



日本製粉株式会社 (2021年1月1日、「株式会社ニッポン」に社名変更)

企画・編集：社会・環境委員会
発行・お問い合わせ先：広報部

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8
Tel. (03) 3511-5307 Fax. (03) 3237-3546
<https://www.nippon.co.jp/>

ニッポン レポート **2020**
Nippon Report

Web版



ニッポンの使命

ニッポンは、すべてのお客さまから信頼される企業として、力強く成長しつづけます。すべてのお客さまに、ご満足いただけるように日々努力をし、関係するあらゆる分野で、競争力のある、もっとも優れた商品とサービスを提供し、社会に貢献しつづけます。

わたくしたちの理念

- わたくしたちは、わたくしたちの商品とサービスを通じて、お客さまと感動をわかちあいます。
- わたくしたちは、現状に満足することなく、つねに改良、改善、そして改革に挑戦し、新しい時代をきりひらきます。
- わたくしたちは、一人ひとりの力が最大限発揮でき、成果が正しく評価される環境を作り、その中で持っている力をだしきります。
- わたくしたちは、社会の良き一員として、正しい行動をとりつづけます。

Contents

| | |
|-----------------------|----|
| 第1章 | |
| トップメッセージ | 03 |
| 第2章 ニッポンの価値創造 | |
| ニッポンの価値創造モデル | 05 |
| ニッポンの戦略 | 07 |
| 第3章 ニッポンの事業の概要 | |
| ニッポンを取り巻く情勢と事業活動 | 09 |
| 財務・非財務ハイライト | 11 |
| 財務戦略と株主還元方針 | 13 |
| 第4章 ニッポンのCSR活動 | |
| CSR活動の実践による価値創造 | 15 |
| CSR活動目標と実績 | 17 |
| ● 環境 | |
| 環境保護への取り組み | 19 |
| ● 社会 | |
| 持続的成長をするための企業活動 | 23 |
| ステークホルダーの信頼獲得 | 24 |
| 高品質の商品・サービスの提供 | 25 |
| 職場環境作り | 27 |
| 国際社会・地域社会への貢献 | 30 |
| ● ガバナンス | |
| 法令遵守および内部統制 | 33 |
| データ編 | 35 |
| 会社概要 | 38 |

編集方針

今年より、本報告書の名称を従来の「CSR報告書」から改め、「ニッポンレポート」に変更しました。従来のCSR報告書では、非財務情報の開示を中心としていましたが、「ニッポンレポート」では、より財務情報の開示を充実させています。冒頭には価値創造モデルやニッポンの戦略を掲載し、事業の方向性や全体像をお示ししています。非財務情報については「ESG (Environment:環境、Social:社会、Governance:企業統治)」の視点で、CSR重要課題ごとに活動内容を掲載する構成としています。情報を必要とするシーンに合わせ、要点のみを掲載した冊子版と、冊子版の内容の詳細やデータ編を記載したWeb版の2方式で情報提供を行っています。

■ 見直しに関する注意事項

本報告書に記載のある将来に関する記述は、不確定な要素・仮定に基づくものであり、実際の将来の事実や結果と大幅に異なる可能性があります。本報告書に記載のある、将来見直しに関連する記述については、全面的な依拠はお控えいただくようお願いいたします。また、当社は、本報告書に含まれるいかなる情報についても、更新または改訂する責任を負うものではありません。

■ 報告対象期間

2019年4月1日～2020年3月31日を対象としています。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。

ニッポングループは、食を通じて、 皆さまの健康と明るい社会作りに貢献してまいります。



代表取締役会長
澤田 浩

代表取締役社長
前鶴 俊哉

多角的総合食品企業の「ニッポン」として大きく変革し、 変わる事のない食の安全・安心を追求していきます。

ニッポンは、1896年(明治29年)に民間では我が国初の近代的機械式製粉企業として創立し、以来、日本製粉株式会社として製粉事業を基盤としつつ、時代と社会の変化に対応しながら事業の多角化を進めてまいりました。特に近年は、食をめぐる環境変化に対応し、グループ会社を含めて食品事業への展開が一層広がり、今日では食品事業が製粉事業の2倍の売上規模まで成長してまいりました。2021年1月1日、日本製粉株式会社は「株式会社ニッポン」に会社名を変更いたします。

創立以来120余年にわたる歴史の会社名を変更することは、多角的総合食品企業として、売上高5,000億円、営業利益250億円をめざし、さらなる成長をする当社の姿、決意を示しつつ、従来からの呼称である「ニッポン」を使うことでステークホルダーの皆さまからこれまで以上に親しみを持っていただける会社となることを表しています。

今年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、国内外の消費動向は大きく変化いたしました。当社グループでは、社会的責任として安定的に食品を供給するため、細心の注意を払い、お客さまおよび従業員の感染防止対策と安全確保に努めてまいりました。ステークホルダーの皆さまのご期待にお応えするよう、「withコロナ」の時代における食シーン、また「新しい生活様式」において必要不可欠な企業として、引き続き成長してまいります。

こうした大きな変化を踏まえ、今年より本報告書の名称をこれまでのCSR報告書から、思いを新たに「ニッポンレポート」に変更いたしました。

これまでグループ全体で取り組んできた、「ESG(Environment:環境、Social:社会、Governance:企業統治)」の取り組みについて、引き続きご説明させていただくとともに、今年は、当社グループの事業戦略やIR情報をより充実させ、幅広いステークホルダーの皆さまに、当社がこれらの社会変化にどのように対応し、どのような姿をめざしているのかをより明確にお示しすることに努めております。

