

提供するたんぱく質の価値

多様なたんぱく質の研究・開発

ニッポンハムグループは、Vision2030「たんぱく質を、もっと自由に。」のもと、たんぱく質の可能性を広げる挑戦を続けています。その一つが、将来的に懸念されるたんぱく質不足に対応するための、代替たんぱく質の研究開発です。市場規模もかなりの大きさが予測されています。2020年に大豆ミートブランド「ナチュミート」を発売後、当社グループでは植物を原料とするさまざまな商品を開発、提供してきました。近年では、麩を原料とした商品の開発にも取り組んでいます。さら

に、動物細胞を培養してつくる「細胞性食品(培養肉)」の研究も進行中です。細胞性食品は、環境負荷を抑えつつ動物性たんぱく質を供給できる手段として期待されています。

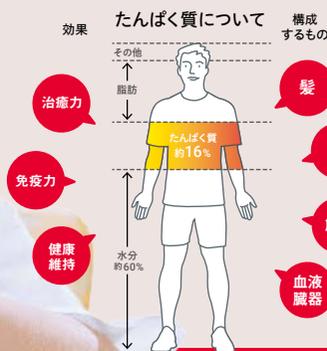
たんぱく質の安定調達・供給を果たし、消費者に良質なたんぱく質を届けることが私たちの使命です。忙しい毎日でも手軽に美味しい料理を楽しみ、いくつになっても健康的にお肉を味わえる未来——たんぱく質の力で、そんなおいしい未来、健康な未来を切り拓いていきます。

4兆 9,064億円

代替たんぱく質 世界市場規模予想



出典：矢野経済研究所調べ



たんぱく質の価値

たんぱく質は、体の約20%を占める重要な栄養素です。筋肉や臓器、皮膚、骨、髪などを構成する基礎となるだけでなく、消化酵素や免疫物質、ホルモンの生成にも欠かせません。20種類のアミノ酸から成り、そのうち9種類は体内でつくれないため、食事からの補給が必要です。また、たんぱく質は、免疫力の向上、脳や内臓の機能維持、体のバランス調整、精神の安定にも役立ちます。

特に、肉や乳製品に含まれる動物性たんぱく質はアミノ酸バランスが優れ、とても質の高い栄養源です。高齢化が進む日本では、筋力や心身機能の低下による「フレイル」対策が重要です。たんぱく質不足がフレイルの一因とされ、特に肉類の摂取量が減ると筋力低下が進みやすくなります。肉に含まれるイミダゾールジペプチドは筋力維持に効果があるため、たんぱく質をしっかり摂ることがフレイル予防につながります。

サステナブルに 食べる喜びを提供— 「Mealin'Good」の取り組み

当社は2023年に「サステナブル事業」を立ち上げました。「Mealin'Good(ミーリングッド)※1」という事業ブランドのもと、さまざまな倫理観や価値観が共存する、より良い未来を目指し、人も地球も心地良い選択肢を増やす商品やサービスを提供しています。

サステナブル事業の初商品として開発したのは、鶏レバーを使用した「グラフォア」です。鶏レバーは冬季に需要が落ちるため、余剰分をフォアグラの代替品として活用しました。アニマルウェルフェアの観点からフォアグラの生産量が減少している中、新たな価値ある商品として評価を得ています。

これに続く商品としては、漁獲資源保護の観点から、大豆ミートを使用した「ナチュミート フィッシュフライ」や「ポップコーン シュリンプ(業務用)」を開発。さらに

2024年にはこんにやく粉など植物由来の素材を使用した「プラントベースまぐろ」の販売を開始しました。この商品は、生の魚が食べられない方々への選択肢としても喜ばれています。これらの代替商品は、2024年6月18日に兵庫県姫路市で開催された「世界銀行※2・防災グローバル

