

理念

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. こうまい高邁な理想をかけた、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。

Vision2030

たんぱく質を、もっと自由に。 Nipponham Group Vision 2030

ニッポンハムグループは、もっと自由な発想で、
生きる力となるたんぱく質の可能性を広げていきます。
環境・社会に配慮した安定供給を行い、
人々が食をもっと自由に楽しめる多様な食生活を創出していきます。

ビジョンに込めた想い

企業理念の実現を追求するうえでのマイルストーンとして、「Vision2030」を策定しました。「Vision2030」には、これまでの提供価値である「安全・安心」「おいしさ」に加え、二つの想いを込めています。

- これまで担ってきた「たんぱく質を安定的に供給する」とこと、これから先、「環境・社会に配慮して供給し続ける」こと。
- 常識にとらわれない「自由」な発想で「たんぱく質」の可能性を広げること、社会環境や人々のライフスタイルの変化に対応する多様な食シーンを創出し、毎日の幸せな食生活を支え続けたい。

たんぱく質供給企業として

体の1/5を構成する、人が生きるうえで欠かせない栄養素である「たんぱく質」。ニッポンハムグループは、肉・魚・乳製品などを通して、日本人のたんぱく質総摂取量の約6%※を供給しています。「日本最大級のたんぱく質供給グループ」として、今後もその使命を果たしていきます。

※当社取り扱い重量データおよび外部データをもとに当社にて推計

もっと「自由に」の意味するところ

ライフスタイルの多様化に伴って食へのニーズも多様化しています。毎日の幸せな食生活を支えるため、常識にとらわれない「自由」な発想で「たんぱく質」の可能性を広げ、一人ひとりが食を自由に選び、楽しめるような多様な選択肢を創造し、提供していきます。



会社概要

グループ会社・事業拠点

欧州・中東地区
英国、トルコ、ロシア



グループ会社数 **90** 社^{※1}
(国内58社／海外32社)

世界 **19** の国・地域に **569** 拠点を展開^{※2}

アジア地域

日本、中国、台湾、タイ、
ベトナム、シンガポール、
マレーシア、インドネシア、韓国

豪州地域
オーストラリア

米州地域

米国、チリ、ブラジル、
メキシコ、ウルグアイ、カナダ

※1 持分法適用会社含む
(2021年4月現在)
※2 国名は駐在事務所含む

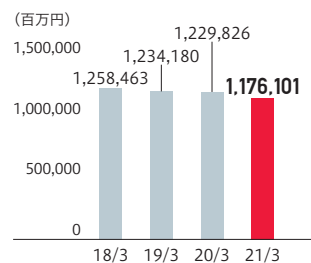
商号	日本ハム株式会社／NH Foods Ltd.
本社所在地	大阪市北区梅田二丁目4番9号 ブリーゼタワー
代表取締役社長	畑 佳秀
設立年月日	1949年5月30日
資本金	36,294百万円 (2021年3月31日現在)
決算期	3月末日(年1回)
売上高	単体：772,313百万円／連結：1,176,101百万円 (2021年3月期)
株主総数	26,202名 (2021年3月31日現在)

事業拠点数 (2021年4月連結)

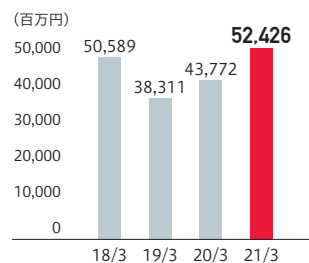
	農場	養殖場	製造拠点	物流拠点	営業拠点	研究・ 検査拠点	合計
国内	126	2	72	31	248	3	482
海外	31		22	3	31		87
小計	157	2	94	34	279	3	569

(拠点)

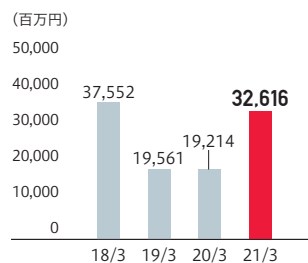
売上高 (連結)



