指して

ニッポンハムグループは、本場イタリアのピザのおいしさを日本の食卓にお届けしたいとの思いから、チルドピザ市場を開拓し、1999年に「チーズピザ」の製造・販売を始めました。2001年にはピザ職人の技を再現した「石窯工房®」ピザシリーズが誕生。発酵と焼きにこだわった自家製生地に、バラエティーに富んだ具やソースをトッピングしてい

ます。その後、さまざまな食シーンにお応えするべく、ミニサイズやフランスパン生地、クロワッサン生地などのバリエーションを充実させました。また2005年には「第35回食品産業技術功労賞※1」を受賞し、現在でもチルドピザ市場No.1※2のご支持をいただいています。



1999年当時の商品



2016年現在の商品、バリエーション豊富なラインナップ

日本ハム 石窯工房 検索

VOICE

素材と製法を活かした事業部 コラボレーション商品

ニッポンハムグループの事業部門横断的な企画・開発によって生まれたピザ「奏」^{かなで}。17時間以上熟成させた生地を中種として使用した二段仕込みクラストが特徴です。またソーセージ、ベーコンは、ニッポンハムグループが生産から手掛ける国産豚肉「麦小町®」を原料に製造しています。これからも原材料と製法にこだわって安全・安心なおいしさをお届けしていきます。



日本ハム(株) 食肉事業本部
国内ポーク課
行川 励

日本ハム(株) 加工事業本部
デリ商品事業部
寺山 雄也

※1 食品産業技術功労賞：食品産業新聞社が1971年に日本の食品産業の発展に著しく貢献した企業、個人、団体を顕彰するために制定した賞です。
※2 チルドピザ市場No.1：インテージSCI 2014年1月-12月チルドピザ市場アイテム別購入金額シェアより。

■毎日の食卓に新しいおいしさを!

1966年、赤ウインナーがお弁当の定番だった頃、皮が口に残らないウインナーとして発売した「ウイニー®」。おかげさまで2016年に50周年を迎えました。現在はカルシウムを補給できる「栄養機能食品※」として、健康面もサポートしています。



1966年発売当初の「ウイニー®」



現在発売中の「ウイニー®」



「ウイニー®」を飾り切りした「かたつむり」



ウェブサイトでは動画で作り方を紹介

日本ハム ウイニー [検索](#)

■本場のおいしさを届けたい!

1985年、ウインナーソーセージの本場ドイツの味を目指して誕生した「シャウエッセン®」。お客様にご愛顧いただいて、2016年に31周年を迎えました。「シャウエッセン®」の名前の由来は、ドイツ語で観劇する(観せる)を意味する「shau」と、食べものなどを意味する「essen」の合成語から生まれました。



1980年～1990年代の「シャウエッセン®」



現在発売中の「シャウエッセン®」



スモーク工程前の「シャウエッセン®」



日本ハム シャウエッセン [検索](#)

VOICE

安心のおいしさを届けるベストセラー商品

「シャウエッセン®」「ウイニー®」など、日本ハム(株)のハム・ソーセージの製造には、「保存料」を使用していません。製造工場から物流センター、営業所等において10℃以下の低温度管理を徹底することによりお客様においしさをお届けしています。

また、食品の添加物は重要な役割を持っています。味の調整や腐敗菌の増殖を抑える働きを持つ「塩」、お肉の色調整や香り・風味を出す働きと食中毒菌の増殖を抑える働きを持つ「発色剤」などがあります。正しい知識のもと、安全・安心な食品づくりに努めていきます。



日本ハム(株)
加工事業本部
ハム・ソーセージ事業部
加藤 雄太

※ 栄養機能食品：栄養成分(ビタミン、ミネラル)の補給のために利用される食品で栄養成分の機能を表示するもの。



食文化の発展に向けて

良質な原材料を確保し、鮮度を大切にしたものづくりを進めています。
これからもお客様に末永く愛される商品をお届けしていきます。

■海のおいしさを皆様の食卓に！ マリンフーズ(株)