フォーラム (UR2024)」のお弁当に採用されました。世界的な催しにふさわしいサステナブルな食材であると評価していただけたことを光栄に思っています。

※1 フィーリングッドにミールを掛け合わせ「人も地球も心地良く、より良い毎日へ。」という想いを込めたブランド

※2 住みやすい地球の上での貧困削減と繁栄の共有を目的として掲げる援助機関



防災グローバルフォーラム
(UR2024) への提供内容



焼きたての「グラフォア」

「プラントベースまぐろ」の握り寿司 「ナチュミートフィッシュフライ」



お弁当

人と地球の双方に心地良い 商品・サービスを展開する

「Mealin'Good」は、当社が2023年に立ち上げたサステナブル事業です。多様な価値観や倫理観を尊重し、人と地球に“Good”な選択肢を提供することを目指しています。事業開始以降、畜産加工品を中心に、アップサイクル商品や代替たんぱく商品を開発・販売し、その取り組みは高く評価されています。これからも持続可能な社会の実現と健やかなからだづくりに貢献するため、安心して選べる商品やサービスを展開していきます。

グループ戦略
推進事業部長

高崎 賢司



社外共創のスピードアップを目指し、 ベンチャーキャピタルファンドに LP出資を決定

2024年7月、独立系ベンチャーキャピタル大手のグローバル・ブレイン社が運営するグローバル・ブレイン9号投資事業有限責任組合にLP※出資しました。この連携を通じて、自社の枠を超えたオープンイノベーションの推進やR&Dによる事業拡大をスピード感をもって目指していきます。

※「Limited Partnership」の略。ベンチャーキャピタルを通じた出資で、出資先に対する責任は出資金額の範囲内(有限責任)。

たんぱく質をめぐる課題

迫るたんぱく質危機

近い将来、気候変動の影響で飼料となる穀物の収穫量が減少し、世界的なたんぱく質需要の急増に対応できなくなる「たんぱく質危機」が予測されています。既存のたんぱく質供給源だけでは不足し、持続可能な代替たんぱく質の開発・商品化が急務となっています。また、新たな食糧生産技術の見直しも求められています。

危ぶまれる畜産業の持続可能性

日本の畜産業は高齢化や後継者不足で生産者が減少し、労働環境の改善も急務とされています。さらに、家畜の健康管理や飼料の高騰による生産コスト上昇、温室効果ガスの大量排出も問題となっています。たんぱく質の安定供給には、これらの課題を解決し、持続可能な畜産を実現する包括的な対策が求められています。

たんぱく質供給企業として

当社グループは「食べる喜び」と「安定供給」のため、たんぱく質の安定調達、生命の恵みを大切にした多様な選択肢の提供に挑戦しています。

| | 全体 | 動物性たんぱく質 | 畜産物由来 | 肉類 |
|---------------------|-------|----------|-------|-------|
| たんぱく質摂取量 (1人・1日当たり) | 71.4g | 40.1g | 27.9g | 17.6g |
| ニッポンハムグループのシェア | 6.0% | 10.6% | 15.3% | 23.5% |

※ 当社の商品別取り扱い重量データ(2019年)および文部科学省「栄養成分表」、厚生労働省「国民健康・栄養調査」などの外部データ(2019年)をもとに当社にて推計



2030年度 1,000億円ブランドへ 「シャウエッセン®」の未来構想

2030年度(目標)
1,000億円

1985年2月に誕生した本格的あらびきウインナー「シャウエッセン®」。ドイツの製法に倣い羊の腸に詰めた豚肉をスモークで仕上げた本格的な味わいで人気を博しています。ニッポンハムグループは、成長戦略の一つとして、この主力ブランドの年間売上高を「2030年度に1,000億円※」、現在の746億円から3割増に成長させる目標を掲げました。

※ 国内外の「シャウエッセン®」の小売りベース

2023年度
746億円

2019年度
723億円

2014年度
635億円

「シャウエッセン®」
売上高の変遷

2009年度
524億円

「シャウエッセン®」を 世界的ブランドに

2024年4月、「シャウエッセン®」を世界的なブランドに成長させるための重要な一歩を踏み出しました。日本ハム北海道ファクトリー(株)の旭川工場が、シンガポールへの輸出認可を取得したのです。2030年度までに1,000億円の売上高を達成するにはグローバル展開が欠かせません。その端緒がシンガポール。10月から輸出を開始します。輸出拡大につなげていくために、アジアで人気の高い「北海道」ブランドを打ち出していくプロジェクトが進行中です。

