



Nipponham Group

Sustainability Report 2022

ニッポンハムグループ サステナビリティレポート 2022

02 トップメッセージ

食品企業としての使命を
果たしながら、
ビジョン実現に向けて
挑戦し続ける

03 サステナビリティ担当取締役メッセージ

未来志向で
社会課題の解決に挑戦

05 ニッポンハムグループが目指すもの



Materiality

1

Materiality

2

Materiality

3

Materiality

4

Materiality

5

07 たんぱく質の安定調達・供給

- 08 さまざまな食のシーンに大豆のたんぱく質を提供
- 10 進めています“アニマルウェルフェア”
- 12 活動報告

13 食の多様化と健康への対応

- 14 ニッポンハムグループの食物アレルギーケア
みんなの「食べたい!」に寄り添う
- 17 活動報告

19 持続可能な地球環境への貢献

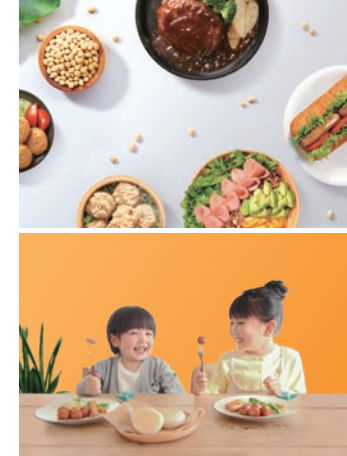
- 20 Changing Challenges!
プラスチック使用量削減への挑戦
- 23 活動報告

25 食やスポーツを通じた
地域・社会との共創共栄

- 26 HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE
地域とともに目指す“サステナブルな街づくり”
- 29 活動報告

30 従業員の成長と多様性の尊重

- 31 Positive and Lively
「挑戦と成長」を実感し
「キャリア」を積み上げる人材育成へ
- 33 活動報告

35 5つのマテリアリティ(重要課題)の
施策・指標37 ニッポンハムグループの
サステナビリティ

39 ステークホルダーエンゲージメント

40 「食の未来」を支えるために

41 ニッポンハムグループの全体像
(製品・会社概要)

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サステナビリティ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。今年度は5つのマテリアリティごとに当社らしい取り組みを中心に掲載しました。

ナビゲーションボタンについて



右上のMENUボタンで
目次ページに移動します

01 ページ番号

ニッポンハムグループは企業理念である「食べる喜び」をお届けし続けるために、2030年のありたい姿としてVision2030を策定し、“たんぱく質を、もっと自由に。”を企業メッセージとして、変革のための挑戦を続けています。コロナ禍に加えてウクライナ危機が生じ、食糧生産や調達問題が顕在化した2021年度は、人が生きていくうえで欠かせない「食」のインフラを担う企業グループとして、食の安定調達・安定供給の重要性を再認識した年でした。食品企業として、社会的使命を果たすとともに、社会・環境に配慮しながら持続的成長を果たす企業グループへとさらに進化しなければと決意を新たにしました。

ビジョン実現に向けて特定した5つのマテリアリティは着実に進んでいます。

環境については気候変動への対応が重要です。当社グループは2030年度までに化石燃料由来のCO₂排出量を2013年度比で46%以上削減するという目標を掲げ、カーボンニュートラルに向けた施策を展開しています。一方で、メタンガスなど畜産由来の温室効果ガス排出量削減は大きな課題であると認識しています。また、「シャウエッセン®」の包装形態変更ではプラスチック使用量28%カット、年間のCO₂排出

量約4,000トン削減を可能にしました。環境課題の解決に挑戦し、業界を牽引していきたいと考えています。

アニマルウェルフェアへの対応では、ポリシーとガイドラインの策定に加え、2030年度までに豚の妊娠ストール廃止を決定しました。経済面の課題を乗り越えなければなりません。付加価値のある食肉のブランド化を図り、消費者の皆様へ新たな選択肢を提供していきます。

当社グループは2022年3月に創業80周年を迎えました。将来予測が困難な時代ではありますが、構造改革を進めつつ、既存事業の深化と新規事業の創出を図っていきます。これを実行していくためには従業員の力が不可欠です。「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」という企業理念に原点回帰し、従業員エンゲージメントを高めていきたいと考えています。そして、ここからだも健康で安心して働ける組織体制と、一人ひとりが能力を発揮でき、仕事に張り合いのある職場環境を構築し、すべての従業員がWell-Being(ウェルビーイング)となることを目指します。

これからも、当社グループの挑戦に期待していただくとともに、変わらぬご支援をお願い申し上げます。

食品企業としての使命を果たしながら、 ビジョン実現に向けて挑戦し続ける

代表取締役社長

畑 佳秀





未来志向で 社会課題の解決に 挑戦

代表取締役副社長(サステナビリティ担当取締役)

井川 伸久

マテリアリティの推進

ニッポンハムグループでは、Vision2030の実現に向けて5つのマテリアリティを掲げ、サステナビリティ戦略と事業戦略の融合による持続的な企業価値の向上に取り組んでいます。

マテリアリティを推進するうえでの課題の一つはサステナビリティ意識の浸透です。当社グループが2022年2月に実施した「シャウエッセンの断髪」は、包装形態の変更による環境負荷の低減を広く社会に訴求し、業界や消費者だけでなく従業員の意識改革にもつながりました。こうした取り組みを拡大していくとともに、現場の従業員から湧き上がってくるアイデアをキャッチアップし、サステナビリティ推進への社内モチベーションを高めていきます。

温室効果ガスの削減

地球温暖化対策として、当社グループはカーボンニュートラルに向けた施策を推進し、2030年度までに化石燃料由来のCO₂排出量を2013年度比で46%以上削減するという目標を掲げています。前述の「シャウエッセン®」の包装形態の変更によってプラスチック使用量28%カット、年間のCO₂排出量約4,000トンの削減を実現しました。このほかにも省エネルギー化への取り組みとして、例えば事業拠点や遊休地を活用した太陽光発電、家畜の排せつ物を活用したバイオマス発電を行っているほか、食品製造過程で排出される動植物性の油脂を燃料として活用しています。また、畜産由来の温室効果ガス排出量削減にも継続して取り組んでおり、日本国内では大学などと共同でメタンの抑制について研究を進めており、海外では豪州において検証を進めています。

アニマルウェルフェアへの対応

近年、アニマルウェルフェアへの関心が高まっています。当社グループは2021年11月に「ニッポンハムグループアニマルウェルフェアポリシー」と「ニッポンハムグループアニマルウェルフェアガイドライン」を策定し、従業員への啓発に取り組んできました。2030年度までに国内全農場の豚の妊娠ストール廃止を計画的に進めることに加

え、社会的要請が高まっているアニマルウェルフェアに対応した食肉のブランド化にも取り組んでいきます。クリアしなければならない課題はありますが、ステークホルダーと協同して歩みを進めていきたいと考えています。

スマート養豚システム PIG LABO(ピッグラボ)

日本の畜産業界を持続可能にすることは、当社グループの社会的責任であると考えています。畜産業界は人材確保や飼育員の後継者育成、労働環境の改善といった課題があり、デジタル技術の活用による改革が急務です。とりわけ養豚業においては発情から出産まで人が付いていなければならない、非常に負荷がかかっています。私たちはこの課題解決のためにデジタル技術を活用し、AIやカメラなどを用いたスマート養豚システム「PIG LABO(ピッグラボ)」を開発しました。すでに実証実験を終えており、実装化の目途が付きしました。畜産の新たな時代の幕開けです。

地域社会への貢献

マテリアリティの一つに「食やスポーツを通じた地域・社会との共創共栄」を掲げ、当社グループの事業拠点を中心に地域社会に貢献できるように取り組んでいます。



実は、地域の中でも北海道には、北海道日本ハムファイターズをはじめ、国内グループ拠点の20%が集まっています。私たちは2023年3月にオープンする新球場、ES CONFIELD HOKKAIDO(エス コンフィールド HOKKAIDO)を含めたHOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE(北海道ボールパークFビレッジ)をハブとした新たな事業機会の探索を進めるとともに、海外に向けた北海道ブランドの発信など、北海道の経済に貢献していきたいと考えています。

ニッポンハムグループが目指すもの

「食べる喜び」をお届けすることで、人々の楽しく健やかな暮らしに貢献することが私たちの使命です。
企業理念を追求するうえでのマイルストーンとして、ニッポンハムグループ「Vision2030」を策定し、
その実現に向けて取り組むべき重要な社会課題を、「5つのマテリアリティ(重要課題)」として特定しました。

「ありたい姿」に向けて
解決すべき社会課題

5つの
マテリアリティ

2030年における
「ありたい姿」

Vision2030

社会における存在意義

企業理念

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っかけ、その実現への不退転の意志をもって行動する。
2. 人に学び、人を育て、人によって育てられる。
3. 時代の要請に応じて時代をつくる。
4. 品質・サービスを通して、縁を拡げ、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楽しめる多様な食生活を創出していきます。

「たんぱく質」は体の1/5を構成する、人が生きるうえで欠かせない栄養素です。当社グループは、日本人のたんぱく質総摂取量の約6%※を供給するグループとして、これまでの「安全・安心」「おいしさ」に加え、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で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という想いを、このVision2030に込めました。

※ 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

5つのマテリアリティ (重要課題)



Materiality 1
**たんぱく質の
安定調達・供給**

→ P.07



Materiality 2
**食の多様化と
健康への対応**

→ P.13



Materiality 3
**持続可能な
地球環境への貢献**

→ P.19



Materiality 4
**食やスポーツを通じた
地域・社会との共創共栄**

→ P.25



Materiality 5
**従業員の成長と
多様性の尊重**

→ P.30

Materiality

1

たんぱく質の 安定調達・供給

Stable procurement and supply of proteins

世界的な人口増や気候変動などに伴い、たんぱく質の供給難が予測されています。ニッポンハムグループはたんぱく質の安定調達と供給を目指します。これまでの品質に対する安全・安心への取り組みに加え、サプライチェーンにおける環境や人権・動物福祉などの社会側面を配慮しつつ、多様なたんぱく質への取り組みを推進します。



すべて大豆から
できています

\\ これも大豆! //

「ナチュミート®
ハンバーグ デミグラス風」

お肉のような味・食感を再現。
特製のデミグラス風のソースで味付けしました。

たんぱく質量:11.7g
1パック(150g)あたり

\\ これも大豆! //

「ナチュミート®
ソーセージタイプ」

スモークの豊かな風味が楽しめる
ソーセージタイプです。

たんぱく質量:12.8g
1パック(70g)あたり

さまざまな食のシーンに 大豆のたんぱく質を提供

植物由来の原料でお肉の食感・風味を実現

食生活の多様化が進む中で、たんぱく質摂取における選択肢拡大のニーズが高まっています。ニッポンハムグループでは、“畑のお肉”ともいわれるたんぱく質が豊富な大豆を使用した商品を開発。お肉と変わらない食感や風味が出せるよう工夫し、より多くの人々に選んでいただける商品を提供しています。