マリンフーズ(株)は、創業から50年以上にわたり、良質の水産品の調達・水産加工品の製造・販売を進めてきました。そしてお客様に安定した商品をお届けする一環として、2008年には愛媛県に宇和海マリンファーム(株)を設立し、本鮪の養殖事業を展開しています。

宇和海で養殖されている本鮪は脂の乗りとコクに特長があり「宇和丸」のブランドで市場に供給さ

れています。

また、2013年には北海道東部で10ヵ所の市場買参権を持つ、釧路丸水(株)がニッポンハムグループとなりました。現在ではおもに「たこ」や「さば」の買付・加工を行っています。北海道ならではのおいしさを大切に、グループ一体となって全国の皆様に喜びと感動をお伝えしていきます。



「旨味たこ」



「北釧鯖(ほくせんさば)」



釧路丸水(株)
加工事業部
藁科 孝之

Topics 商品を通して地域活性化！ 日本ピュアフード(株)

日本ピュアフード(株)は、「地域から日本を元気に」を目標に、地域の活性化に取り組む「B-1グランプリ®」の理念に賛同し、「B-1グランプリ®」出展団体と商品の共同開発を行っています(右写真)。それらの対象商品の売上の一部を各まちおこし団体のまちおこし活動の支援金として、活用いただいております。



青森県のご当地グルメ
「十和田バラ焼き」



「B-1グランプリ®」全国大会の様子



■地域のおいしさを全国に！ (株)宝幸

水産品、常温商品、チーズ、冷凍食品、フリーズドライの5事業を展開し2016年2月に創業70周年を迎えることができました。その中でも最近はニーズの高まる常温商品「缶詰」では、毎年8～12月に青森県八戸港で水揚げされる「真鯖」を一つひと

つていねいに手詰めして製造。この缶詰の真鯖は500グラム以上的大ぶりサイズのみに厳選しています。この商品は青森県より推奨された証「青森の正直」ブランドとして全国にお届けしています。



「青森の正直真鯖水煮」



「青森の正直真鯖味噌煮」



(株)宝幸
加工食品事業部
常温食品部 業務課
房野 泰一郎

■健康とおいしさを食卓に！ 日本ルナ(株)

これまでに日本で初めて「のむヨーグルト」と名付けた商品や、バニラアイスのようなヨーグルト「バニラヨーグルト」を発売してきました。現在で

は、「バニラヨーグルト」にさくらんぼやみかんなど地域特産の果物(果汁)を使用した商品を期間限定で発売し、旬の楽しさをお届けしています。



「バニラヨーグルト」



「バニラヨーグルト あまおう苺」



「味わいとココのむヨーグルト」



日本ルナ(株)
マーケティング部
商品開発課
前山 佳昭

Topics | ピンクリボン活動への参加 日本ルナ(株)

日本人女性の約12人に1人が乳がんを患うと言われる今日、早期発見の治療が重要になっています。日本ルナ(株)はオフィシャルサポーターとして「ピンクリボン活動」に賛同し、乳がんの早期発見・早期診断の啓発活動を支援しています。

また、社内の福利厚生として、女性従業員に乳がん健診にかかる費用を全額会社が補助する制度も設けています。



ピンクリボン®マーク



日本ルナ(株)の受付における周知活動



地域の皆様とともに

ニッポンハムグループは事業活動を進める地域社会の皆様と対話する機会創りに努めています。そしてこれからも社会に必要とされる企業体を目指しています。

ニッポンハムグループの
地域社会活動実績※

全1,198回

※集計対象：2015年4月1日～2016年3月31日に実施した食育、環境、社会活動を含みます。

[地図上のマークの紹介]



「ウイナー
手づくり体験工房」
の実施場所



キッズニア
「ソーセージ工房」パピリオン
の実施場所



近畿

兵庫県芦屋市



スポーツの力で世界の子どもを応援

今回で30回目を迎えた「ユニセフカップ2016芦屋国際ファンラン」にニッポンハムは特別協賛しています。この大会はユニセフ(国連児童基金)の活動支援と「教育を世界すべてのこどもたちに!」をテーマに開催され、参加料の一部は、ユニセフに寄付されます。