2025年に40周年を迎える「シャウエッセン®」は“世界のシャウエッセン”への飛躍を目指し、新たな挑戦を始めています。

革新的な挑戦を促す 「シャウ-1グランプリ」を開催

2030年度までに1,000億円達成を目指すもう一つの施策が、「革新的な挑戦」です。これまでの「シャウエッセン®」の枠を超え、新しい商品開発の提案の場として、「シャウ-1グランプリ」を立ち上げました。このコンテストでは「アイデア」「おいしさ」「新規性」「実現性」という4項目で総合的に評価します。

第1回は2024年6月3日に開催し、優勝、準優勝、4項目それぞれの部門賞が選ばれました。優秀な提案については、商品化を進めています。



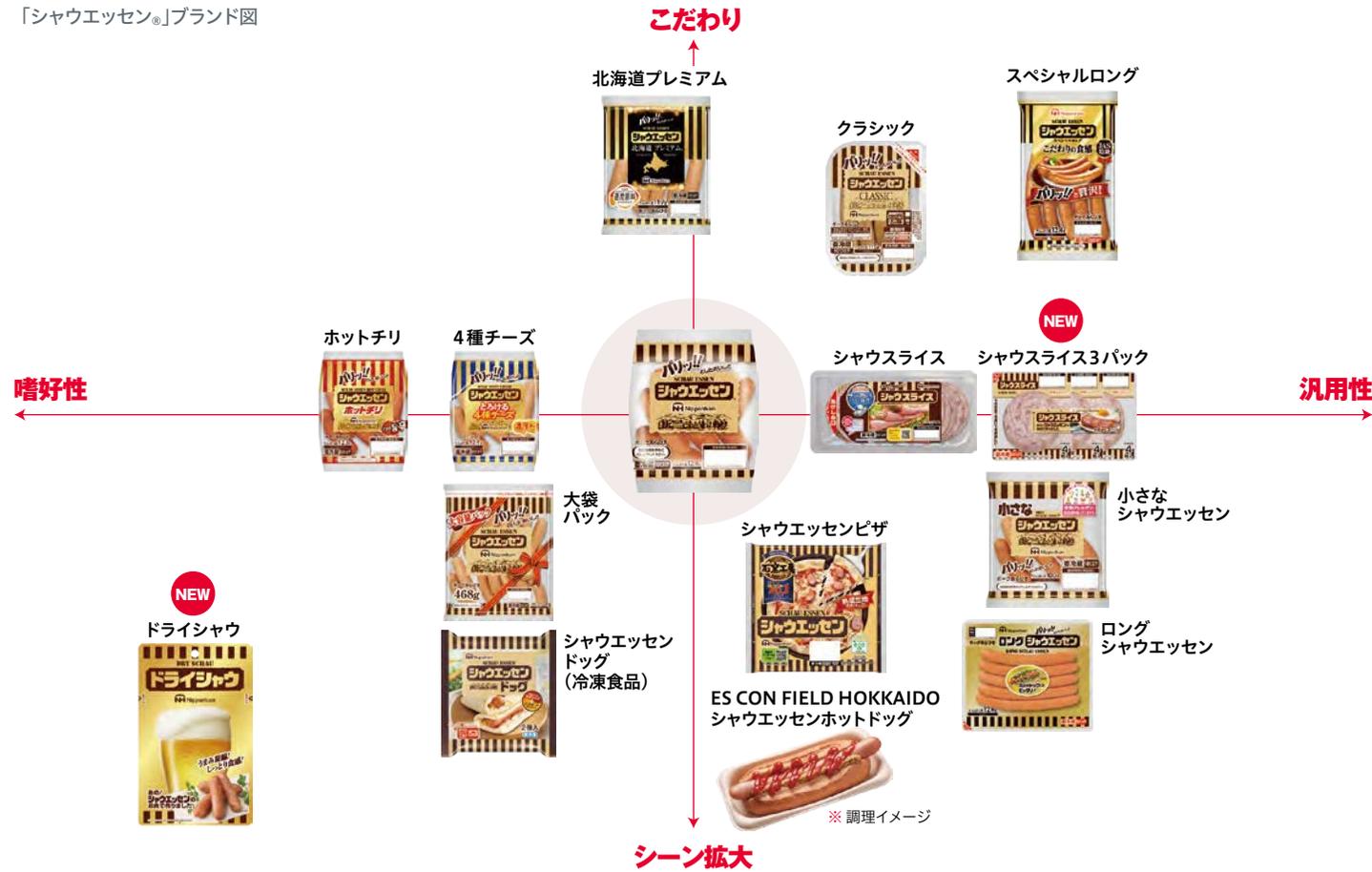
「シャウ-1グランプリ」授賞式

金のシャウエッセン
トロフィー





「シャウエッセン®」ブランド図



ブランディングと エクステンション

発売以来「シャウエッセン®」は「ボイルする」と「こだわり抜いた一つの味を守る」ということに囚われ、新たなチャレンジができていませんでした。

そのため購買層の拡大ができず、主要購買層も50代以上に偏り、若い世代に

アプローチできていませんでした。そこで、2019年から改革を開始。電子レンジ加熱の解禁、チーズ入りなどの味のバリエーション増加、スライスしてトッピングにしたピザの開発などにより、若年層の心を掴んでいきました。こうした商品群の増加（エクステンション）と同時に、広告やSNSを活用したりブランディングも実施し、

2023年度の年間売上高は2019年度の723億円から746億円に増加しました。

今後は、さらに攻めた商品ラインナップの多様化とともに、マーケティング戦略を展開し、「シャウエッセン®」のブランド力を一層強化して、より幅広い世代に支持される存在を目指します。

時代とともに変化し、 さらに愛される「シャウエッセン®」へ

パリッ!!としたおいしさでお馴染みの「シャウエッセン®」は、1985年の発売以来、多くのお客様にご愛顧いただいています。累計販売本数は約207億本、地球100周分※に相当します。2025年2月には発売40周年を迎えます。発売当初は今のようには本格的なウイナーではなく、「シャウエッセン®」はその先駆者として本物の味を追求し、新しい市場を開拓しました。その後、お客様のライフスタイルの変化や多様なニーズに応え、シャウエッセンも変化させてきました。共働きや単身世帯の増加に伴う家事の時短ニーズに応じてレンジ調理を解禁。2022年には環境への配慮として包材をエコ・ピロタイプに変更し、「シャウ断髪」というプロモーションを通じてお客様にも広くアピールしました。現在は、さらに愛される商品に育てるべく、口コミなど、お客様からの自然な話題化を通じて、より身近で選ばれるブランドを目指しています。