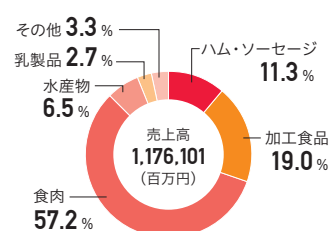
事業利益 (連結)



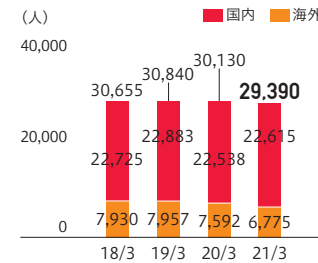
親会社の所有者に帰属する当期利益 (連結)



品別構成比 (連結) (2021年3月期)

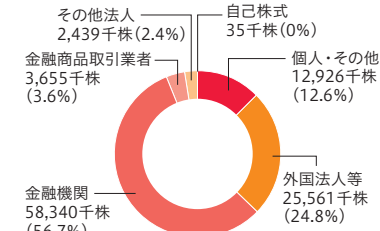


従業員数 (連結)



(注) 平均臨時雇用者数含む

株主構成 (2021年3月31日現在)



製品

広がる食の領域



食肉



ハム・ソーセージ



加工食品



食物アレルギー対応食品



水産品



はっ酵乳・乳酸菌飲料



チーズ



フリーズドライ



冷凍食品



エクス調味料



健康食品



コンビニエンスストア向け食品



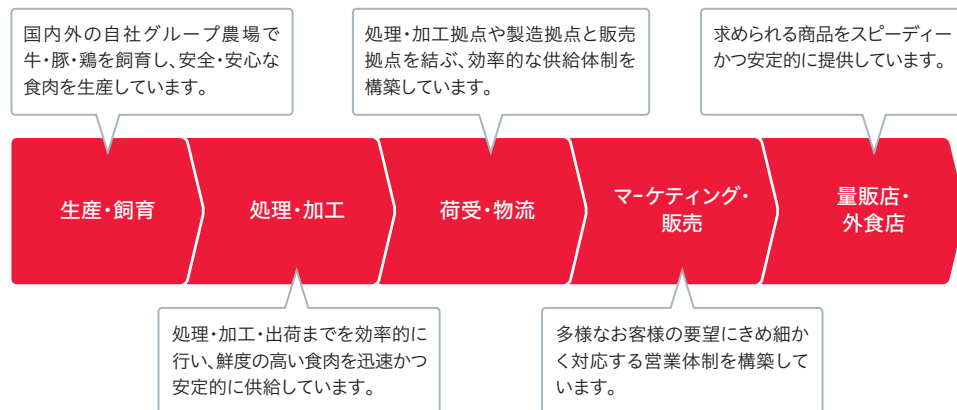
食品検査



事業と強み

価値創造を支える
独自のサプライチェーンを構築

バーティカル・インテグレーションシステム



いのち 生命の恵みを大切にし、お客様の声に耳を傾け、高品質で付加価値の高い商品をお届けすることは、ニッポンハムグループの使命です。私たちは、国内外の農場や工場で生産・飼育・処理・加工を行い、荷受・物流、販売までを自社グループで一貫して行う「バーティカル・インテグレーションシステム」を構築しています。

このグループ最大の強みを活かし、「大麦牛」「麦小町®」「桜姫®」などの自社ブランド食肉はもちろん、国内自社農場産豚肉を使用した高付加価値のハム・ソーセージを提供するほか、畜産副資源から抽出したエキストラ調味料、コラーゲンなどの機能性素材の製造・販売なども行っています。