\\ これも大豆! //

「ナチュミート® ハムタイプ」

サラダにピッタリなハムタイプ。
しっとりとしたハムのような食感です。

たんぱく質量:9.1g
1パック(60g)あたり

\\ これも大豆! //

「ナチュミート® 焼売」

お肉のような旨みを感じられる
ジューシーな焼売です。

たんぱく質量:15.5g
1パック(180g)あたり

植物由来の大豆ミート商品を続々発売。 たんぱく質の選択肢を拡大しています。

ハム・ソーセージ、ハンバーグなどの加工食品、コンシューマや業務用など、当社グループでは幅広いカテゴリーで植物由来の大豆ミート商品をお届けしています。



担当者の想い



営業

日本ビュアフード(株)
営業本部 外食営業部 外食2課

西海 隆平

私は外食チェーン向けの営業を担当しています。担当しているお取引先が、大豆ミートは健康的で地球環境にも配慮した食材であることから、お肉を使うメニューの大半を大豆ミートに切り替えようとしていました。その情報を受け、バイヤーに当社商品を試食していただいたところ、「おいしい」と高く評価され、採用されました。現在は、おいしさの提案を通してお取引先の大豆ミートメニュー拡販をサポートしています。

日本ハム(株) 加工事業本部 商品統括事業部
ハム・ソーセージ商品部第二ハムソー商品開発課

青石 智弘



商品開発

私はコンシューマ向けの「ナチュミート®」シリーズの商品開発を担当しています。ハム・ソーセージタイプの大豆ミート商品は、そのまま召し上がるお客様が多いため、特有の青臭さを消すことが重要です。食感や味を追求するために100回以上試作をすることもありました。今年発売した「ディナーヴルストタイプ」は、「ボリューム感があって食感も良くなった」とお客様から高評価を得ています。今後の目標は、まだまだお肉と大豆ミートは違うと思われるお客様にも納得していただける品質を実現することです。

日本ハム(株) 加工事業本部 商品統括事業部
加工業務商品部 特販デリ商品開発課

渡部 賢一



商品開発

私は外食・中食・コンビニエンスストア向けの業務用大豆ミート商品を開発しています。業務用では、当社のオリジナルブランドだけでなく、お取引先のプライベートブランド品の開発も多いため、それぞれの要望に合わせたさまざまな商品を開発し、販売してきました。近年は、1/2日分の野菜が摂れる「大豆ミートの野菜カレー」や魚の風味と食感を再現した「フィッシュ風フライ」など、新しい商品の開発にもチャレンジしています。今後は海外にも販路を拡げて販売していく予定です。

※ 厚生労働省推進・健康日本21の1日の野菜摂取目標量
350gの2分の1量を使用(生換算)

進めています “アニマルウェルフェア” Animal Welfare

今、アニマルウェルフェアの動きが日本でも徐々に広がっています。

ニッポンハムグループは、生命の恵みを大切に考え、社会の動向や要請を踏まえた
アニマルウェルフェアに配慮した取り組みを進めています。

アニマルウェルフェアって？

家畜が生まれてから処理されるまでの間、ストレスや苦痛を減らし、快適性に配慮しよう、という考え方です。日本語では「動物福祉」などと訳されます。

私たちは日々、大切な生命の恵みをいただいていることから、アニマルウェルフェアに配慮した事業を行うことが重要であると考えています。

また、家畜を快適な環境下で飼養し、ストレスや疾病を減らすことは、結果として安全な畜産物の生産にもつながります。



// 日本で、海外で、飼育環境の改善を進めています //

Less stress!!



Activity -1

妊娠した豚のストレスを軽減

当社グループのインターファーム(株)が運営する長万部ちらい農場、長万部あやめ農場(ともに北海道)では、豚のストレス軽減の取り組みとして、妊娠時に母豚を入れるストールを廃止しています。母豚のストレスが軽減されることにより、生産性の向上にもつながっています。



長万部ちらい農場

Activity -2

全農場・処理場への環境品質カメラの設置

家畜を飼育するうえでの環境・品質の向上を目的に、カメラを設置しています。2023年までに国内の全農場・処理場への設置を目指しています。

checking!!



Activity -3

海外事業所の取り組み

豪州の牛肉事業を担うワイアラビーフの肥育牧場では、牛が直射日光を避けるための日よけの設置や安全面・衛生面に配慮した水・飼料の給与などによって、牛にとってストレスの少ない飼育環境の整備に努めています。

ウルグアイで牛の処理・加工・販売を担うBPU*では、生産・飼育、物流などさまざまな取引先と連携し、設立以来アニマルウェルフェアの取り組みを進めてきました。同社は毎年、外部機関による監査と認証を受けています。

トルコの養鶏事業を担うエゲタブの育成農場では、鶏がストレスを感じないように、使用スペース、室温、換気などに配慮しています。

※ Breeders & Packers Uruguay S.A.

Less stress!!



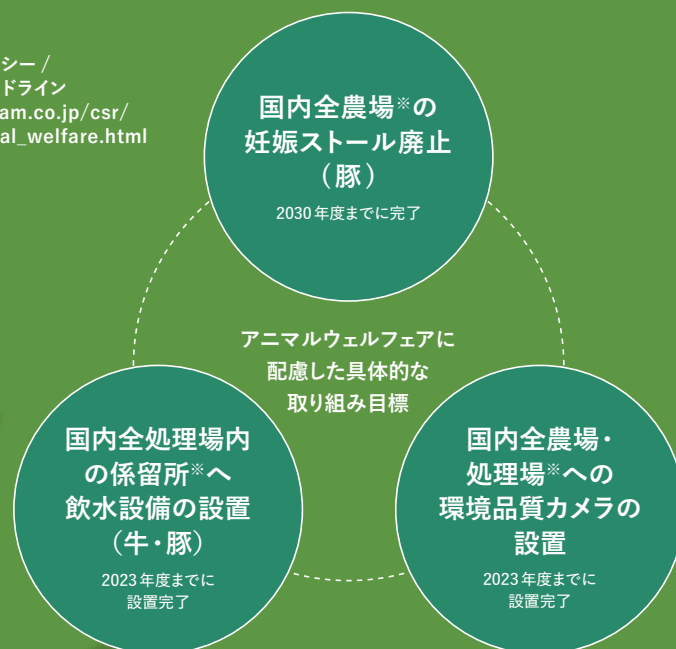
Less stress!!



アニマルウェルフェアポリシーと 具体的な取り組み目標を制定

当社グループは、アニマルウェルフェアに配慮した事業推進を重要な課題であると認識し、2021年11月に「ニッポンハムグループアニマルウェルフェアポリシー」を制定。同時に、具体的な取り組み目標を決定しました。また、2022年1月には、当社グループの工程に沿ってポリシーの内容をより具体化した「アニマルウェルフェアガイドライン」を制定しました。

ニッポンハムグループ
アニマルウェルフェアポリシー /
アニマルウェルフェアガイドライン
https://www.nipponham.co.jp/csr/nhgroup/supply/animal_welfare.html



※ 当社グループが資本を過半数保有する企業が対象

ステークホルダーとの意見交換

近年、家畜の飼養において動物福祉への関心が高まっていることを受け、アニマルウェルフェアに関する社外有識者との意見交換を定期的の実施しています。2021年11月4日、日本ハム(株)東京支社にて認定NPO法人アニマルライツセンター代表理事の



意見交換の様子

岡田千尋氏、北穂さゆり氏とのアニマルウェルフェアに関する意見交換を実施しました。

お二人からアニマルウェルフェアの考え方や活動内容などを伺うとともに、当社グループの畜産における飼養・処理の取り組みをご説明し、ご意見をいただきました。今回いただいた貴重なご意見を、さらなる活動の推進へとつなげていきたいと考えています。

アニマルライツセンター様からのご意見(抜粋)

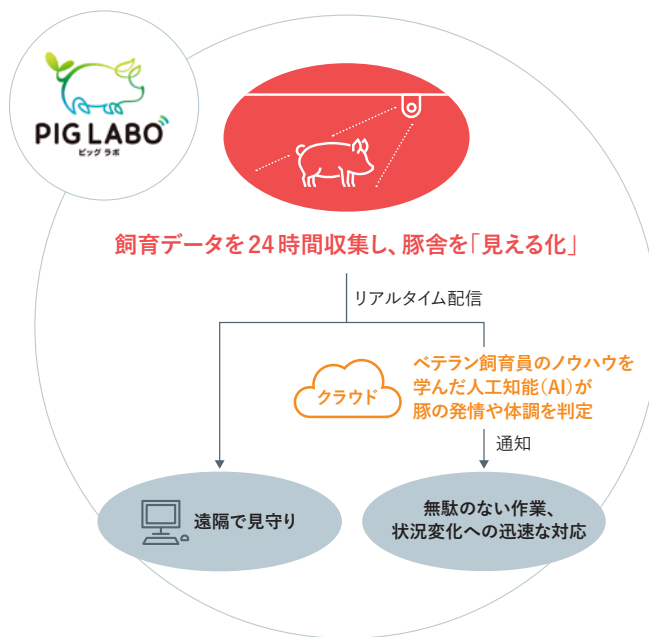
- 御社のアニマルウェルフェアに対する取り組みや情報開示は具体的になってきており、着実な進歩を感じている。世界水準で見ると日本はまだ遅れているが、日本国内においては先進的な企業だと考えている。
- 設備投資などコスト面の負担も課題だと思うが、アニマルウェルフェアの観点で一歩ずつ進めてもらいたい。
- 平飼い卵のようなアニマルウェルフェアに配慮した商品は、海外では一般的になってきており、また、日本でも若い農家を中心に意識は高くなってきていると感じている。私たちも活動を通して消費者・小売りが価値を認める状況にしていきたい。

活動報告

Activity 1

最新のAI・IoTを活用し “スマート養豚”を実現

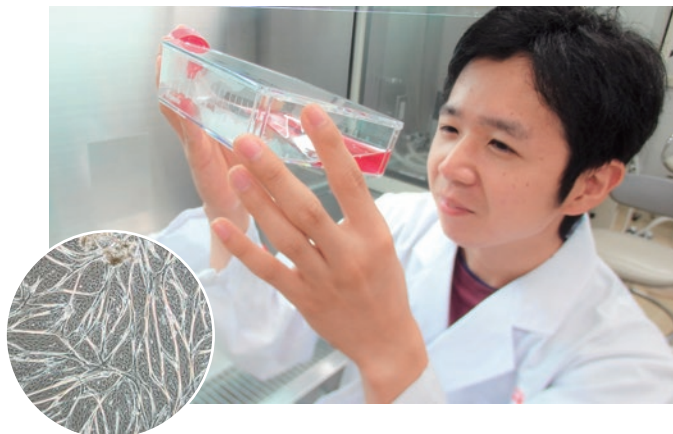
日本の人口減少とともに畜産業の人手不足が深刻化しています。特に養豚はベテラン飼育員の経験に頼る作業が多く、いかに技術を継いでいくかが課題です。そこでニッポンハムグループは、NTTデータグループと共同でAI・IoTを活用して養豚をサポートするシステム「PIG LABO（ピッグラボ）」の開発をスタート。豚舎に設置したカメラやセンサーが飼育データを把握するほか、仔豚の健康や母豚の交配可否などを判別します。今後は、同システムを当社グループの養豚場に設置するほか、グループ外にも展開し、日本の養豚場および畜産業における課題解決を目指します。