※2023年3月末時点での推計

加工事業本部
マーケティング統括部
ブランド戦略室長兼
マーケティング室長



長田 昌之



ブランドと共創による新しい価値づくり

ニッポンハムグループは、持続可能な食の未来に向けて、
自社ブランド食肉の育成と社外パートナーとの「共創」にも積極的に取り組んでいます。

顧客・生活者視点で さらなる成長を目指す 国産鶏肉「桜姫®」

「桜姫」は、独自に配合した飼料により生産されたブランド鶏肉です。透明感のある桜色と脂の白さが特長で、一般の鶏肉よりも臭みが少なく、ビタミンEが3倍以

上含まれています(日本食品標準成分表2015数値比較)。鶏は、広くて清潔な鶏舎、適切な温度管理のもと、健康に配慮して飼育されています。また、トレーサビリティシステムにより、生産から出荷までの全工程が追跡可能であり、安全で安心を実現しています。



国産鶏肉「桜姫®」



看板ブランドである 国産豚肉「麦小町®」

「麦小町」は、国産豚肉の看板ブランドです。一般の豚肉に比べ、うま味成分の一種であるグルタミン酸やビタミンB1が多いという結果が得られています。*

* グルタミン酸:日本ハム株式会社 中央研究所調べ(2021年10月26日)日本栄養・食糧学会 遊離アミノ酸データベース 大型種豚肉 ロース屠畜後6日後の数値比較結果より

ビタミンB1:日本ハム株式会社 中央研究所調べ(2021年10月26日)日本食品標準成分表2020年版(八訂)大型種豚肉ロース数値比較結果より

国産豚肉「麦小町®」



お客様ニーズに応えるブランド食肉を目指す

私たちはこれまで、飼料へのこだわりやおいしさの見える化、各種キャンペーンなどを通じてお客様との接点をつくりながらブランドの価値を訴求してきました。近年、ライフスタイルの多様化による食の選択肢も増え、商品を選ぶ理由がより明確に求められていると感じています。今後はお客様とのコミュニケーションを一層強化します。多様なニーズに応えるブランド食肉を活かした商品開発や他社との共創を進め、お客様の日々の生活に寄り添った企画で共感や新しいワクワクをお届けしていきます。そして国産鶏肉「桜姫®」や国産豚肉「麦小町®」をはじめとする当社のブランド食肉が多くのお客様に選んでいただけるよう努めます。