この他、西宮市、神戸市で行われるユニセフカップマラソンにも特別協賛しています。

※主催：サンケイスポーツ産経新聞社

61

Nipponham Group CSR Report 2016



長崎浪漫工房
(長崎県)



九州

宮崎県日向市

地域に愛される企業を目指して

南日本ハム(株)は1960年の創業以来、農畜産業の振興と地元食材を使用した商品づくりを進めるとともに、現在では、食育や職業教育をテーマに開発した学習プログラムを地域の子どもたちを対象に行っています。そして2015年9月には、これまでの地域密着の活動が評価され、日向市より産業界初となる「青の国大賞」の『大賞』をいただきました。



四国

香川県高松市

次世代に伝える食の大切さ

高松ハム(株)は地元の高等学校より要請を受け、授業の枠を活用したキャリア教育を行いました。高校生約30名を対象に豚肉の加工に関する講義と豚肉からベーコンをつくる実習を行いました。未来の日本農業や食肉産業に興味・関心を持っていただけることを願っています。

※青の国大賞：日向市制施行60周年を記念して創設した事業。趣旨は、地域経済の発展、イメージアップ、地域活力の向上などに著しく貢献したと認められる個人、団体が表彰されます。



北海道 網走市

フラワーガーデンの協働

インターファーム(株)と日本フードパッカー(株)道東工場は、市民や企業の皆様とフラワーガーデン「はなてんと」の運営に参画しています。3.5haの花畑にインターファーム(株)知床農場で飼育する豚の糞尿からつくる有機肥料を活用しています。ピーク時には約8万株もの色とりどりの花が咲きほこり、地域の活性化につながっています。



札幌ドーム



Topics

アウトオブキッザニアの実施

西日本地区に在住の小学生を北海道にお連れして、キッザニアのパビリオンでは体験できない牛の世話や豚の飼料づくり、札幌ドームにおけるグラウンド整備のほかウイナーづくりなど、ニッポンハムグループに関連する仕事体験の場を設けました。子どもたちに色々な仕事の意義や苦労・喜びを感じてもらえることを願っています。



中部 長野県上水郡信濃町

森林再生・生物多様性をサポート

日本ハム(株)がオフィシャルスポンサーとなっている「一般財団法人C.W.ニコル・アフアンの森財団」が進める「アフアンの森」の森林再生や生物多様性の保全に賛同しています。また宮城県東松島市の震災復興プロジェクトには、従業員のボランティア参加やチャリティ支援を行っています。



東北 山形県酒田市

「みんなの田んぼ」活動

東北日本ハム(株)は地元のJAの皆様にご指導いただき、田んぼの活動を行っています。ここで採れた米は「米粉パン」の原料に使用しています。また2015年は酒田市内の全小中学校で「米粉パン」の給食を実施しました。今後も学校給食への採用が予定されており地産地消の取り組みが広がっています。



関東 東京都品川区

職場訪問の受け入れ

地元の中学生や修学旅行の中高生の皆さんの職場訪問を受け入れています。ニッポンハムグループの各企業の従業員が講師になって、仕事観や食品企業としての心構えなどについてお伝えしています。ニッポンハムグループは「食」を通して、次世代の皆様の未来を応援しています。



海外

オーストラリア
ニューサウスウェールズ州

いのち 生命の大切さを お伝えする工場見学

オーストラリア日本ハムの食肉処理を受け持つウィングムビーフエクスポートにおいて、地域の学生、生産農家約300名の皆様を工場に受け入れました。場内では衛生面や機械化された牛の枝肉処理技術を見学していただきました。



株主・投資家の皆様とのつながり

日本ハム(株)は、株主・投資家の皆様との対話を深め、ご意見やご要望を企業活動に反映させています。

株主の皆様との対話

日本ハム(株)は年間を通じて株主の皆様との対話の場を設けています。まず1月に「ニッポンハムグループ展示会」東京・大阪会場に株主様をご招待しています。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取り組みをお伝えするとともに、株主様からのご意見をいただいています。

また、6月に大阪で株主総会を開催しています。その後、8月に東京で「株主フォーラム」を開催し、株主総会のご報告を行うとともに、懇談会を実施し株主様との相互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