国内自社農場産豚肉を使用した
ギフト商品「美ノ国」



食肉事業

国内食肉販売量シェアNo.1

安全で品質の高い食肉を

スピーディーかつ安定的にお届けしています。

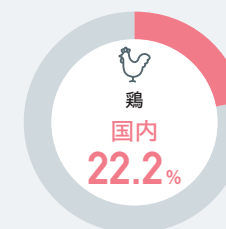
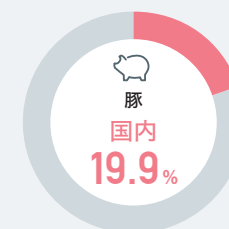
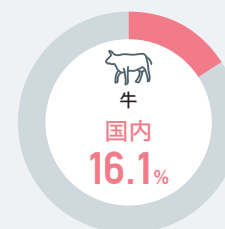


ニッポンハムグループの売上高の50%以上を占める食肉事業。「バーティカル・インテグレーションシステム」を構築することにより市場ニーズに合った付加価値の高い食肉を、自社グループの農場で生産できるだけでなく、疾病などのリスクを回避しながら安定供給が可能になるなど、多くの価値創出につながっています。

また自社生産品のみならず、社外調達品でも現在はオリジナルブランド食肉を多数開発・販売し、日本国内の食肉販売量のシェア約20%を占めています。高い販売力が原料サプライヤーとの関係を強化し、市場競争力の高さに結び付いています。

食肉市場でのシェア

日本国内の食肉販売シェアNo.1



2021年3月現在 当社調べ

オリジナルブランド食肉のロゴ



事業と強み

加工事業

お客様のニーズにお応えする
新しい価値提案により、
多数のヒット商品を生み出しています。



ニッポンハムグループの創業事業である加工事業。お客様視点を活かした確かな開発力で、食卓にまだないおいしさや、ライフスタイルの変化による食ニーズの多様化に対応したさまざまな価値を提供し、多くのヒット商品を生み出してきました。多数のカテゴリーNo.1ブランドや長くお客様に指名買いされる商品群が加工事業の強みです。

現在、加工事業はハム・ソーセージ、加工食品、水産品、乳製品、エクス調味料など、たんぱく質を中心とした多くの領域に広がっています。この幅広い事業領域を活かし、新たな「食べる喜び」を創造していきます。

おもな商品

ウィンナーカテゴリー
No.1 (29年連続)※



「シャウエッセン®」

チルドビザカテゴリー
No.1 (19年連続)※



「石窯工房®」

チルドワンクックカテゴリー
No.1 (11年連続)※



「中華名菜®」



「スタミナ苑®」



「パニアヨーグルト」



「ロルフ スモークチーズ」



「ごろっとサーモン丼」

※ 出典：インテージ (株) SCI データ

海外事業

「食べる喜び」を世界の皆様に。
日本で培った知見・技術を活かし、
人々の健康的な食生活に貢献します。



1977年に米国で開始した海外事業。今では18の国・地域の87拠点で展開しています。世界の多様なニーズにお応えするために、牛や鶏の生産・飼育・処理・加工・販売、ハム・ソーセージや加工食品の製造・販売のほか、水産品やエクス調味料、野菜など幅広い商品を取り扱っています。

世界で一番の「食べる喜び」をお届けする会社を目指す私たちは、世界各地の食の伝統や価値観、食のダイバーシティに対応した商品を通して、人々の楽しく健やかなくらしに貢献していきます。

おもな事業内容



【豪州】ワイアラビーフ

豪州最大の牧場で牛の生産・肥育事業を展開



【トルコ】エゲタブ

鶏の生産・飼育・処理・加工・販売まで一貫して展開



【ウルグアイ】BPU※

豊かな自然環境の中、最新鋭の設備で牛の処理・加工・販売を展開



【チリ】NHフーズ・チリ

ウニをはじめ水産品の生産・処理・加工のほか豚肉の調達・販売を展開



【米国】デリーフーズ

おもに「Crazy Cuisine」ブランドの加工食品の製造・販売、食肉などの輸出入を展開



【タイ】タイ日本フーズ

おもに鶏肉を原料とする加工食品を製造し、日本への輸出・販売やタイ国内で販売

※ Breeders & Packers Uruguay