食肉事業本部
食肉マーケティング
推進室

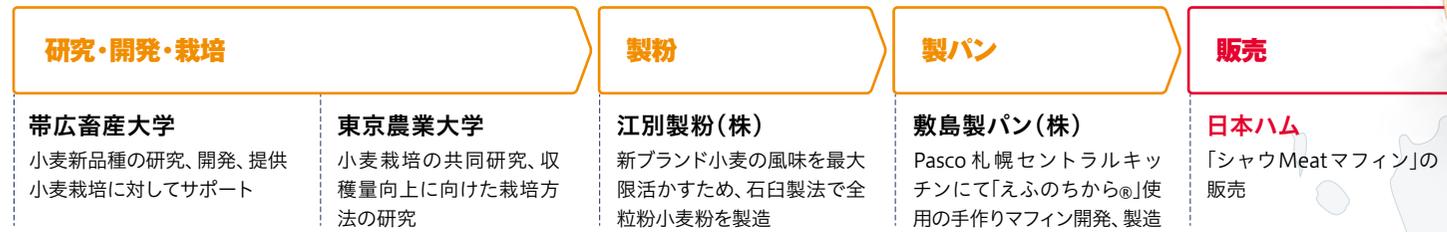
坂口 真子

北海道の地域に根差した産学で共創した「えふのちから®」

「えふのちから®」は、帯広畜産大学が開発した新品種を当社グループの畑で養豚事業の副産物を堆肥にして栽培した北海道産のブランド小麦です。

2024年2月には、帯広畜産大学、東京農業大学、江別製粉(株)、敷島製パン(株)との産学連携で、「えふのちから®」を使用した新商品「シャウMeat マフィン」を開発しました。「えふのちから®」は、持続可能な農業と地域貢献の象徴として、新たな価値を提供します。

「えふのちから®」の研究・開発から商品化まで



「シャウMeat マフィン」

北海道の恵みを活かした持続可能な北海道産鶏肉「北のこめっこ®」

「北のこめっこ®」は、広大な大地・北海道の地域に根付いた持続可能な畜産と食の在り方を追求するブランド鶏です。飼料に北海道産玄米とローズマリー粉末を使用しており、柔らかくジューシーで、塩だけでソテーしても臭みがありません。

生産を担当する日本ホワイトファーム(株)では、鶏ふんを道内の野菜農家に堆肥として利用いただくことで、地産地消と地域貢献を推進。道内において地産地消することで、運搬にかかる環境負荷の低減につながっています。



北海道産鶏肉「北のこめっこ®」

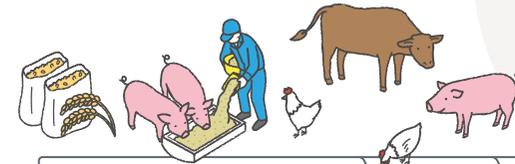


「JA全農×日本ハム 共創プロジェクト」がスタート

食肉業界をリードする組織が連携し、畜産業の未来を創る

2024年7月、JA全農(全国農業協同組合連合会)と日本ハム(株)は、事業連携によって、国内畜産業の持続可能な発展に向けた共創プロジェクトをスタートさせました。JA全農は、国産農畜産物を全国の消費者に安定的に届けるという使命を担っています。このJA全農が持つ充実したバリューチェーンと、ニッポンハムグループの持つ生産技術や販売力を掛け合わせることで、課題解決を図ります。

共創プロジェクトでは、カーボンニュートラル農場の基準づくりや国内飼料自給率の向上など、国内畜産業の持続可能性を追求。また、アニマルウェルフェアや、畜産資源の有効活用およびエネルギー化を進めることで、新たな畜産業モデルの確立を目指します。



2社の強みと、事業連携による課題解決テーマ



JA全農グループ(畜産)

- 国産畜産物最大の組合組織
- 牛・豚・鶏・鶏卵・酪農と全畜種をカバー
- 川上から川下までのバリューチェーン構築
- 国内外にさまざまな機能の事業インフラを保有
- JAグループを背景とした原料・素材調達力