投資家の皆様との対話

日本ハム(株)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、個人投資家の皆様を対象に会社説明会を開催しています。また、機関投資家の皆様を対象に四半期ごとの決算説明会や施設見学会、個別のミーティングを実施し、積極的な情報開示を行っています。また2004年以降、海外機関投資家訪問も毎年実施しています。



個人投資家説明会



機関投資家とのミーティング

Topics

SRI (社会的責任投資) インデックスへの組み入れ状況

2016年4月1日現在

日本ハム(株)は、SRIの代表的指標である「DJSI Asia Pacific」「FTSE4Good」に選定されています。



S&Pダウ・ジョーンズ社(アメリカ)とRobecoSAM社(スイス)による社会的責任投資(SRI)の株価指標であるDJSI Asia Pacific※1の構成銘柄として、2009年より、連続して採用されました。



FTSE社(イギリス)による社会的責任指標であるFTSE4Good Index Series※2の構成銘柄として2011年より5年連続して採用されました。



株主還元について

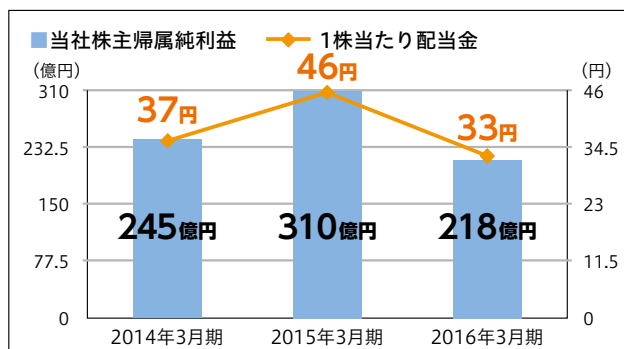
■会社の利益配分に関する基本方針

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。これらの基本方針のもと、配当につきましては連結配当性向30%を目安とし、また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株あたりの株主価値と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



■ニッポンハムグループならではの多彩なラインナップの優待品

日本ハム(株)は株主ご優待品を2014年度より年2回としております。3月末日時点で1,000株以上保有の株主様を対象に6月には「選べるご優待品カタログ」をお送りしています。これは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観戦ペアチケット、国連WFP協会への寄付など多彩なラインナップを揃え、その中から1点を選んでいただくものです。



<<3月末優待品>> 選べるご優待品の一例

また、9月末日時点で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、水産物、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」をお届けしております。優待品の内容につきましては株主様のご意見も参考にしながら商品を選定しています。



<<9月末ご優待品>>
ニッポンハムグループ商品詰合せ

Topics 格付情報

2016年3月31日現在

日本ハム(株)は企業信用力の評価としてR&I(格付投資情報センター)とJCR(日本格付研究所)の2社から以下の信用格付を取得しています。

※R&I(格付投資情報センター)
長期格付け

A

シングルエーフラット

※JCR(日本格付研究所)
長期格付け

A+

シングルエープラス

※1 DJSI Asia Pacific: 日本、アジア、オセアニア地域の企業を対象として、経済・環境・社会の3分野にわたり、持続可能性の観点から企業を評価するものです。毎年9月に見直しが行われ、2015年は主要企業600社の中から145社、うち日本企業は当社を含む62社が選定されています。
※2 FTSE4Good Index Series: 環境、人権、サプライ・チェーンにおける労働基準、贈収賄防止、気候変動など、企業の社会的責任に関する取り組みに基づいて選定されています。

「ニッポンハムグループCSRレポート2016」を読んで



CSRアジア
日本代表
赤羽真紀子

「食べる喜び」を世界の皆様にお届けするという企業理念の下で、世界の食肉業界で第4位の売上高を誇るニッポンハムグループは、社会の期待と向き合いながら企業の社会的責任（CSR）を誠実に実践されています。特に、2015年度にはステークホルダーの意見を取り入れながら、CSRにおける重要課題の5つを決定されました。この重要課題の一つの「将来世代の食の確保」は、世界の社会課題の中でも近年常に上位に挙げられている懸案事項そのもので、世界市場でのさらなる飛躍を目指すには避けて通れない課題です。トップメッセージの中で、この課題を特に重要であると位置付けられていることは、同グループの世界企業としての自覚と責任感の表れだと評価いたします。