当社グループは、持続的成長をめざし、コスト削減と販売の強化を軸に既存の事業を充実させるとともに、今後成長が見込まれる分野への積極的な投資を行うなど、多角的総合食品企業としての事業基盤強化に取り組んでいます。同時に、ステークホルダーの皆さまからの、ESG課題の解決に向けた企業活動に対する期待が高まる中、当社グループが今後も持続的な成長を続けるため、ESGを重視した企業活動を行っています。

「E(環境)」の面では、総合的な環境マネジメントシステムの観点から環境負荷削減の取り組みを行い、家庭用冷凍食品においては、森林認証された紙や環境に配慮した原料による紙トレイを使用するなど、積極的な環境負荷の削減に努めています。

「S(社会)」では、食の安全・安心、商品の安定供給に全力を尽くしており、食品メーカーとしての社会的責任を今後もしっかりと果たしてまいります。

「G(ガバナンス)」では、一貫した企業姿勢を保ちつつ、ステークホルダーの皆さまとの対話を踏まえた柔軟な経営を行っています。また企業としての説明責任を果たすべく、的確で適切な情報開示を行っています。

「株式会社ニッポン」となる2021年1月1日は、当社の「第2の創業」ともいうべき大切な日であると考えます。大きく激しく、変化する社会の中で、自らも変化し、持続的な企業価値向上に取り組むニッポングループのアグレッシブな姿勢を、ステークホルダーの皆さまにご理解いただき、これからも歩みを共にしていただければ幸いです。

ニッポングループの価値創造モデル

新型コロナウイルス感染症の拡大で社会の在り方が大きく変わったように、ニッポングループを取り巻く事業環境は日々大きく変化しています。ニッポングループはこれらの社会変化の中で新たに求められてくる商品を先駆けて開発していく、市場創造型商品開発を進めることで、多様化するニーズに対応しています。また、日々深刻化する社会問題の解決に向け、環境や社会に配慮した商品の開発も進めています。グローバルな多角的総合食品企業として存在感を発揮していくことをめざし、持続的な社会の形成に寄与していきたいと考えています。



ニーズの多様化や社会問題に対応した商品

※ 業務用商品も展開



アマニ習慣



ニッポン アマニ油
プレミアムリッチ



ニッポン ハート
スティックタイプ



オーマイ 超早ゆで
サラダマカロニ



オーマイ
ラザニエッテ



REGALO
濃厚ラグーソース



ニッポン 手作りパイキット
アップルパイ



オーマイプレミアム
海の幸のバスカトーレ



ニッポン いまどきごはん
ガバオライス



ニッポン よくばり御膳
五目ご飯と鶏と野菜の黒酢あん

ニッポングループの戦略

「競争力」×「収益力」を高める5つの成長戦略

ニッポングループは、グローバルな多角的総合食品企業として、売上高5,000億円、営業利益250億円をめざし、成長著しい分野および地域での事業拡大と、コスト削減を通じて事業基盤をより一層強化することを軸に、5つの成長戦略を策定しています。これら5つの戦略を確実に実行していくことにより競争力と収益力を高め、中長期的な企業価値の向上と将来のキャッシュフローの増大を図ります。

1.

全事業領域におけるローコストオペレーションの推進

- 収益改善投資の速やかな戦力化
- IT活用による効率化推進
- 購買・製造・物流・販管費・金利などあらゆる切り口からのコストダウン

2.

グループ全体最適経営の推進

- 本社（コーポレート部門）の戦略立案機能強化
- 事業本部制導入による意思決定の迅速化
- グループシナジーの拡大
- グローバルに人を活かす職場環境の整備

3.

事業構造・事業ポートフォリオの再構築

- 成長性ある事業領域の拡大
- 新たな事業領域への進出
- 海外事業の強化
- 戦略的業務提携やM&Aの実施
- 高付加価値商品の開発やブランドの強化

4.

変化への対応

- 多様化する食品市場、麦制度改革、TPP11、日欧EPA等への対応

5.

CSR経営の推進

- 環境活動、品質管理、内部統制、利益還元など

具体的な取り組みとして、「1. 全事業領域におけるローコストオペレーションの推進」では、生産効率向上のための自動化機器への投資や工場の集約・複合化を行い、コストダウンのために生産ラインの少人化機器投資などに取り組んでいます。また、「3. 事業構造・事業ポートフォリオの再構築」においては、成長性ある事

業領域の拡大のための施策として、冷凍食品の一食完結型商品のラインアップ強化、中食事業におけるCVSとの取り組み強化、海外事業における北米・アジア地域での販売拡大、ヘルスケア事業の健康寿命延伸事業に取り組むなど、多様化するライフスタイルに対応した市場創造型商品の開発に力をいれています。

ニッポングループの多角化戦略



ニッポングループはこれまで、小麦（小麦粉）を起点とし、幅広い方向に多角化を展開してきました。小麦で培った素材活用技術を、米・そば・コーンという他の穀物類、大豆、野菜、アマニといった素材に活用していくことで、原材料素材の幅を広げ、同時に加工度の高い食品素材（プレミックス）、加工食品（パスタ）、冷凍食品、中食（弁当・惣菜）へと川下への進出も図ってきました。