Activity 2

安定的に動物性たんぱく質をお届けするために 「培養肉」に関する研究を推進

世界の食肉需要が拡大する中、将来にわたって安定的に動物性たんぱく質をお届けするために、当社グループは培養した動物細胞を食品製造に活用する技術を開発しています。その一環として、2019年からは細胞培養のベンチャー企業であるインテグリカルチャー(株)と培養肉に関する共同研究を続けているほか、日本ハム(株)中央研究所でも培養方法や細胞の品質など、効率よく増やすための技術課題に取り組んでいます。



Activity 3

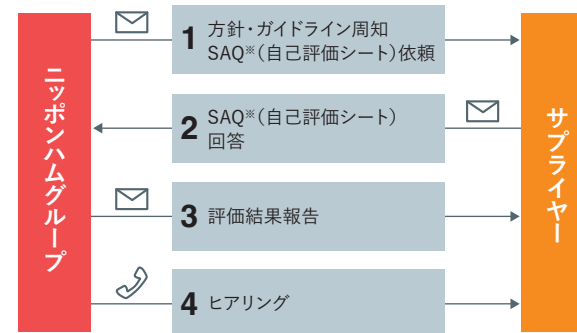
サプライヤーとともにサステナブル調達を推進

世界的に強制労働、児童労働、環境破壊などが顕在化する中、サプライヤーと協働し、サプライチェーン全体で社会課題を解決すべきという考え方が主流となっています。

当社グループは、2017年度に「ニッポンハムグループCSR調達方針」「ニッポンハムグループCSR調達ガイドライン」を策定し、以降、それに基づく調達活動が実践されているかをサプライヤーに自己評価いただき、結果を共有しています。また、改善すべき点が見つかった場合には、サプライヤーとともに改善に取り組んでいます。

2022年度は、グループ全社のサプライヤーを対象を拡大。また、サプライヤーとの関係強化を目的として、「ニッポンハムグループCSR調達ガイドライン」を「ニッポンハムグループサステナブル調達ガイドライン」に改称し、サプライヤーに協力を求める内容への改定を進めています。

サステナブル調達取り組みフロー



※ SAQ(Self-Assessment Questionnaire)



Materiality

2

食の多様化と
健康への対応

Food diversification and health

ライフスタイルなどの変化に伴い食においても多様な対応が求められています。さまざまなニーズに合わせた商品の開発とサービスの提供により、楽しく健やかなくらしに貢献します。



Make You Happy!

ニッポンハムグループの食物アレルギーケア

みんなの「食べたい!」に 寄り添う

特定の食べものを摂取した際に、「免疫」が過敏に反応し、じんましん・呼吸困難・消化器症状などが現れる食物アレルギー。子どもに現れることが多く、日本では乳児の約10人に1人、幼児の約20人に1人が罹患している※とても身近な問題です。当社グループは、食物アレルギーのある方もない方も、みんながおいしく食べられる商品づくりに取り組んでいます。

※ 出典: Sicherer SH, et al. Food allergy: a review and update on epidemiology, pathogenesis, diagnosis, prevention, and management. J Allergy Clin Immunol. 2018 ; 141 : 41-58.

食物アレルギー対応食品を
幅広く展開しています



“消費者の声”

- スーパーで買える市販の冷凍食品で、小麦粉の入っていないおいしいブラウニーが食べられるようになるなんて本当にうれしいです!
- 子どもに重篤なアレルギーがあり、食べさせるものに毎回気を遣っていました。「みんなの食卓」シリーズは安全安心でおいしく、ほんとうに助けていただきました。

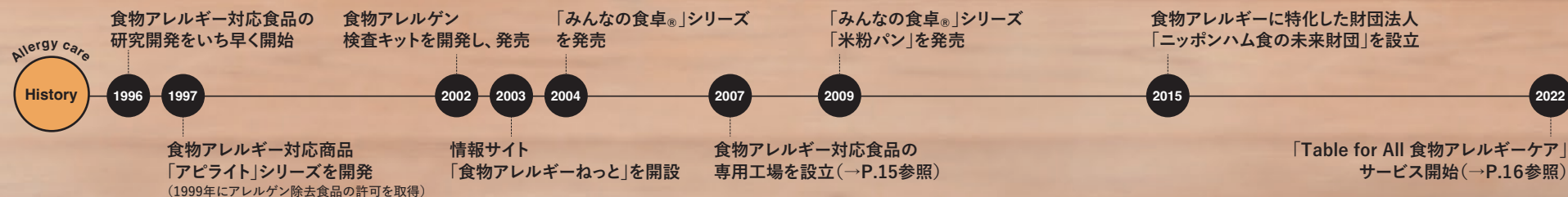
クオリティの高い商品をつくり出す 企業努力に感動しています

食物アレルギー対応食品は、市場としては狭いですが、確実に需要があります。ニッポンハムグループが25年前の消費者の声をきっかけにたくさんの商品を世に送り出しているのはすばらしいと思います。また、原材料の制約がある中でも味や食感を一般の食品に近づけ、クオリティの高い商品をつくり出す企業努力に感動しています。



食物アレルギー
管理栄養士
瀧 真奈美 先生

EXPERT COMMENT



食物アレルギー対応食品“専用”の工場をつくっています

食物アレルギーは、原因物質をほんの少し摂取しただけでも重大な影響をもたらす可能性があります。当社グループは、商品をほとんど安心して食べてもらいたいとの思いから、食物アレルギーの原因となる特定原材料(アレルゲン)を持ち込まない専用工場を山形県酒田市に設立。製造工程での思わぬ混入を防ぐためのさまざまな工夫を重ね、食物アレルギー対応食品を製造しています。



商品の製造
適切な品質管理で
おいしい商品を製造

食物アレルギー対応食品ができるまで



検査済の原材料には
シールを貼付

厳格な原材料受け入れ

仕入れた原材料は検査キットを使って
アレルゲンの混入がないことを
厳格にチェック

Process
2

細心の注意を払って製造現場に入場

アレルゲンを持ち込まないよう、
弁当などの食材、食後の歯磨きも
ルール化し、万が一の混入を防止



衛生管理も
徹底しています

製造現場に入る際には、毎回
念入りのローラー掛け、手洗い、
エアシャワー、手袋着用、手指
のアルコール消毒を行うなど、
衛生管理も徹底しています。

Process
1

東北日本ハム株式会社

Process
4



アレルゲンの
混入をチェック

できあがった商品を再度検査。
アレルゲンの混入が
ないことを確認

Make You Happy!

みなさまの
食卓へ



すべての皆様が笑顔で食卓を囲めるような
「食べる喜び」をお届けします

食物アレルギー対応食品専用工場として、食物アレルギーがある方もない方も楽しめる商品づくりを目指しています。アレルゲンを使わずにおいしい味や食感を再現することはとても難しいですが、お客様より感謝のお言葉をいただくと大変うれしいです。これからも、すべての皆様が笑顔で食卓を囲めるような「食べる喜び」をお届けします。



東北日本ハム(株)
商品開発販促課
菅原 桃

WORKER'S COMMENT

「食いたい!」にもっと寄り添うために、 こんな取り組みも進めています

当社グループは25年にわたる取り組みを集約し、食物アレルギーにお困りの方々に寄り添うサービスをより一層充実させるため、食物アレルギーの総合プラットフォーム「Table for All 食物アレルギーケア」を2022年2月にオープンしました。アレルギー専門医監修による食物アレルギーに関するお役立ち情報や、管理栄養士による無料の栄養相談、食物アレルギーに対応した600種類を超える豊富なレシピに加え、食物アレルギー対応商品の販売も開始。今後は他社商品の販売も検討し、さらに食物アレルギーの方やそのご家族に寄り添うプラットフォームを目指します。

「Table for All 食物アレルギーケア」

Check the website!

Table for All
食物アレルギーケア
<https://www.food-allergy.jp/>



食物アレルギー
対応レシピ



オンライン栄養相談



RESEARCHER'S COMMENT



日本ハム(株)中央研究所
山田 侑子

予防法の確立に向け、 基礎研究から取り組んでいます

本研究は、日本ハム(株)だけでなく、食物アレルギーの患者の方やご家族、医療関係者の皆様のご協力をいただいて進めています。これまで食物アレルギーに取り組んできた当社に対する期待は大きいので、研究成果を必要とされている方にお届けできるよう取り組んでいきます。

食物アレルギー予防法 確立に向けた研究を推進

食物アレルギーは発症の原因がまだ十分に分かっておらず、予防法が確立されていません。これまでの研究では、炎症皮膚(アトピー性皮膚炎や湿疹部位など)から食物が入り込むことによってアレルギーになりやすくなることや、離乳期早期の食物摂取によりアレルギーの発症が予防できることなどが少しずつ分かってきました。

当社グループは、公的機関や大学などと共同で、食物アレルギーの予防法の研究を進めており、今年、アレルギーの発症を予防し、炎症皮膚から侵入してもアレルギーを発症しづらい卵白分解物の発見に関する研究成果を公表しました。この研究はより安全性の高い食物アレルギー予防法の確立に貢献すると期待されています。

活動報告

Activity 1

認知機能の維持をサポートする
機能性表示食品を開発

なぜ鳥は休まずに飛び続けることができるのか——これをヒントに研究が進められた有用成分イミダゾールジペプチド(以下、イミダ)。この成分は、歳を重ねると低下してしまう中高年の記憶力(情報を覚え、思い出す力)を維持する機能や抗酸化作用を持ち、日常生活の一時的な身体的・精神的疲労感を軽減する機能があることが報告されています。ニッポンハムグループは、このイミダに着目し、20年以上研究に従事。2019年にはイミダの記憶力の維持に関わる特許権を取得し※、2021年にイミダを配合した機能性表示食品「IMIDEA(イミディア)」を商品化しました。日頃の食生活に気軽に取り入れてもらいやすいスティック状のゼリーで、アタマとカラダの両方をサポートします。

※ 日本国内と欧州にて取得



試験時に食べていただいた当社グループ商品(一例)

Activity 3

老化のメカニズムを解明することで
エイジングデザインを実現する

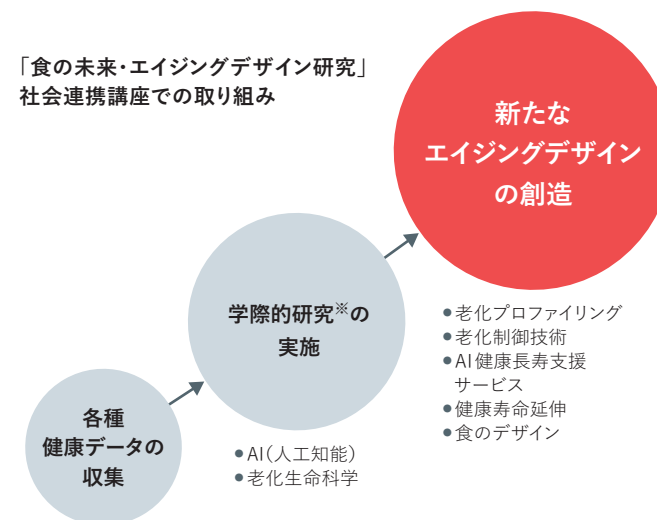
加齢による衰えを最新技術でコントロールする——そんな夢のようなプロジェクトが、東京大学大学院新領域創成科学研究科で進められています。日本ハム(株)は、同研究科に「食の未来・エイジングデザイン研究」社会連携講座を設置し、中高齢者を対象とした健康情報の収集や食生活の改善につながる食事介入試験を実施。試験によって得られたデータは、AI技術を駆使して網羅的に解析していくとともに、老化制御に関するメカニズム解明や老化指標の特定につなげていきます。これらによって、高齢者が自ら健康長寿を実現(エイジングデザイン)できるサービスの提供を目指します。

Activity 2

“たんぱく質×運動”で
高齢者のフレイルを予防!

