

サステナビリティ説明会 議事録

日時 2022年10月6日(木) 10:00~11:30

場所 ステーションコンファレンス東京(ハイブリッド方式)

登壇者 代表取締役社長 畑 佳秀

代表取締役副社長 井川伸久

取締役執行役員 経理財務部担当 片岡 雅史

常務執行役員 人事部、広報 IR 部担当 秋山 光平

○資料：10/6「ニッポンハムグループ サステナビリティ説明会資料」参照

https://www.nipponham.co.jp/ir/library/events_materials/pdf/20221006.pdf

○主な質疑応答

Q1. 温室効果ガスの Scope 3 の定量目標と課題について

A. 畜産メーカーとして一次産業をもっており簡単ではないが、開示にむけ仕組みやロードマップを整備中である。

Q2. 北海道プロジェクト定量目標と評価基準について

A.北海道ではニッポンハムといえば「ファイターズ」であり、道民の皆様にニッポンハムブランドが浸透できる策を考えている。評価方法も含め来年にはご報告できると考えている。

Q3. アニマルウェルフェアへの投資によるブランディングについて

A. 豚における妊娠ストール、カメラ設置等、通常の設定投資と認識しており、価格転嫁は想定していない。消費者の購買動機につながる機能性を付加し、日本のマーケットにフィットするよう賛同いただける流通と取り組み、ブランド化を図る。

Q4. GHG 対応における餌の取り組みについて

A. 牛については餌代が5~6倍になる想定で別ブランドとして提案する。日本におけるマーケット形成は課題ではあるが、先手でチャレンジする。

Q5. ESG 投資について

A. 最大の投資はGHGであるが、通常投資の中で効率化出来ておりコストを吸収できる。

この3年での見込みは2,480億円に変更はない。妊娠ストールについては投資の前倒しはあるが、現在の計画の中で吸収される見込み。2,480億円のうち930億円が基本設備投資としており、この中に環境投資が15~16%程度含まれる。

Q6. 培養肉の展開と課題について

A. 2030年商品化に向けて、スタートアップとの連携による技術の進歩、大量生産の検証、投資対効果の検討等が必要である。海外からスタートし、日本では厚労省が制度整備してから認可を得るマイルストーンである。たんぱく質供給メーカーの使命として取り組む。

Q7. 植物肉ビジネスについて

A. 唐揚げやナゲット等、味付け・食感の評価が高い。新たに白身魚フライ等も開発できた。今までのノウハウを活かし素材としてではなくメニューとともに提案し差別化を図る。海外でより受け入れられやすい風土があり、北米でのテスト販売を見ながら展開する。

Q8. 役員報酬の非財務項目について

A. 5つのマテリアリティ、事業戦略、機能戦略の項目の中から選択する形になっており、評価報酬における非財務項目のうち約5割がESG向上につながる項目となった。今後の割合や項目は役員報酬検討委員会で議論する。

Q9. 人的資本の強化と課題について

A. マテリアリティ推進に向けた取り組み33項目のうち、「従業員の成長」においては評価・処遇、「多様性」については女性活躍、総労働時間を重点課題として取り組む。ワークエンゲージメントについても分析結果をもとに取り組むことで会社の成長につなげる。

以上