結果、小麦粉から、米粉、そば粉、コーンリッツ、大豆加工製品（調理済み油揚げ）、機能性野菜類、ドレッシングなどのアマニ関連製

品へと、幅が広がっていきました。現在ではグループの売上高で製粉セグメントの割合は3割、食品素材から中食までの食品セグメントでは6割もの事業規模となっています。また、新たな素材を活用し、健康食品、機能性表示食品へも展開をしています。このように製品の加工度を上げることによる川上から川下への進出、原材料の広がりによる各種製品への拡大という2つの軸を組み合わせ、当社グループは多角的総合食品企業としての道を歩んでいます。

ニッポングループを取り巻く情勢と事業活動

ニッポングループを取り巻く社会情勢

本年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、社会全体が大きく変化することになりました。当社グループは従業員の安全を確保しながらも、自粛要請に伴い急激に増加した家庭用商品の需要に対応して、お客さまに食品を安定供給していくという社会的責任を果たすことが求められました。今後、新型コロナウイルスが収束した後も、同様に感染症の拡大リスクへの対策を行い、安定的に事業活動を継続していく必要があると考えています。

一方、落ち込んだ経済を立て直していく中で、ESGへの取り組みを軽視することはあってはならず、今後より一層対応が求められているものだと考えています。

企業活動における人権尊重の対応や、気候変動や海洋プラスチックごみ問題などの環境問題への対応についても、急務であることになりました。コロナ収束後に経済を再生し、



持続可能な社会を作り、企業が長期的に成長していくためにも、これらのESG活動が企業の長期的な成長に繋がることを理解し、継続して努力していくことが望まれると考えています。

社会の大きな変化により、すべての企業に改革が求められていますが、当社グループは社会からの要請に応え、企業としての責任を果たし、持続的な社会の実現に貢献していきます。

ニッポングループの考える機会・リスクと対応策



新型コロナウイルス感染症拡大による、従業員の感染リスクを軽減するため、時差出勤や在宅勤務など、柔軟な勤務形態を積極的に導入しています。また、お客さまの「新しい生活様式」に対応する、新しい商品を考案することが求められてくると考えています。

食品業界が置かれている厳しい事業環境に対応するため、コスト削減を目的とした事業基盤強化に取り組んでいます。一方で、今後成長が見込まれる分野へは積極的な投資を行い、生産拠点の再構築を進めています。特に、成長市場であるアジアへは需要増対応・販路拡大のため、積極的に投資を行っています。また、社会

変化に伴う顧客ニーズの変化を新たな商品開発の機会と捉え、新商品開発・研究を進めています。例えば、女性の社会進出や共働き世帯の増加により、調理に割ける時間が減少しています。こうした社会的背景を踏まえ、調理時間を短縮する商品の開発に取り組んでいます。また、多角的総合食品企業として「食を通じて人々の健康に貢献する」という使命のもと、食育活動や健康に関する研究開発を推進しています。

環境問題についても、当社に影響を及ぼす重要な課題として取り組みを進めています。気候変動による干ばつや多雨などの異常気象は、食品の原料となる小麦等の農産物の収穫量や品質に影響を及ぼすことが予想されます。これは原材料コストの上昇に繋がるリスクとなり、安定した品質の商品を提供し続けることが難しくなるなど、当社グループの事業活動に影響を及ぼす懸念があります。また、国内外の生産拠点における水使用量や排水の管理状況を把握し、水使用量低減に取り組むとともに、廃棄物の再資源化を進めることにより食品ロスの削減にも努めています。

2019年度の成果

ニッポングループは、連結売上高5,000億円、連結営業利益250億円をめざすという長期ビジョンを見据え、持続的成長（Sustainable Growth）を成し遂げるためのさまざまな施策を行っています。

2019年度は、消費者の根強い節約志向や労働力不足による人件費・物流費等のコスト上昇などにより厳しさを増す事業環境において、持続的成長を維持することをめざし、コスト削減と販売の拡大を軸に既存の事業を充実させるとともに、今後成長が見込まれる分野への積極的な投資を行うなど、多角的総合食品企業としての事業基盤強化に取り組まれました。千葉工場のふすまバラ出荷設備が竣工したほか、2020年度に継続される設備投資として、福岡工場でのプレミックス工場新設、ニッポン冷食（株）伊勢崎工場での冷凍食品工場増設、NIPPON (Thailand) Co., Ltd.での冷凍生地製造工場新設、インドネシアでのプレミックス工場新設など国内外で積極的な設備投資を推進し、2019年度の投資額は130億6,700万円となりました。

2020年度の目標

2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大により、国内外での消費行動が今後も大きく変化していくと思われませんが、このような予測のつかない厳しい事業環境においても、持続的成長を維持することをめざし、コスト削減と販売の強化を軸に既存の事業を充実させるとともに、今後さらなる成長が期待できる冷凍食品・中食事業の高付加価値商品の開発に力を入れたいと考えています。ニッポン冷食（株）伊勢崎工場での冷凍食品工場増設およびNIPPON (Thailand) Co., Ltd.の冷凍生地製造工場新設など国内外で積極的な設備投資を推進し、多角的総合食品企業としての事業基盤強化に取り組んでいます。

4月1日から事業部門については、国内は「製粉」「食品」「中食」の3事業本部体制、海外を担当する1事業本部を加え、4事業本部体制としています。また、6月26日より、当社は監査等委員会設置会社に移行し、監査・監督機能を強化するとともに、コーポレートガバナンス体制をより一層充実させ、さらなる企業価値向上をめざします。さらに、2021年1月1日より、当社は会社名を「日本製粉株式会社」から「株式会社ニッポン」へ変更することを決定しました。従来からの呼称「ニッポン」を新社名に用いて、さらなる事業の拡大、発展を図っていきます。