加齢に伴い心身の機能が低下し、要介護状態に陥る前段階をフレイルと呼びます。当社グループと関西医科大学は、フレイルに関する共同研究を実施。短時間機能訓練型デイサービスに通う要支援・要介護者に、適度な運動に加え、たんぱく質を多く含む加工食品を食べる試験を行った結果、握力と歩行速度が上がり、フレイル予防効果があることをつきとめました。また、対象者に食事の考え方や試験中の筋肉の増加量などを説明し、自身が体調への効果を実感したことで、日常生活における食品の選択で、たんぱく質の多い食品を選ぶという行動の変化にもつながりました。

「食の未来・エイジングデザイン研究」
社会連携講座での取り組み



※ 学際的研究：一つの目的を達成するために、複数の隣接する学問領域が共同して研究すること

活動報告

Activity 4

健康志向に対応したアイテムを拡充

近年高まり続ける健康志向ニーズに応えることは、食品メーカーとしての重要な使命の一つと考えています。当社グループは、これから高たんぱくや脂肪ゼロ、減塩など、さまざまな健康志向に対応したアイテムの開発に注力していきます。



「ヘルシーキッチン ZERO ロースハム」
糖質ゼロ・高たんぱく



「ビフィズス菌のむヨーグルト」
ビフィズス菌 HN019 使用
カルシウム・鉄入り



「ヘルシーキッチン グリーンラベル
塩分30%カットベーコン」
減塩



「ローストサラダチキン プレーン」
糖質ゼロ



「Isey SKYR
イーセイス キル パニラ」
高たんぱく・脂肪ゼロ



「皮なし ウィニー®」
カルシウム入り

健康志向に
対応した商品

計 **77** アイテム

2022年6月現在

Activity 5

海外におけるフードダイバーシティへの対応



ハラール認証商品
NHフーズ・インドネシア製造・販売
「riverland ビーフブラストブルスト」
「riverland ビーフナゲット」

宗教食への対応

海外のグループ各社では、宗教に対応した食の提供を進めています。イスラム教のHalal(ハラール)、ユダヤ教のKosher(コーシャ)認証を取得し、宗教上の食に対する尊重と理解に努めています。現在、ハラール認証、コーシャ認証商品は全7拠点※1で製造しています。

※1 豪州食肉処理加工会社3社でハラール・コーシャ工場認証、ウルグアイ食肉処理加工会社でハラール・コーシャ製品認証、タイ・マレーシア・インドネシア加工食品製造会社でハラール商品認証を取得

グルテンフリーへの対応

米国で加工食品の製造・販売を行うデイリーフーズは、グルテンフリーに対応した米粉パンの販売を2020年4月から開始。現在、米国内のスーパーマーケットなどで販売されています。米粉パンは日本にある食物アレルギー対応食品専用工場で国産米粉100%を原料に製造したもので、GFCO※2グルテンフリー認証マークを取得しています。

※2 アメリカで最もグルテンフリーの基準が厳格な認証機関
Gluten-Free Certification Organization



グルテンフリー認証商品
デイリーフーズ輸入販売
「グルメホワイト」
「ディナーロール」

Materiality

3

持続可能な
地球環境への貢献

Contributing to a sustainable environment

気候変動や食品ロス、海洋プラスチックなど地球環境を取り巻くさまざまな課題があります。ニッポンハムグループの事業は自然からの恵みをいただくことで成り立っており、バリューチェーンを通じて温室効果ガスや食品ロス、プラスチックなどの課題解決に向けての取り組みを推進します。



Changing Challenges!

プラスチック使用量削減への挑戦

商品の安全や鮮度を保つためのパッケージも使用後はごみになってしまいます。プラスチックごみを削減することは、海洋プラスチック問題の緩和や焼却時に発生するCO₂の削減につながります。ニッポンハムグループはプラスチック使用量削減のため、商品の品質を確保しながら包装の見直しに取り組んでいます。

プラスチックが環境に与えている負荷とは？

世界で年間約800万トンものプラスチックごみが海に流れ込んでいると言われています。石油化合物であるプラスチックは自然には分解されません。波や紫外線によって砕かれたプラスチックを海の生物が食べることで食物連鎖を通じて鳥類や動物、人体に蓄積し、生態系に影響を与えています。

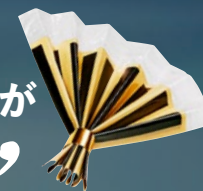


旧パッケージ

新パッケージ

CASE 1

「シャウエッセン®」が
“断髪”しました。



プラスチック使用量

28%カット※1!

CO₂排出量も年間

約4,000トン削減※2

※1 「シャウエッセン®」巾着127g 2束と比較（フィルム重量比）
※2 2020年度出荷数量に基づき2022年1月20日時点での算出値
（当社調べ）

“プラスチックが削減されてエコ”

(埼玉県／女性)

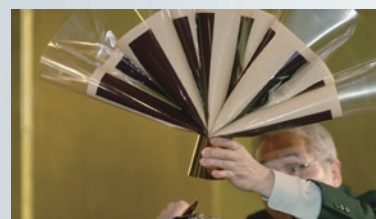


“従来の巾着部分がなくなったことにより
保存しやすくなった”

(埼玉県／女性)

“地球環境への取り組みに
感謝します!”

(50代女性)



“環境配慮、大賛成です”

(大阪府／50代男性)



“ご英断、おめでとう
ございます”

“パッケージが変わって
開けやすくなった!”

(愛知県／30代女性)

SCHAU ESSEN シャウエッセン® 断髪 × SDGs

1985年の発売当初から巾着タイプの包装形態を中心に展開してきたシャウエッセン。環境負荷低減を目指し、他社に先駆けて37年ぶりにリニューアルしました。新包装形態の名前は「エコ・ピロタイプ」。この包装・梱包などの変更により包装資材重量は28%削減され、年間CO₂排出量は約4,000トンの削減につながる見込みです。

2022年2月1日の発売日には全国6紙に新聞広告を掲載したほか、Webメディアで動画も配信しました。広告の内容はシャウエッセンの象徴的な扇型の部分を力士の“まげ”に見立てたもので、日本相撲協会の協力も得て、断髪式をモチーフとしたものに。社会にとって重要なテーマを「シャウ、断髪」のキャッチコピーのもと、ユーモアを交えて表現することで、生活者に環境やSDGsへの意識の高まりを伝えることに成功しました。

今後も皆様の記憶に残るような仕掛けによって、当社グループの取り組みを知っていただく機会をつくっていきます。

主力ウインナー商品もエコパッケージへ切り替え!



「シャウエッセン®
とろける4種チーズ」



「シャウエッセン®
ホットチリ」



「豊潤®」



「森の薫り®」

\\ CHECK! //
TVCMリンク

シャウエッセン断髪式 30秒
ニッポンハムグループ TVCM

シャウエッセン断髪式
ニッポンハムグループ TVCM



新トレイ（紙）

紙トレイへの変更および
外装フィルムの縮小などにより
プラスチック使用量

36.9%削減※1

※1 従来商品との比較

CASE 2

「奏」シリーズ
マルゲリータ
スペシャリテ

チルドピザ「奏」シリーズにおいて、プラス
チックトレイを紙トレイに変更しました。



紙トレイ
になりました

旧トレイ
（プラスチック）



旧トレイ

新トレイ



CASE 3

「羽根付き餃子」

付属のタレなどが入っていた箇所をなくし、
トレイサイズを縮小しました。

トレイサイズ・外装フィルムの
縮小などにより
プラスチック使用量

20.0%削減※2

※2 従来商品との比較

紙容器への変更により
プラスチック使用量

94.1%削減※3

※3 従来商品との比較

CASE 4

日本ルナ
「Isey SKYR
イーセイ スキル」
シリーズ

2020年3月に販売を開始したアイスラン
ド発の高たんぱく乳製品「Isey SKYR
イーセイスキル」シリーズにおいて、プラ
スチック容器を紙容器に変更しました。

新容器（紙）



旧容器
（プラスチック）

活動報告

Activity 1

グループ全体でCO₂排出量を削減するため 太陽光発電設備を事業所に設置

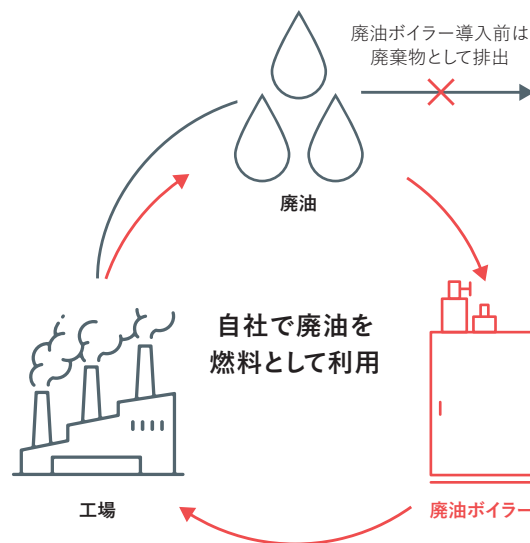
ニッポンハムグループは、事業所の屋根上に太陽光発電設備を導入しています。2022年7月現在で導入している13カ所の事業所合計の年間推定総発電量は約3,900MkWh。これは一般家庭約1,330世帯分の年間電力使用量に相当し、年間約1,700トンのCO₂排出量削減※が見込まれています。

今後は遊休地などを活用したオフサイト型の太陽光発電も視野に入れ、取り組みを進めていきます。

※ CO₂削減効果は、各拠点の電力供給会社の排出係数に基づき算出



食肉加工品・エキス調味料の製造・販売を担う
日本ビューアフード(株)伊勢崎プラントの太陽光発電設備



Activity 2

製造過程で出る動植物性の油脂を ボイラーの燃料に活用

工場のボイラーは通常、重油や都市ガスなどの化石燃料を使用していますが、当社グループは食品製造の過程で排出される動植物性の油脂を燃料とする廃油ボイラーの導入を進め、CO₂排出量の削減につなげています。2021年度には、加工食品を製造する日本ハム惣菜(株)など4工場に廃油ボイラーを導入し、からあげなどの製造に使用したフライ油を燃料として再利用しました。これにより、年間約2,200トンのCO₂排出量削減が見込まれています。