世界の舞台においてニッポンハムグループがさらに尊敬される企業となるために、CSRの実践において検討いただきたいことが2点あります。

まず、長期的目標があればそれを開示することです。CSRレポートはCSRの取り組みの進捗や結果を伝える役割に加えて、その企業が将来的

にどういう方向に進みたいと思っているのか、その企業に見えている世界の将来像はどういう姿なのか、ということを示す場でもあると思います。例えば、5年後や10年後に具体的にどのようにしていきたいのか、会社としての意思が具体的な形で示されることを推奨いたします。

次に、原材料の調達元などサプライチェーン全体像についての記載をさらに拡充されてはどうか、ということです。例えば、食肉事業はグループ売上高の過半数を占める基幹事業であり、「新鮮」で「安全な」お肉を「安定」してお客様にお届けしたいということから、生産飼育から製造販売まで全て自社グループでされています。自社農場も国内外に155カ所あるということですので、農場での努力などサプライチェーン全体でのCSRの実践をステークホルダーに伝えられてはいかがでしょうか。とりわけ海外の消費者は農場でどういう取り組みがされているのかについて関心が高いため、まずはできるところから開示されることを推奨いたします。

第三者意見を受けて

今回、赤羽氏よりいただきましたCSR活動に対するご提言につきましては、従業員一人ひとりが重要性を認識し使命感を持って取り組んでいきます。今後、社会との共生をより強固なものとするためにも、「CSRにおける5つの重要課題」の解決に向けてニッポンハムグループの事業特性や資源を十分に活かしていきます。さらにCSRの活動を積極的に進めることで社会への責任を果たしていきます。

日本ハム（株）コーポレート本部 CSR推進部

編集後記

本レポートではCSRの重要課題の特定経緯の紹介と併せて、制作を担当する従業員とガイドラインを基にした情報開示の充実を図り、名称を「CSRレポート」としました。

また当社ウェブサイトでは、環境活動や事業活動などを詳しく紹介したレポートを公開しています。併せてご覧いただけましたら幸いです。



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の外部認証取得状況

(2016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
(山形第一工場、山形第二工場)
- 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)
- 関東日本フード
(関東牛加工センター)
- 中日本フード
(加工部)

アメリカ

- デイルーフーズ
- 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

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

- 日本ハムファクトリー 茨城工場
- 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の手法をベースに食品の安全と品質の危機管理を行う国際認証規格です。

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)
- 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)
- ニエプロ(食品工場、細越農場)
- 日本フードパッカー
(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

- デイルーフーズ

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
- ジャバズ青森プラント
- トーチクハム
- 東北日本ハム
(本社、山形第一工場、山形第二工場)
- 日本ハム食品
(本部・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)
- 日本デイルーネット
(本社、東日本事業部、北海道センター、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、NDN、信州センター、北陸センター、中国センター、四国センター、九州センター)

- 日本ハムカスタマー・コミュニケーション(管理本部品質管理課)
- 南日本ハム
- 日向農産加工DF工場
(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
- 宝幸
(八戸工場、ロルフ大和プラント、筑西工場、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
- 日本ビュアフード(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
- タイ日本コールドストレージ

トルコ

- エゲタブ

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

- 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

タイ

- タイ日本フーズ

トルコ

- エゲタブ

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
- ジャバズ青森プラント
- 東北日本ハム
- 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
- 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

トルコ

- エゲタブ

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、安全試験室、加工事業本部 デリ商品技術開発室 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
- タイ日本コールドストレージ



表紙について

表紙の絵は、くぼ・りえさんの作品です。現代の自然環境を守りつつ、将来にわたってニッポンハムグループが社会と共生するイメージを表現していただきました。

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。



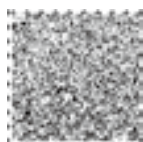
「ニッポンハムグループCSRレポート2016」は、ユニバーサルデザインに配慮し制作しています。

ユニバーサルデザイン



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