ニッポンの事業内容

製粉事業

売上高
1,026億円
(30%)



当社は創立以来、パンや麺、菓子などの小麦粉食文化の発展に努め、お客さまとともに歩んでまいりました。安全かつ安定した品質の小麦粉を供給することはもちろん、お客さまの求める小麦粉の開発やサービスも含めたトータルサポートを行っています。

食品事業

売上高
2,043億円
(59%)

食品素材



厳選された原材料と長年の配合ノウハウの蓄積によるプレミックスや、小麦粉製粉で培った技術を生かしたコーン・米粉、またシーズニングなど、業務用食材の提案を通じて豊かな食生活を支えています。

加工食品



天ぷら粉やお好み焼粉といった粉類などを展開する「ニッポン」ブランド、パスタやパスタソースなどを展開する「オーマイ」「REGALO」ブランドで、お客さまのニーズにお応えするさまざまな商品をお届けしています。

冷凍食品



冷凍パスタやパスタソース、米飯、惣菜、弁当惣菜、スナック、デザート、冷凍生地などを家庭用・業務用で展開。簡便性をベースに、ワンランク上のおいしさ、さまざまなニーズに応える付加価値のある商品をお届けしています。

中食



飲食店での食事（外食）と家庭内での食事（内食）の中間に位置づけられる「中食」。惣菜や弁当などの調理済み食品といった中食の製造工場を各地に配置し、時代の要求にあった商品をお届けしています。

その他事業

売上高
378億円
(11%)

ヘルスケア



穀物を中心とした長年の研究結果を活用し、健康のために有効な成分を植物原料から抽出した独自素材を開発。健康寿命や美容をサポートする商品を展開しています。

ペットケア



大切な家族であるペットの健康のために、良質で安全なペットフードを開発・製造し、ペットとともに生活する時代の商品をお届けしています。

財務・非財務ハイライト

財務

2019年度は、製粉事業では小麦粉および副製品のふすまの売上が前年並みに推移し、食品事業が伸長したことにより全体では増収となりました。利益面では、食品事業の戦略的コストの増加などにより営業減益となりましたが、純利益では増益となりました。



ヒストリカルデータ

損益状況 (連結) (単位: 百万円)

| (年度) | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 売上高 | | | | | | | | | | |
| 製粉事業 | 91,833 | 100,745 | 96,066 | 100,129 | 101,673 | 103,071 | 96,940 | 97,752 | 102,736 | 102,621 |
| 食品事業 | 132,931 | 140,521 | 147,591 | 158,974 | 166,581 | 177,417 | 182,231 | 191,643 | 195,696 | 204,399 |
| その他事業 | 27,373 | 27,827 | 27,412 | 28,005 | 30,256 | 31,139 | 33,760 | 34,099 | 36,966 | 37,818 |
| 合計 | 252,139 | 269,094 | 271,069 | 287,109 | 298,511 | 311,628 | 312,932 | 323,495 | 335,399 | 344,839 |
| 研究開発費 | 2,756 | 2,574 | 2,620 | 2,660 | 2,688 | 2,805 | 2,971 | 3,187 | 3,346 | 3,381 |
| 営業利益 | 10,567 | 9,634 | 9,713 | 10,808 | 8,406 | 11,093 | 11,574 | 10,060 | 11,222 | 11,101 |
| 経常利益 | 10,827 | 10,210 | 10,906 | 12,248 | 9,807 | 12,666 | 13,162 | 11,862 | 13,065 | 12,740 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 6,026 | 6,235 | 7,008 | 7,810 | 6,981 | 8,222 | 8,934 | 7,651 | 8,455 | 8,941 |
| 売上高営業利益率 (%) | 4.2 | 3.6 | 3.6 | 3.8 | 2.8 | 3.6 | 3.7 | 3.1 | 3.3 | 3.2 |

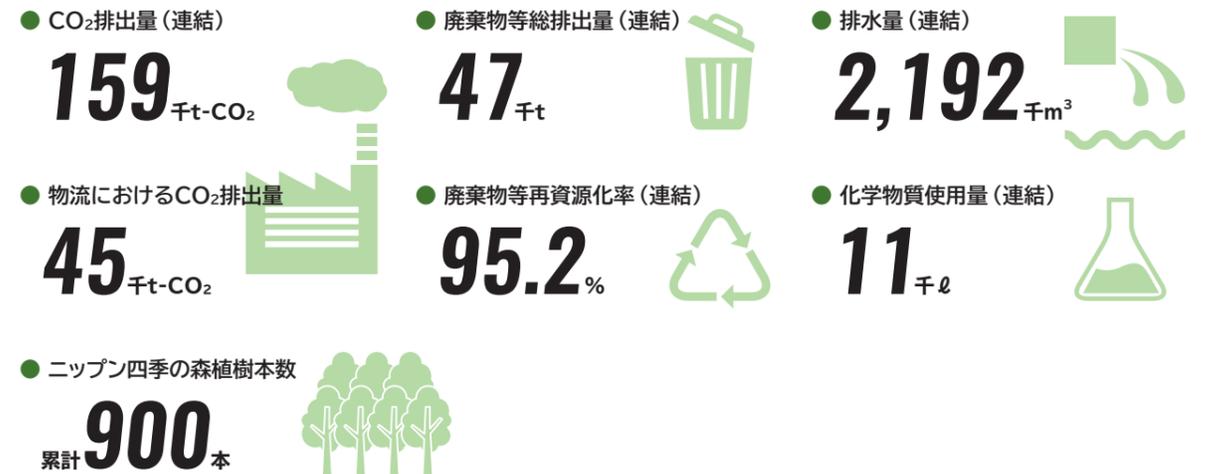
設備投資状況 (単位: 百万円)