Activity 3

環境負荷の低いハイブリッドトラックや電気自動車のテスト導入をスタート

2022年2月、外食産業向けに食肉などの販売を担うNHジャパンフード(株)は、CO₂排出量削減に向けた取り組みの一環としてハイブリッドトラックを導入しました。また、ハム・ソーセージ、加工食品の販売を担う日本ハムマーケティング(株)では、営業車両への電気自動車のテスト導入をスタートしました。今後は効果を検証して、展開を検討していきます。



ハイブリッドトラック



電気自動車の営業車両

活動報告

Activity 4

常温で保存できる商品を増やし 家庭での食品ロス削減に貢献

農林水産省によれば、2020年に発生した522万トンの食品ロス量のうち、約47%は家庭から出たものとされています[※]。家庭での食品ロスを減らせる商品づくりは、食品企業として大切な取り組みです。当社グループは、環境配慮だけでなく、災害時の非常食としても役立つことから、長期にわたって常温保存できる商品の充実に力を入れています。今後も研究を重ね、他商品への水平展開に取り組んでいきます。

※ 出典：農林水産省 「我が国の食品ロスの発生量の推移」



「あじわいレンジ」シリーズ

肉じゃが、ビーフシチュー、ハンバーグステーキ、スープカレーなどをラインナップ。フレッシュ加熱製法でつくり立てのようなおいしさを実現



「煮込みハンバーグ」

陸上自衛隊戦闘糧食モデル防災食。
5年半の長期保存が可能

「ほぐせるお肉 ブルドホーク」

塊肉を高温・高圧で調理し、フォークで簡単にほぐせる柔らかさが特徴。トレイの中で肉をほぐし味付けやレンジ調理もできるので、後片付けも簡単



Activity 5

荒廃した森を再生し 次世代につなぐ「アフアの森」に参画

一般財団法人C.W.ニコル・アフアの森財団は、「日本中に多様性豊かな森が広がり、健康で平和で、心豊かな社会」というビジョンのもと、荒廃した森を買い取り、多様な生きものが棲む豊かな森づくりや、子どもたちに向けた教育活動などに取り組む団体です。当社グループは同活動に賛同し、2005年からオフィシャルスポンサーとして活動を支え、森づくりに参画しています。

Activity 6

タイの植樹活動は累計約2,700本に 食品残さを使った資源循環も

タイ日本フーズは、タイ国内および日本向けに鶏肉や豚肉を使用した惣菜商品を製造しています。2021年度には同社の契約地にオオミカリン、アカシア、マカなど多品種の苗木50本を植樹し、6年間継続した植樹本数は累計2,700本を数えました。なお、苗木を植える土壌には製造工程で生じる食品残さを使った堆肥^{たいひ}を使用し、資源の有効活用にもつなげています。

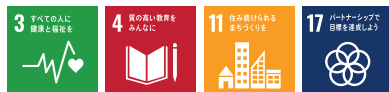


Materiality

4 食やスポーツを通じた 地域・社会との共創共栄

Co-creation and shared prosperity with local communities and society as a whole through food and sports

ニッポンハムグループは「良き企業市民」として食やスポーツを通じたつながりを深め、ともに歩み・発展することで愛され信頼される企業を目指します。



HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE

地域とともに目指す “サステナブルな街づくり”

2023年3月、北海道北広島市に、
北海道日本ハムファイターズの新球場 ES CON FIELD HOKKAIDO を含めたエリア、
HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE が誕生します。
野球を観戦するための場所に留まらず、
「スポーツの価値」と「北海道の価値」を融合した
“サステナブルな街づくり”を目指すプロジェクトを紹介します。



What's *F VILLAGE*?

多様な人々が集い、 地域の活性化や社会貢献に つながる“共同創造空間”

HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE(北海道ボールパークFビレッジ)は、新球場ES CON FIELD HOKKAIDO(エス コンフィールド HOKKAIDO)を核に、年齢や国籍を問わず、多様な人々が集い、交流し、コミュニティが形成されるような空間を目指しています。次世代育成の場や地域の防災拠点としての機能など、社会的な価値も創出します。

プロジェクトのコンセプトは、“共同創造空間”。ファンや地元の皆様、そしてプロジェクトに賛同する産官学のパートナーと共同で持続可能な街づくりを進めていきます。

エリア名に込めた想い



HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGEというエリア名の由来は、新球場プロジェクト立ち上げ期から使用している「北海道ボールパーク」という名称に、Figters、Fan、Futureなど複数の意味を持つ頭文字「F」、北海道を象徴する「七光星」、街づくりを表す「VILLAGE(ビレッジ)」を加えることで、北海道の新たなデスティネーションにしたいという想いを表現しています。

関連するSDGs



F VILLAGE AREA MAP

名称 : HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE
(北海道ボールパークFビレッジ)
所在地 : 北海道北広島市
敷地面積 : 約32ヘクタール

Tower 11
1階:フードホール
3~5階:温泉施設・宿泊施設

子どもの遊び場
(屋内外)

キッズプレイ
グラウンド



体験型農業学習施設

大人から子どもまで、農業について知り、学び、そして楽しんでもいただける農業学習施設

認定こども園

幼保連携型の認定こども園。病児保育室も設置し、子どもたちが自由に安心して活動できる環境を整備

シニアレジデンス・メディカルモール (2024年春開業予定)

青少年から高齢者まで、あらゆる年齢の方々の健康維持と地域医療に貢献

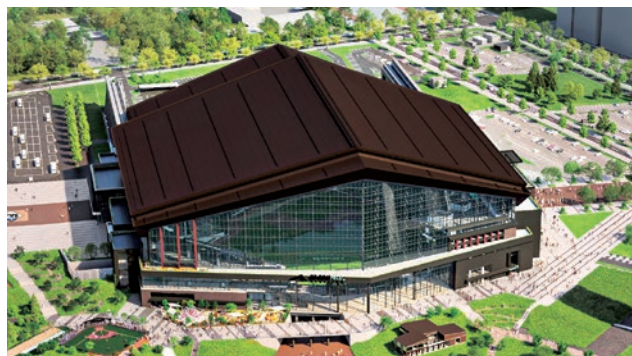


地域防災や環境負荷低減を通して、 社会的価値の創造を目指します

地域防災

官民の連携で、もしものに備える

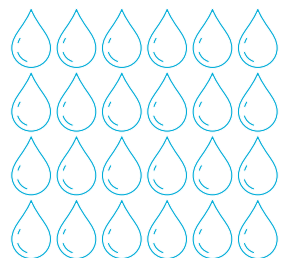
北海道、北広島市と防災覚書を締結。地震や大雨といった災害時には、Fビレッジの各施設から避難スペース、寝具、食事、物資などを提供し、約1万人を受け入れる地域防災拠点となります。



一時避難場所として
球場のフィールド・
コンコースを開放し、

約10,000人
受け入れ可能

Fビレッジ内の
宿泊施設・飲食施設・
商業施設から、
避難スペース、寝具、
食事、物資などを提供



約35,000人が
3日間使用可能

な上水と排水設備を確保



飲料水、
食糧、毛布などの
防災備蓄
専用倉庫
を設置



来場者向けシャトルバス

EVカート

フォークリフト

環境負荷低減

クリーンモビリティを
積極的に導入

最寄りの北広島駅とFビレッジ間を結ぶ来場者向けシャトルバスや、施設内作業車両にはEV(電気自動車)を積極的に導入し、環境負荷の低減に取り組めます。

COMMENT

ボールパーク・プロジェクトのテーマは「共同創造空間」です。
ニッポンハムグループだけでなく、国内・海外のさまざまな方々と一緒に創り上げていくことが成功の道であり、新しい価値の創出につながると信じています。“野球を軸とした多様な観戦体験の提供”と“北海道の豊かな自然”を資源に、多くの方に“北海道のシンボル”と言ってもらえるよう、事業パートナーの皆様と一緒に創り上げてまいります。
2023年春に開業を迎えますので、皆様のご来場お待ちしております。

(株)北海道日本ハムファイターズ 取締役 兼
(株)ファイターズ スポーツ&エンターテインメント 取締役 事業統轄本部長

前沢 賢



活動報告



Activity 1

「飾り切り・飾り折り® 教室」体験を通して
食べることを楽しむ機会を提供

百貨店事業、サービスプロモーション事業を担う日本ハムカスタマー・コミュニケーション(株)は、ハムやウインナーを使った料理教室や飾り切り・飾り折り教室を実施しています。ハムを使った花やウインナーを使った動物・乗り物など、レパートリーは100種類以上。食育講義の内容や実習のレベルを参加者に合わせ、自然の中で育まれる生命の恵みに感謝することの大切さをお伝えしています。この活動は、五感で体験することで、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、毎日の食卓やお弁当を華やかにするお手伝いをしています。

※ 飾り切り・飾り折り® 教室体験のお申込みは
年間を通してWebサイトより受け付けています。



飾り切り教室のご案内
https://www.nipponham.co.jp/kazarigiri_kyoshitsu/



Activity 2

Z世代の視点を取り入れた
開発プロジェクトが始動

10~20代半ばのZ世代は、SDGsをはじめ、地球環境や社会課題への関心が高いといわれています。ニッポンハムグループでは、そうしたZ世代の視点を取り入れた商品の開発するため、学校法人滋慶学園 東京コミュニケーションアート専門学校と連携し、商品開発プロジェクトをスタートしました。第一弾は、(株)宝幸のチーズ専門ブランド「ロルフ」の家庭用商品をテーマに実施しました。学生の皆さんにとっても学びの機会になるように取り組んでいます。



Activity 3

洪水被害にあった被災世帯に
自社製品や水を寄付

2021年10月、タイでは大雨による洪水が発生し、大きな被害がありました。タイ日本フーズは、アユタヤ県で冠水したバンパーン区とバンパイン区の約2,000世帯(同地区で冠水した世帯の約60%)に、自社製品や備蓄していた水などを寄付しました。また、被災した地区で生活する従業員に、米や水などの生活必需品を寄付しました。



Materiality

5

従業員の成長と
多様性の尊重Employee development and
respect for diversity

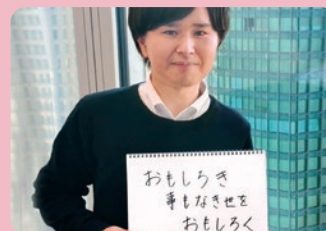
ニッポンハムグループでは「従業員が真の幸せと
生き甲斐を求める場」となることを目指しています。
一人ひとりを尊重し、それぞれが持てる力を発揮・
活躍できる環境づくりを推進します。