Nipponham Group

ニッポンハムグループ

- 日本No.1の畜産加工メーカー
- 食肉業界で先端をいくサステナブル経営
- 多岐にわたる事業展開
- 国内外に拠点を持つグローバル企業
- 全国約120カ所の食肉営業拠点を保有



さらに、食肉処理施設の相互利用や自動化、物流の効率化を通じて、安定的なたんぱく質供給も実現します。2024年9月以降には全農系の食肉加工工場でロースハム製品を製造する計画です。また、国内産の食肉輸出も協力していく予定です。原燃料高や人手不足といった厳しい事業環境の中、互いに協力することで、畜産業の新たな価値を創出し、国内畜産業の持続的発展を目指します。

「JA全農×日本ハム共創プロジェクト」の概要

国内畜産業の持続可能性の追求

- アニマルウェルフェアの取り組み
- カーボンニュートラル農場の基準づくりに向けた取り組み
- 脱プラスチックの取り組み ● 国産飼料の自給率向上

次世代畜産業モデルの確立

- 畜産分野における共同研究・事業開発
- 糞尿・メタンのエネルギー化
- 畜肉由来素材の活用

畜産たんぱく質の安定供給

- 処理場施設の活用・連携
- 国産品(和牛など)の海外輸出拡大に向けた取り組み
- 国産農畜産物を活用した商品開発

両者事業の共創

- 全農施設を活用した包装肉およびハム・ソーセージの生産連携・活用
- 連携による物流課題の解決(共同配送など)

より高い価値を提供できる企業を目指して

ニッポンハムグループは、これからも挑戦によって価値を創造し、ステークホルダーの期待に応えていきます。

安全・安心、そして満足・感動の品質をお客様にお届けすることが私たちの責任と考えています。また、お客様の声をもとに、「聴く」「知る」「活かす」のコミュニケーションサイクルを回し、お客様満足を目指します。

提供価値

- 「食べる喜び」の提供
- たんぱく質の安定調達・供給
- 安全で高品質な商品とサービスの提供
- 適切な情報の提供
- 健康に寄与する商品の提供

調達活動において、「ニッポンハムグループサステナブル調達方針」をもとに、お取引先と信頼関係を構築し、共存・共栄を基本に、連携していきます。

提供価値

- お互いの持続可能な発展に向けたパートナーシップの強化
- 公正・透明で誠実な取引
- 製品の品質維持、安定供給
- 新たな付加価値の共創

国や地域の法令を遵守するとともに、行政と積極的に情報交換し、事業を展開していきます。事故やその恐れがある事実を把握した場合は、関係官庁などへ報告し、調査や原因究明に努めます。

提供価値

- 法令、規制の遵守
- 適切な納税
- 各機関との連携による業界の活性化

株主・投資家の皆様との信頼関係の構築のため、コミュニケーションを大切にし、頂いたご意見やご要望を企業活動に反映させます。

提供価値

- 企業価値向上
- 適正な利益還元
- 適時、適切な情報開示
- 株主、投資家との建設的な対話の推進

ステークホルダーの詳細はWEBをご覧ください。



国際ルールおよび、さまざまな国と地域の法令・歴史・文化・慣習などを正しく理解し、その遵守と尊重に努めます。

提供価値

- 協働による業界の課題解決
- 人権や環境に配慮した事業活動に向けた建設的な対話や協力

ニッポンハムグループが地域社会の一員として、そして良き企業市民として、地域の持続的な発展に貢献できるように積極的なコミュニケーションを図り、ニッポンハムグループができること、求められていることを考え、共に歩んでいきます。

提供価値

- 地域活性化に向けた共創
- 地域社会との共生
- 地域環境の保全
- 地域の経済発展

「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ます。また、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、心と体の健康維持などに取り組みます。

提供価値

- 挑戦の機会、働き甲斐追求の場の提供
- 成長の機会の提供
- DE&Iの推進

生命を育む自然を守り、^{いのち}生命の恵みを余すことなく大切に活かすため、「ニッポンハムグループ環境方針」を基本に、環境と調和のとれた企業活動を推進します。

提供価値

- 自然資本の有効活用
- 環境負荷低減
- 環境課題解決