| (年度) | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 連結設備投資額 | 7,130 | 11,753 | 12,213 | 13,374 | 6,206 | 7,413 | 12,023 | 10,119 | 15,911 | 13,067 |
| 減価償却費 | 6,784 | 7,277 | 7,863 | 8,043 | 8,030 | 7,564 | 7,715 | 7,791 | 7,428 | 8,375 |

| 【主な実績】 | 【今後の予定】 |
|--|---|
| 2018年度 (国内) ● 神戸甲南工場隣接地購入 ● 一富士製麺所新調理工場建設 ● エヌビーエフジャパンペットフード新ライン増設 (海外) ● NIPPON (Thailand) Co., Ltd. プレミックスライン増設 ● 上海金山日粉プレミックス工場建設 | 2019年度 (国内) ● 千駄ヶ谷5丁目再開発 ● 千葉工場ふすまバラ出荷設備建設 (海外) ● 上海金山日粉プレミックスライン増設 2020年度 (国内) ● 福岡プレミックス工場新設 ● ニッポン冷食伊勢崎冷凍食品工場増設 (海外) ● NIPPON (Thailand) Co., Ltd. 冷凍生地製造工場新設 2021年度以降 (海外) ● PT.NIPPON Products Indonesia プレミックス工場新設 |

非財務

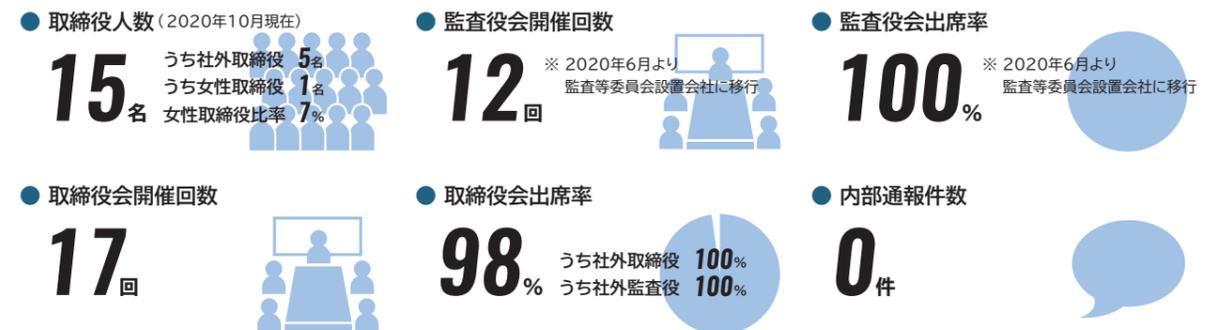
Environment (環境)



Social (社会)



Governance (ガバナンス)

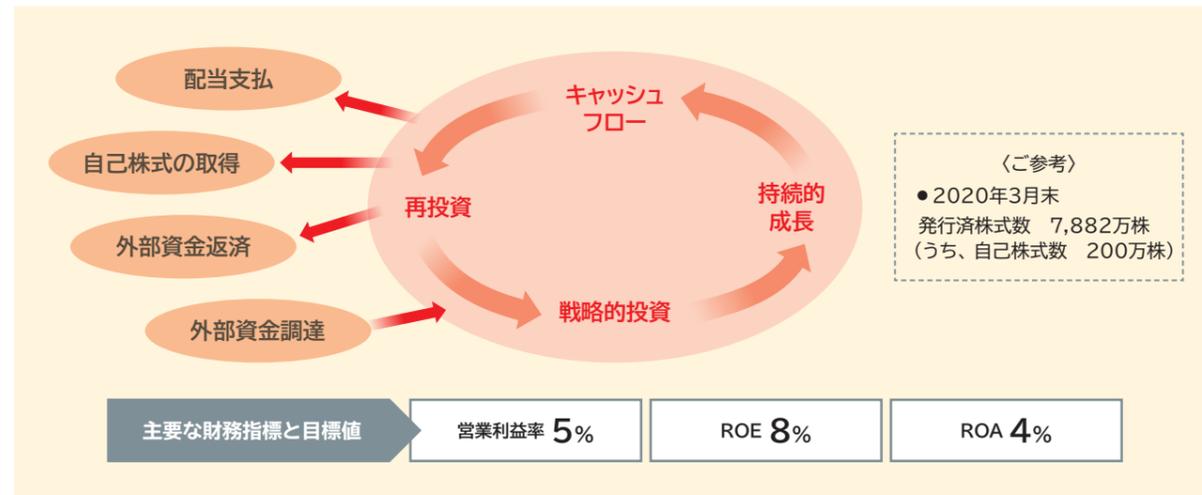


・実績年度：2019年度 (※対象期間の明記がある場合を除く)
 ・対象範囲：ニッポン単体 (※「連結」と明記がある場合を除く)