Positive *and* Lively

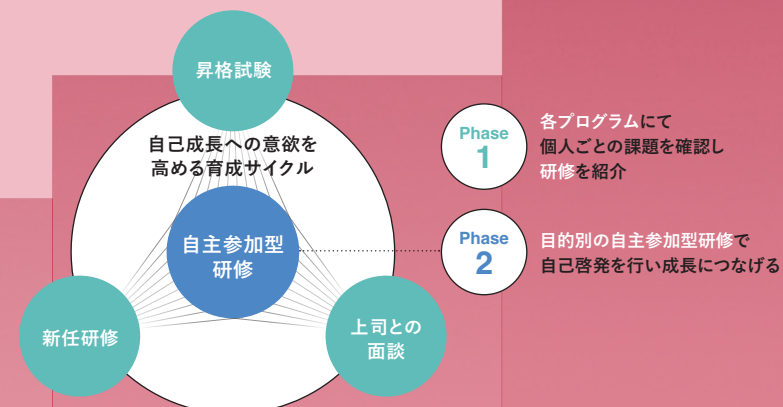
「挑戦と成長」を実感し「キャリア」を積み上げる人財育成へ

この言葉が
私の原動力



人財が生き生きと活躍し成長していける仕組みを整備

従業員の働き甲斐は社会への貢献などのほかに、自らの「挑戦と成長の実感」によっても得られると考えています。ニッポンハムグループでは、多様な人財が生き生きと活躍できる職場づくりを目指し、自ら進んでキャリアを積み、成長していける仕組みを整備しています。新任研修や昇格試験、上司との面談など各プログラムで個人ごとの課題を確認し、適切な研修を紹介。目的別に自主参加型の研修を用意し、自己成長への意欲を高める育成サイクルを構築しています。また、2022年からは階層別研修やキャリアプランセミナー、通信講座などのカリキュラムのブラッシュアップにも取り組んでいます。



「挑戦する人」を応援！

挑戦する風土を醸成

将来のヒットブランドを
自分が創る

若き開発者たちの 「開発甲子園」

若手の開発担当者が新商品のアイデアを競い合う「開発甲子園」。各エリアの予選を勝ち抜いた従業員たちが、翌年の新商品化を目指して熱い想いをプレゼンします。2018年からスタートし、これまでに14個の商品化が実現。既成概念にとらわれない発想力で新たなおいしさの価値創造に挑戦していきます。

自らのアイデアを
商品化

Winner's Comment

開発甲子園 2022 受賞者コメント

「片手で食べられる、冷たくてもおいしいラーメン」があったらよいなと思い、開発のテーマに選びました。温かいラーメンとは違い、冷たくてもおいしさが感じられるようスープや麺の素材などに工夫をしました。今後も自由な発想を持って商品の開発をしていきたいです。

日本ハム食品(株)
関東プラント 商品開発課
寺岡 慎ノ介



日本ルナのヨーグルトを季節問わず1年中食べてもらいたくて、デザートではなく「おかず」として食べるメニューを開発しました。これまで携わったことのない分野でしたので、社内のさまざまな部署の人たちと関わることができました。今後もこのつながりを活かして、新しく面白い商品を開発していきたいです。

日本ルナ(株)
生産本部 商品開発部
甲斐 真帆



研修から実践へ！

DXによる
価値創造を加速

IT 人材育成に向けた「DX 研修」

既存事業の効率化や新規事業の立ち上げなど、今後の事業を加速させるうえでDXの力は不可欠です。社内のIT人材育成や具体的な改革・成果の創出を実現するべく昨年より選抜型DX研修を実施しています。次世代を担うメンバーを中心に、DXスキルの習得に加え、有識者による指導のもと実務ベースでテーマを設定し価値創出や業務改善に取り組んでいます。



社歴、担当業務に関わらず
参加可能

N-VIP 新規事業社内公募制度

これから力を発揮してほしいのは、熱意を持った変革思考の社員。N-VIP※は、社歴や担当業務に関係なく事業化に向けてチャレンジできる仕組みです。

※ Nipponham Group Venture Incubation Program

実際に事業化された
手作り食体験キット「おうちフェス」は
食のエンターテインメント D2C サイト
「Meatful」にて販売中
<https://www.meatful.jp/>



自由な発想で
事業化に向けてチャレンジ

多様な価値観を
取り入れて



活動報告

Activity 1

従業員の育児・介護と仕事の両立を支援

従業員一人ひとりがワークライフバランスを保ちながら安心して働き続けられるよう、育児・介護休業や短時間勤務などの制度を拡充しています。また、これら制度を周知し、より利用しやすくするため、利用者本人やその上司に向けた「育児／介護ガイドブック」を制作しています。このほか日本ハム(株)では介護の悩みを相談できる社外窓口を設置しました。

2022年4月に育児・介護休業法が大きく改正されたこともあり、ニッポンハムグループでは育児休業を取得する男性が増加しています。

Voice

従業員の声

妻がコロナ禍での里帰り出産となったため、いつ子どもと対面できるか分からず悩んでいたところ、上長から良いタイミングだからと勧められ、育休を取得しました。妻の実家で1カ月間育児に集中することで、出産という大仕事を終えた妻を支えることができました。会社のメンバーも、仕事面の支援だけでなく私にとっても温かく接してくれました。



日本ハム(株)
経営企画部
大野 溪

Activity 2

より多様な人財が活躍できる職場づくりへ

多様な視点や価値観を受け入れることが経営上の成果につながるの考えに立ち、従業員の多様性の確保に取り組んでいます。特に、女性活躍の推進に向けては、日本ハム(株)での女性管理職比率を2030年度目標20%以上と掲げ、育児と仕事の両立を支援する制度や女性が活躍できる環境を整備してきました。その結果、2021年度の当社の女性管理職比率は8.5%となりました。今後も目標達成に向けた施策を推進していきます。

Voice

従業員の声

当社は大手コンビニチェーン向け商品の開発と製造を行っています。常に社会変化や時代のニーズへの対応を求められる業界で、私は約7年間商品開発の責任者を担当し、後任も女性管理職が活躍しています。現在は工場長として良品製造と、従業員の働きやすい環境づくり、そして自分が手本となるべく、誰もがチャレンジできる風土づくりに奮闘しています。当社は外国籍の方も多く働いており、今後は性別・国籍・年齢などに関係なく、多様な方々が個性を活かして活躍することで、新たな価値や競争力を生み出す会社を目指します。

プレミアムキッチン(株)
取締役 関西工場長

金山 幸子



Voice

従業員の声

当社は畜肉加工品(鶏・豚)および植物肉を含めた野菜加工品を製造・販売しています。私は総務・法務部門の責任者を担当し、おもに経費効率化や新型コロナウイルス感染症対策など有事対応の会社全体のバックアップ、従業員の満足度向上の一環として従業員食堂の管理、サステナビリティ活動の企画・立案・推進に取り組んでいます。当社のサステナビリティ活動が地域社会から評価を受け、それがニッポンハムグループ内で共有されていることが従業員の自信となり、次のアクションにつながっています。従業員が仕事にやり甲斐を持って楽しみながら遂行している姿を見ると私自身も充実感や達成感が得られます。



タイ日本フーズ
総務・法務部
シニアマネージャー
ペンナパー ムンマック

活動報告



培養用フラスコの洗浄
(中央研究所)

検査肉の赤身と脂身を分ける作業
(中央研究所)



Activity 3

障がい特性に応じた多様な業務で 一人ひとりの能力を発揮

当社グループは、障がいがある従業員一人ひとりの特性に応じて生き生きと自立して働ける職場づくりを進めています。日本ハムキャリアコンサルティング(株)の大阪事業所では、メールセンターでの仕分け・配達・集荷、名刺などの印刷物の作成、データ入力など、障がいがある従業員が、120以上もの多様な業務でそれぞれの能力を発揮しています。また、日本ハム(株)中央研究所でも、研究検査の補助業務や納品物の検収業務、施設の衛生管理などの業務で活躍しています。

Activity 4

従業員の心身の健康への取り組みが 「健康経営優良法人2022」に認定

当社グループは、すべての従業員がここからでも健康で、持てる力を発揮しながら成長できる職場を目指しています。グループ全従業員を対象としたストレスチェックでは、集団分析結果を職場環境の改善活動に活かしているほか、予防を意図した意識と行動への変容を促すためのヘルスリテラシーの向上に取り組んでいます。

こうした活動が評価され、日本ハム(株)と日本ハムシステムソリューションズ(株)は大規模企業部門で、協同食品(株)は中小規模企業部門で、「健康経営優良法人2022」に認定されました。



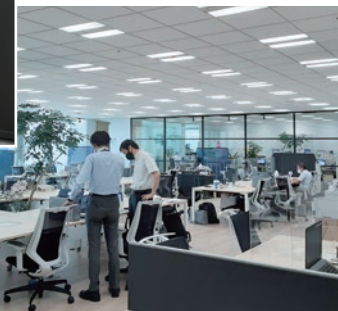
日本ハム(株)

協同食品(株)



個室型ワークブース
(東京支社)

フリーアドレスを採用
(大阪本社)



Activity 5

柔軟な働き方とオフィス改革で 働きやすい環境づくりを促進

フレキシブルな働き方推進の一環として、日本ハム(株)ではフレックスタイム制や在宅勤務制度を導入しています。また、社内システムにMicrosoft Office365を導入し、どこでも、誰とでも高度で生産的な仕事ができるよう、テレワークやモバイルワークに適した環境を整えています。大阪本社・東京支社では、増加するTeamsやZoomでのリモート会議に対応して、防音・遮音性能が高く、1~2人で利用できる個室型ワークブースを導入しました。また、一部の事業所では業務に合わせて自由に働く座席を選択できるフリーアドレスを採用しています。

5つのマテリアリティ(重要課題)の施策・指標

ニッポンハムグループは、各マテリアリティについて、それぞれ取り組みの方針と施策・指標を策定しています。

これらの取り組みをステークホルダーの皆様と対話を重ねながら推進していきます。

マテリアリティ	SDGs	社会課題	方針	施策・指標
たんばく質の 安定調達・供給	   	たんばく質の 安定調達・供給	生きる力となるたんばく質を安定的にお届けし、人々の健康と身体づくりに貢献します。 調達については持続可能なサプライチェーンの維持安定に向けて関係するステークホルダーと協働するとともに、畜産事業の課題解決に貢献するように努めます。	● 生きる力となるたんばく質の摂取量向上(国内) ● 家畜の疾病対策 ● サステナブル調達の推進(2030年度までに重要な一次サプライヤーへの方針周知とSAQ※実施率100%、重要な二次サプライヤーへの方針周知とSAQ※実施) ※SAQ(Self-Assessment Questionnaire):自己評価シート ● サプライヤーへの人権デューデリジェンスの実施 ● アニマルウェルフェアに配慮した取り組みの推進 - ー国内全農場※の妊娠ストール廃止(豚)(2030年度まで) - ー国内全処理場内※の係留所へ飲水設備の設置(牛・豚)(2023年度まで) - ー国内全農場・処理場※への環境品質カメラの設置(2023年度まで) ※当社グループが資本を過半数保有する企業が対象 ● スマート畜産などの新たな技術の開発と活用
		たんばく質の 選択肢の拡大	ライフスタイルの変化などに対応し、植物由来のたんばく質商品の拡充拡販および新たな代替たんばく質の探求を推進します。	● 植物由来のたんばく質商品の拡充拡販(2030年度 出荷金額100億円) ● 代替肉の技術開発の取り組み
		食の安全・安心	食品安全に関する第三者認証の取得推進および、従業員に対する食品安全に関する研修などを実施し、安全で安心な商品をお届けするための取り組みを推進します。	● 第三者認証の取得推進(FSSC22000、SQF、BRC、JFSなど) ● 専門技術認定をはじめ研修を通じた人材育成 - ーeラーニング受講者数(2030年度までに67,000名) - ー基礎技術研修の修了者数(2030年度までに2,400名)
食の多様化と 健康への対応	  	食物アレルギー 対応	食物アレルギーの有症者やそのご家族に寄り添い、食事を中心とした商品・サービスの拡充によるQOL向上に取り組んでいます。	● 食物アレルギー関連商品の拡充および啓発(2030年度 出荷金額40億円) ● 食物アレルギーに関する研究や情報発信
		健康増進	おいしさを含み備えた、健康に寄与する商品の開発を進め、食べる喜びと健やかな暮らしに貢献します。また、産官学連携で健康寿命の延伸について研究を推進し、情報を発信していきます。	● 認知機能を改善する新たな素材の研究と商品化(2026年度までに年間300万食相当を供給) ● 健康に寄与する商品の開発 ● 健康寿命の延伸についての情報発信
		食の多様化	さまざまな文化や価値観に対応した商品をお届けし、多様な食生活に貢献します。	● 多様な文化・宗教などに対応した商品の開発、販売の実施