財務戦略と株主還元方針

財務体質強化の考え方

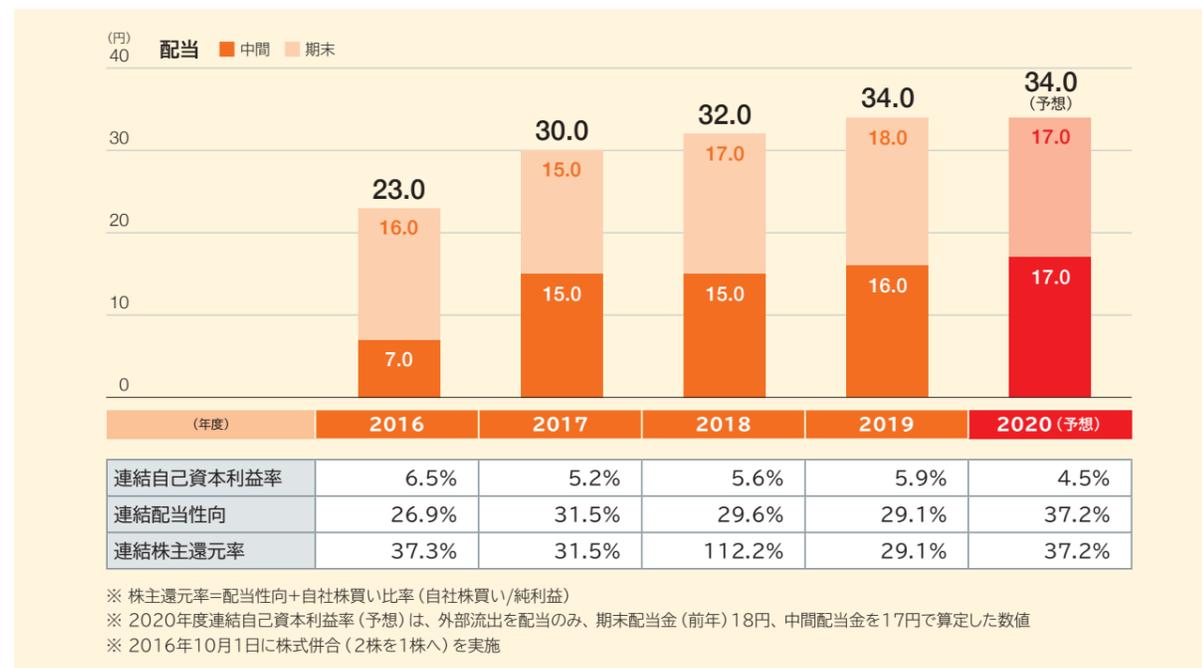
ニッポンは生産設備等への戦略的投資を行うことで持続的な成長を実現し、事業を通じて安定的に獲得した利益を配当支払や自己株式の取得、外部資金返済に最適配分することで、株主への利益還元を継続して実施できる財務体質を構築しています。また、この資産効率化により最適資本構成の実現を図り、格付けの維持・向上を実現しています。



株主還元の考え方

当社は、株主の皆さまに対する利益還元を重要な経営目標のひとつとして考えています。このため、企業体質の強化および今後の事業展開・経営環境・内部留保などを総合的に勘案した、安定的かつ持続的な配当の維持を基本としています。

フリー・キャッシュフローは、事業拡大や企業価値向上のために優先的に活用するほか、株主還元としての自己株式取得も含め、投資効率を考えた活用をしていきます。2019年度の配当は、2円増配し年間1株あたり34円としました。



株主・投資家の信頼獲得に向けて

IR活動の基本方針

当社は、資本市場との長期的な信頼関係を構築し、株主価値の向上を図るために、IR活動の3つの指針を定めています。また、当社に関する資本市場の評価を経営マネジメントに還元することを通じて、株主価値の向上に資するIR活動を実践していきます。



株主総会での取り組み

株主総会は、株主さまとの貴重な対話の場です。当社は、株主さまの株主総会議案の十分な検討期間を確保するため、株主総会招集通知の早期発送に努め、英文の株主総会招集通知の作成、株主総会招集通知の発送前のインターネットでの開示を行っています。また、株主総会議決権行使は、インターネットでの行使も可能とし、株主総会議事では、ナレーションやモニター画面を使用して報告を行っています。2020年6月の株主総会では、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、入場時の検温、手指消毒、間隔を空けての会場座席配置等の対応を行いました。

適時・適切な情報開示

投資家向け説明会の実施

当社は、機関投資家向けの決算説明会を年2回(5月と11月)開催しており、毎回60名前後の方が出席し活発な質疑応答が行われています。また個人投資家向けの会社説明会も実施しています。説明会では、財務実績や成長戦略のほか、当社の環境活動についても積極的にご報告しています。2019年度機関投資家向け決算説明会は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い中止とし、資料をWebサイトに公開しました。



2019年度第2四半期決算説明会の様子

株主さまへの情報提供

株主の皆さまには、事業報告誌『株主の皆様へ』を四半期ごとにお送りしています。業績などを分かりやすくご説明するとともに、商品の紹介やトピックスなど、当社をより深くご理解いただける誌面作りに努めています。



事業報告誌『株主の皆様へ』

株主さまとのコミュニケーション

株主優待制度

株主の皆さまのご支援に応え、商品を通じて当社をご理解いただくために、3月期および9月期(1年超継続保有)の年2回、時短・簡便を考慮した商品、小分け・使い切り設定商品など環境に配慮した商品を取り入れた詰め合わせをお届けしています。



株主優待

株主さま向け活動企画と実行

株主の皆さまとの双方向コミュニケーション活動として、料理教室や株主さまアンケートを実施しています。2019年度は、10月に名古屋で料理教室を開催し27名の株主さまにご参加いただきましたが、2020年2月に開催が予定されていた東京での料理教室(3回)は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い株主さまの感染予防を第一に考え、中止としました。アンケートの結果は『株主の皆様へ』でご報告するとともに、Webサイトでも公開しています。当社は、今後も株主さま向けのイベントやアンケートを実施していきます。

CSR活動の実践による価値創造

行動規範・CSRの基本的な考え方

CSRの基本的な考え方

ニップングループは、多角的総合食品企業として「すべてのお客さまから信頼される企業として、力強く成長しつづける」とともに、「お客さまにご満足いただける競争力のある、もっとも優れた商品とサービスを提供し、社会に貢献しつづける」ことを企業理念とする企業グループです。

当社グループは企業の社会的責任（CSR）を企業の重要な経営課題のひとつであると認識し、具体的な経営方針やその施策の中にCSR活動の推進を取り上げています。事業を遂行する中で、当社の主要なステークホルダーである「お客さま」「お取引先さま」「株主・投資家」「従業員」「地球環境」「地域社会」により高い価値を提供することを通じ、社会全体の持続的な発展に貢献していくこと、そしてその活動を開示、説明しながらコミュニケーションを通じて相互に理解を深めていくことが、当社グループのCSRです。

行動規範

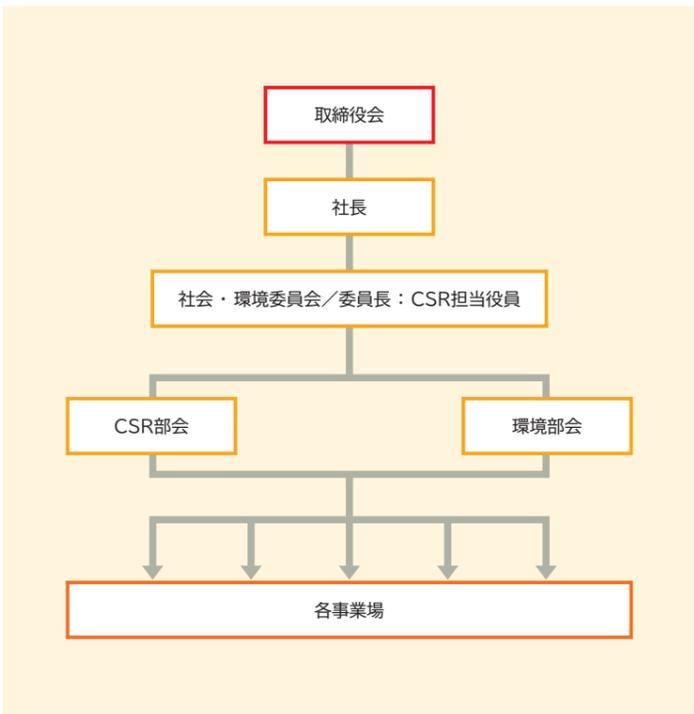
- すべてのお客さまに安全で高品質な商品・サービスを提供しつづけます。
- 常にお客さまの信頼を得られるように日々努力をつづけます。
- 常にチャレンジ精神を持ち、成長しつづけます。
- 安全に働ける職場環境を確保すると共に、個々の従業員の人格、個性を尊重します。
- 高い倫理意識を持ち、法令を遵守します。
- 環境問題に真摯にとりくみます。
- 国際社会の一員として、国内外の地域発展に努めます。

CSRマネジメント体制

当社は、優れた商品・サービスを提供するだけでなく、商品の安全性確保や環境保護、人権尊重、適正な労働慣行の実践など、さまざまなステークホルダーの皆さまに対する「企業の社会的責任（CSR）」を着実に果たすべく「社会・環境委員会」を組織しています。

ESG*の取り組みのさらなる推進と積極的な情報開示に向け、CSR部会と環境部会を合同で実施しています。

* ESG：環境（Environment）、社会（Social）、企業統治（Governance）の頭文字を取ったもの。



CSR重要課題

| 重要課題 | 対応するSDGs目標 | 行動規範に基づく各重要課題の考え方 | 当社の取り組み |
|-------|--|---|---|
| 環境 | 6 安全な水とトイレを世界中に、7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに、12 つくる責任つかう責任、13 気候変動に具体的な対策を、14 海の豊かさを守ろう、15 陸の豊かさを守ろう | 事業活動が自然の恩恵に支えられていることを意識し、環境問題に真摯に取り組みます。 | 環境マネジメントシステムを活用するとともに、水不足への対処、調理時間を短縮する商品の開発、食品ロスの削減を推進しています。CO ₂ 排出量削減の中期目標の設定、プラスチック製容器の紙製容器への切り替え、計画的な植樹にも取り組んでいます。 |
| 社会 | 2 飢餓をゼロに、8 働きがいも経済成長も | 企業としても、従業員個人としても、常にチャレンジ精神を持ち、成長し続けます。 | 経営の重点項目にCSR経営の推進を掲げ、事業活動の中でCSR活動に取り組んでいます。 |
| | 12 つくる責任つかう責任、16 平和と公正をすべての人に | 高い倫理意識を持ち、法令や社会規範を遵守した企業活動をお取引先さまと協働して行っています。 | 投資家への説明会を開催し、財務情報や環境活動の報告を実施しています。 |
| | 2 飢餓をゼロに | 「食の安全・安心」の確保を第一としながら、おいしさや機能性も同時に追求し、幅広い世代とニーズに応える商品を安定的に提供し続けます。 | 改善活動を継続的に実施しているほか、健康に資する機能性食品の開発を行っています。 |
| ガバナンス | 16 平和と公正をすべての人に | 高い倫理意識を持ち、法令を遵守することで、信頼される企業となる努力を続けます。 | 「内部統制基本方針」「行動指針」を定め、倫理規範の遵守に努めています。 |
| 社会 | 5 ジェンダー平等を実現しよう、8 働きがいも経済成長も | 個々の従業員を尊重し、働きがいを実感できる職場環境の整備に努めます。 | 女性活躍推進の取り組み、育児休業・育児勤務の利用推進を図っています。 |
| 社会 | 2 飢餓をゼロに、4 質の高い教育をみんなに、6 安全な水とトイレを世界中に | 国際社会の一員として、国内外の地域発展に努め、社会と共生し、ともに発展していくことをめざします。 | ユニセフやWFP支援を継続的に実施しています。また食育活動にも取り組んでいます。 |