マテリアリティ	SDGs	社会課題	方針	施策・指標
持続可能な地球環境への貢献	     	気候変動への対応	気候変動への対応策を検討し、温室効果ガス排出の抑制・削減に取り組み、環境負荷の低減に貢献します。また、社内外の連携を図り、研究・技術開発を推進します。	- 化石燃料由来のCO₂排出量削減(2030年度までに国内は2013年度比で46%以上削減、海外は2021年度比で24%以上削減) - 家畜由来の温室効果ガスに対して抑制、削減をするための研究、技術開発の推進
		省資源・資源循環	大切な資源である水の使用量削減と、事業拠点における廃棄物排出量の削減に取り組むとともに、資源循環への取り組みを推進し、環境負荷の低減に貢献します。また、水リスクへの対応や食品ロスの削減に努めます。	- 水使用量削減(2030年度までに国内は2019年度比で5%削減、海外は2021年度比で5%削減) - 国内の廃棄物排出量削減(2030年度までに2019年度比で製造数量当たりの原単位5%削減) - 国内の廃棄物排出量リサイクル率向上(2030年度まで92%以上) - 環境配慮型資材(再生素材やバイオマス素材など)の使用や包装資材などの使用量削減 - 水リスクの高い地域の特定、地域の実態の調査と課題への対応 - 製造から販売、物流で発生する食品ロス削減の推進
		生物多様性の対応	持続可能な資源の調達を推進し、生物多様性の保全に貢献します。パーム油は認証品へ切り替え、水産資源は認証品の取り扱い品目の拡大に努めます。	- RSPO 認証パーム油使用率向上(2030年度までにブック アンド クレームを含み100%使用) - 持続可能な水産資源の認証品の取り扱い品目増(MSC/ASC) - 森林保全活動の推進
食やスポーツを通じた地域・社会との共創共栄	   	地域社会の発展	スポーツを通じた地域社会との共創や、地域の文化的活動、食を通じた社会福祉の活動、食育をはじめとする次世代の育成支援を通じ、地域社会の発展に貢献します。また、事業を展開する地域での地域社会との対話を大切に課題解決に努めます。	- スポーツを通じた地域共創の活動の推進(北海道新球場、スポーツ・食育教室など) - 文化的活動を含めた地域貢献活動の推進(地域イベントへの協力や清掃活動など) - 食を通じた社会福祉活動の推進(フードバンクや子ども食堂への食材の提供など) - 食育などを通じた次世代育成の支援(出前授業、キャリア教育支援など)
従業員の成長と多様性の尊重	  	従業員の働き甲斐向上	人財マネジメント戦略を推進し、従業員の働き甲斐向上に取り組めます。	- 仕事に対するやり甲斐の支援 - 挑戦できる組織風土の醸成 - 公正な評価と処遇への取り組み
		多様性の尊重	多様な人財の活躍推進による価値創造性とワークスタイル改革による労働生産性の向上、健康・安全経営の推進と労働関連法などの遵守に取り組めます。	- 女性活躍推進(2030年度までに女性管理職比率20%以上※) - 障がい者雇用促進(2030年度までに障がい者雇用率2.3%以上※) - 総労働時間の削減(2030年度までに総労働時間目標1,870時間※、2030年度までに時間外労働時間目標200時間※) - こころからだの健康(2030年度までに健康診断再検査実施率100%※、2030年度までに喫煙率12%※、2030年度までにストレスチェック受検率100%※) ※日本ハム(株)が対象 - 人権尊重(人権教育の実施) - 人権デューデリジェンス体制の構築



ニッポンハムグループのサステナビリティ

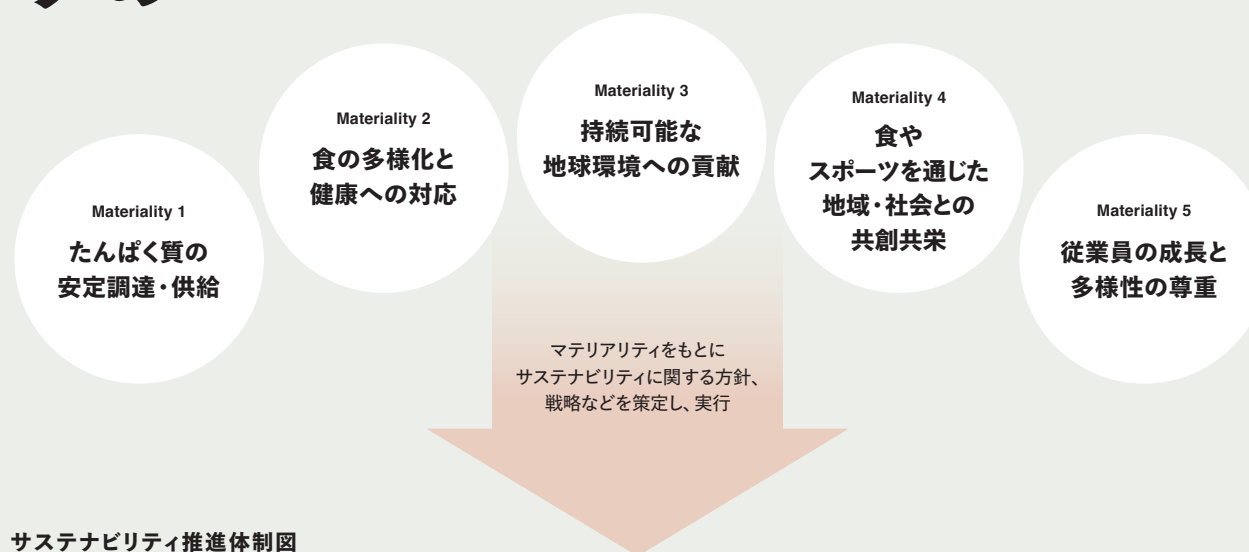
ニッポンハムグループは、日本ハム(株)の社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置し、原則として四半期に1回開催しています。社外有識者や社外取締役からの意見を伺いながら、サステナビリティに関する方針、戦略の策定、グループ各社の取り組み状況の確認などに取り組んでおり、その内容をまとめ、決定機関である取締役会に諮っています。

下部組織である「ES(環境・社会)部会」と「TCFDタスク会議」は、サステナビリティ担当取締役と関係部署の部長で構成されており、委員会で話し合われた戦略を具体化し、事業本部の施策に展開しています。

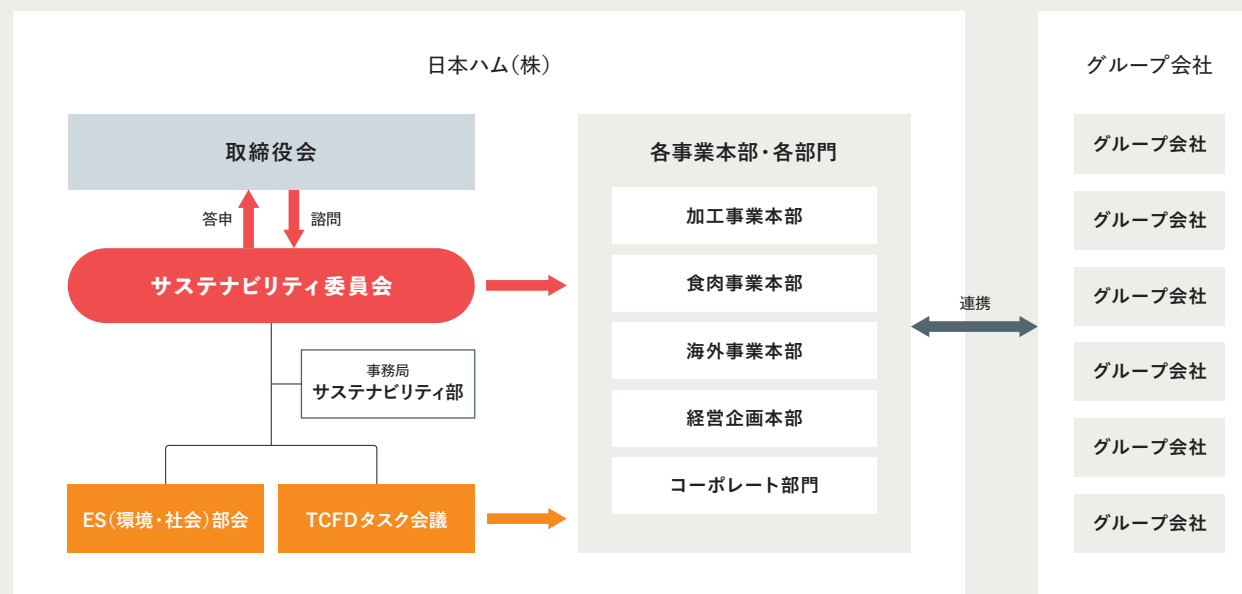
推進体制

組織体	役割	構成	開催頻度
サステナビリティ委員会	グループのサステナビリティに関する方針の策定、戦略の検討	- 取締役 - 社外取締役 - 事業本部長 - 監査役・社外有識者	年4回
ES(環境・社会)部会	取締役会で決定された戦略の事業本部への落とし込みの具体化と事業本部の施策への展開	- サステナビリティ担当取締役 - 関係部署部長	年4回
TCFDタスク会議	自社の気候関連リスク・機会の評価、シナリオ策定	- サステナビリティ担当取締役 - 各事業本部 統括管理担当役員 - 関係部署部長および担当者	年8回

5つのマテリアリティ(重要課題)



サステナビリティ推進体制図



サステナビリティ委員会の主な議論内容（2021年度）



Discussion 1

「TCFD」に基づく情報開示

日本ハム(株)は、2020年6月に「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」の提言に賛同するとともに、「TCFDコンソーシアム」へ加入しました。

2021年度のサステナビリティ委員会では、TCFDに基づく情報開示に向け、シナリオ分析や事業インパクト評価などについてさまざまな視点から議論を交わしました。また、リスク・機会の特定や重要度評価を行うとともに、今後の対応策についても検討を進めました。



Discussion 2

「中長期環境目標」の進捗確認

当社グループは、バリューチェーンを通して温室効果ガスや食品ロス、プラスチックなどの課題解決に向けての取り組みを推進するため、2021年度に新たに2030年度をゴールとする「中長期環境目標」を設定し、取り組みを進めています。

2021年度のサステナビリティ委員会では、2020年までの環境目標の結果報告を踏まえ、環境目標の達成に向けた具体策の進捗管理や課題について議論を交わしました。また、海外のグループ会社における環境目標の設定や実績の開示について検討を進めました。



Discussion 3

「人権」への取り組み状況

当社グループは、事業活動において直接または間接的に人権に影響を及ぼす可能性があることを認識し、ビジネスに関わるすべての人々の人権の尊重を表明するために、2020年12月に「ニッポンハムグループ人権方針」を定めました。

2021年度のサステナビリティ委員会では、人権に関する社会課題と動向を学ぶとともに、当社グループおよびサプライチェーンにおける人権リスクの特定から対策実行までの「人権デューデリジェンス」プロセス構築に向けて議論を交わしました。また、アセスメントの対象範囲やスケジュールについても検討を進めました。

ステークホルダー エンゲージメント

ニッポンハムグループは、お客様や地域の方々、お取引先、株主・投資家の皆様をはじめ、従業員を含めたさまざまなステークホルダーに支えられ、事業活動を営んでいます。

そのステークホルダーの皆様からの期待、信頼に応えるべく、自覚と誇りを持って社会に対する責任と役割を果たしていきます。

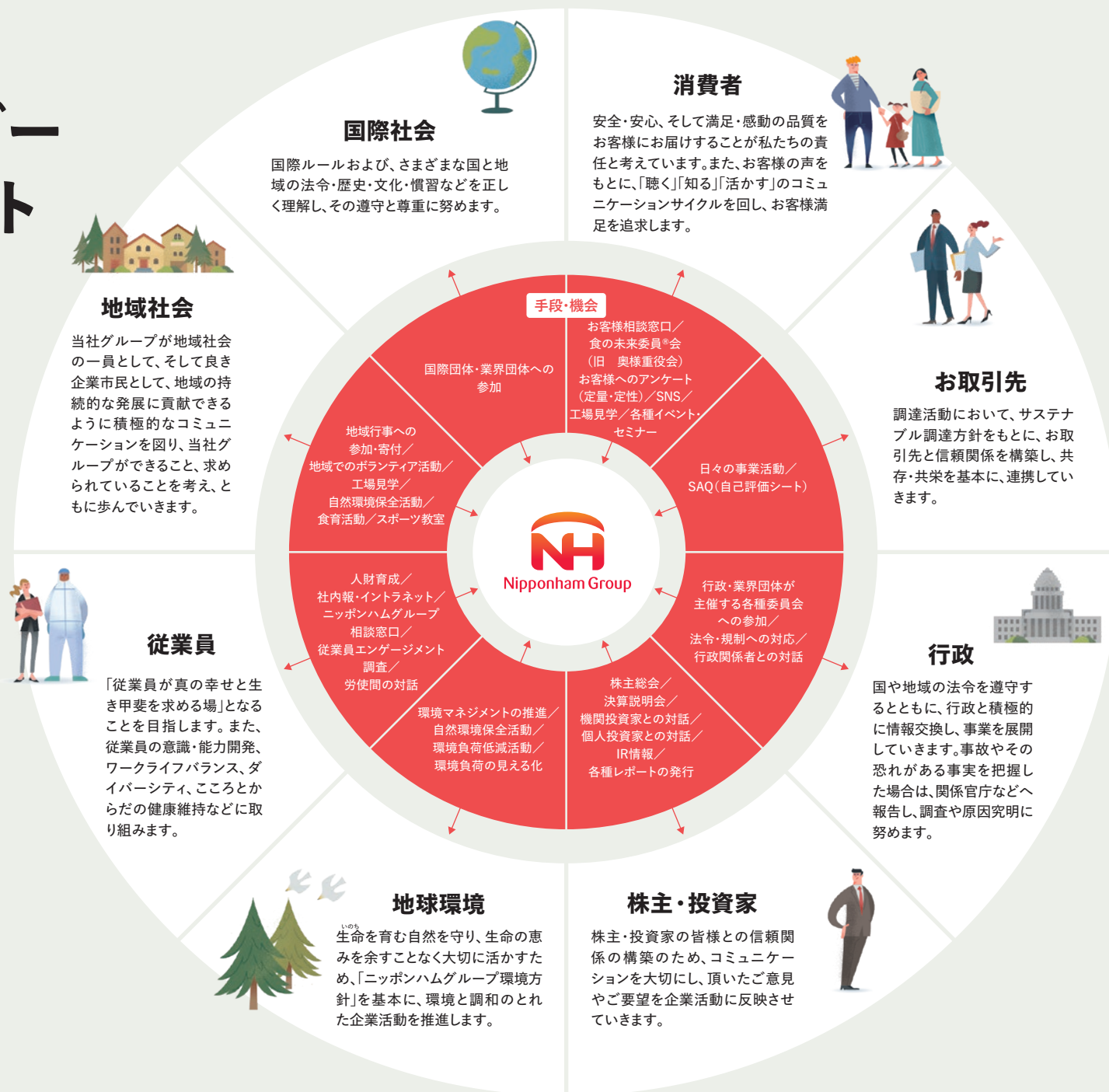
参画しているおもなイニシアティブ・団体

TCFD Task Force on Climate-related Financial Disclosures
金融安定理事会(FSB)が設置した気候変動関連財務情報の開示を企業に促すことを目的としたタスクフォース

RSPO Roundtable on Sustainable Palm Oil
持続可能なパーム油が標準となるよう、その生産、流通などの促進や認証スキームの構築・運用を行う国際的非営利組織

ASSC The Global Alliance for Sustainable Supply Chain
国際的な連携のもと、日本での持続可能なサプライチェーンの推進に取り組むNGO

CGF The Consumer Goods Forum
食品・消費財大手や小売り大手が加盟する国際的な業界団体。
現在70カ国以上から約400社が加盟(2022年7月現在)



Think about the future of food

「食の未来」を支えるために

ニッポンハムグループは、「食の未来」をテーマに
さまざまな活動に取り組んでいます。

About lifestyle

データに基づく近未来の食卓予報

ライフスタイル研究室は、食卓を取り巻く外部環境の変化や消費者の価値観、行動の変化を知るために、消費者意識調査や購買データ分析などを実施。食卓をテーマ別に分類し、市場規模の予測やターゲット設定を行って「食卓予報」としてグループへ発信。食卓の実態に基づいた商品開発や営業活動につなげています。

About quality

社会課題にも配慮した 「ニッポンハムクオリティ」

商品を開発する際、「安全性」や「おいしさ」という基本的な品質に加え、社会課題に対応するため、「環境」「健康」「ユーザビリティ」の3つの視点を共通品質として「品質保証規程」に明文化しました。

5つの提供品質を「ニッポンハムクオリティ」とし、これらを踏まえて商品開発に取り組みます。



With our customers

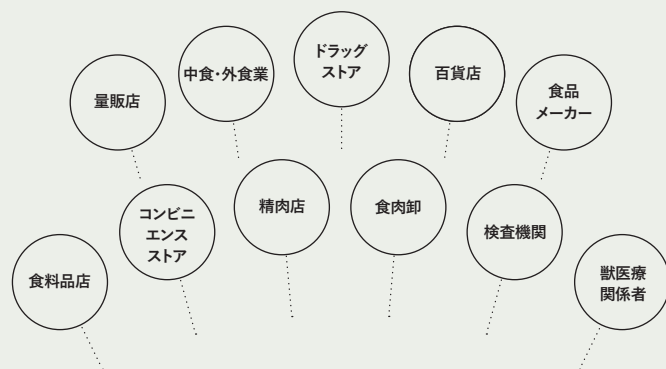
お客様とともに、未来の食を考える

日々の食生活における課題だけでなく、食の未来を考えながら商品やサービスに関するご意見を頂く——それが当社グループ独自の1年任期のモニター制度「食の未来委員会」です。年齢・性別を問わず、毎日の食生活におけるご苦労や未来視点でこんな商品・サービスがあったらいいの、というご意見をお持ちの方にご参加いただいています。



ニッポンハム グループの製品

ニッポンハムグループの事業は、ハムやソーセージの製造から始まりました。今では食肉、加工食品、水産品、乳製品など「食」に関するさまざまな領域へと広がり、多様な場所で皆様に「食べる喜び」をお届けしています。



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



冷凍食品



エキス調味料



健康食品



フリーズドライ



コンビニエンスストア向け食品



食品検査



会社概要

世界**19**の国・地域に
508拠点を展開※1



世界に誇るビジネスモデル「バーティカル・インテグレーション・システム」



生産・飼育から、処理・加工、販売までを自社グループにて一貫して行う「バーティカル・インテグレーション・システム」がグループの最大の強みです。これによって高付加価値の食肉、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。

グループ
会社数※2 **78**社 | 国内**49**社
海外**29**社

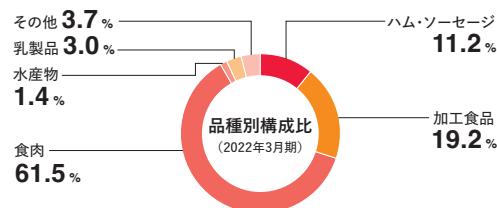


グループ
従業員数 **27,649**名
国内 **21,329**名 海外 **6,320**名



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 プリーゼタワー
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 (2022年3月31日現在)
決算期	3月末日 (年1回)
売上高	単体: 775,354百万円／ 連結: 1,174,389百万円 (2022年3月期)
株主総数	38,728名 (2022年3月31日現在)

グループ
連結売上高 **1兆1,744**億円



※1 国名は駐在事務所含む ※2 持分法適用会社含む (2022年4月現在)

対象範囲

日本ハム(株)および国内外の連結子会社78社
(2022年3月31日現在)

対象期間

2021年4月1日～2022年3月31日

掲載内容は、一部報告対象期間以前・以後の情報を含みます。

発行

2022年9月

お問い合わせ先

日本ハム株式会社 経営企画本部 サステナビリティ部

将来情報に関する留意事項

本レポートに記載されている将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報および当社が合理的であると判断する一定の前提に基づいたものであり、実際の結果は今後さまざまな要因によって大きく異なる可能性があります。



たんばく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030



関連情報のご案内

Webサイトを通じてステークホルダーの皆様にはさまざまな情報をお届けしています。



日本ハム(株)Webサイト サステナビリティページ

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



統合報告書

<https://www.nipponham.co.jp/ir/library/annual/>



Data Book

https://www.nipponham.co.jp/csr/report/#supplement_data