- 2 飢餓をゼロに
- 4 質の高い教育をみんなに
- 5 ジェンダー平等を実現しよう
- 6 安全な水とトイレを世界中に
- 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに
- 8 働きがいも経済成長も
- 12 つくる責任つかう責任
- 13 気候変動に具体的な対策を
- 14 海の豊かさを守ろう
- 15 陸の豊かさを守ろう
- 16 平和と公正をすべての人に

CSR活動目標と実績

| 重要課題 | 行動規範に基づく各重要課題の考え方 | 2019年度 | | | | 2020年度 | | |
|-----------------------|-------------------|---|-----------------------------------|-----------|--------------------|-----------------------|-----------------------------------|----------|
| | | 目標 | 実績 | 評価 | 目標 | 実績 | | |
| 環境 | 環境保護への取り組み | 事業活動が自然の恩恵に支えられていることを意識し、環境問題に真摯に取り組めます。 | ISO14001の認証取得範囲を拡大 | - | 認証拡大 | ◎ | ISO14001の認証を継続 | - |
| | | | 調理時間の短縮商品の開発 | 2商品 | 7商品 | ◎ | 環境配慮商品の提供 | 2商品 |
| | | | 食品ロスを原料とした機能性素材を開発 | 1商品 | 2商品 | ◎ | | |
| | | | ニッポン四季の森の植樹実施 | 1回 | 1回 | ◎ | ニッポン四季の森の植樹実施 | 1回 |
| 社会 | 持続的成長をするための企業活動 | 企業としても、従業員個人としても、常にチャレンジ精神を持ち、成長し続けます。 | CSR報告書を発行 | 1回 | 1回 | ◎ | ニッポンレポート(旧CSR報告書)を発行 | 1回 |
| | | | CSR・環境合同部会開催 | 4回 | 2回 | ▲ | CSR・環境合同部会開催 | 3回 |
| | | | 機能性表示食品制度を利用した健康に寄与する食品の開発 | 1商品 | 2商品 | ◎ | 機能性表示食品制度を利用した健康に寄与する食品の開発 | 2商品 |
| | | | 配送車両に関わる安全会議を開催 | 20回 | 26回 | ◎ | 配送車両に関わる安全会議を開催 | 20回 |
| | ステークホルダーの信頼獲得 | 高い倫理意識を持ち、法令や社会規範を遵守した企業活動をお取引先さまと協働して行います。 | 購買基本方針遵守のため、仕入れ先と委託先の監査・モニタリングを実施 | 80社 | 69社 | ▲ | 購買基本方針遵守のため、仕入れ先と委託先の監査・モニタリングを実施 | 80社 |
| | | | 株主さまへのアンケート実施 | 1回 | 実施した | ◎ | 株主さまへのアンケート実施 | 1回 |
| | | | 個人投資家向け会社説明会開催 | 3回 | 1回 | × | 個人投資家向け会社説明会開催 | 3回 |
| | | | 機関投資家向け決算説明会開催 | 2回 | 2回 | ◎ | 機関投資家向け決算説明会開催 | 2回 |
| | 高品質の商品・サービスの提供 | 「食の安全・安心」の確保を第一としながら、おいしさや機能性も同時に追求し、幅広い世代とニーズに応える商品を安定的に提供し続けます。 | CS検討会を開催 | 12回 | 11回 | ▲ | CS検討会を開催 | 10回 |
| | | | お客さまの意見を取り入れた商品の改良 | 5商品 | 6商品 | ◎ | 生活者のライフスタイルの変化に対応する商品の提供 | 5商品 |
| | | | ISO17025の認定を維持 | 2017年版に改訂 | 認定を維持 | ◎ | ISO17025の認定を維持 | - |
| | 職場環境作り | 個々の従業員を尊重し、働きがいを実感できる職場環境の整備に努めます。 | 女性活躍推進のため異業種で組織する協議会の活動に参加 | 1回 | 1回 | ◎ | 女性活躍推進のため異業種で組織する協議会の活動に参加 | 1回 |
| | | | 障がい者雇用の推進継続 | 雇用率 2.2% | 雇用率 1.9% | × | 障がい者雇用の推進継続 | 雇用率 2.3% |
| | | | 「育児休業・育児勤務制度」の利用の推進 | 12回 | 12回 | ◎ | 「育児休業・育児勤務制度」の利用の推進 | 12回 |
| | | | 従業員の健康保全のためメンタルヘルスケアの講習会開催 | 4回 | 4回 | ◎ | 従業員の健康保全のためメンタルヘルスケアの講習会開催 | 4回 |
| | 国際社会・地域社会への貢献 | 国際社会の一員として、国内外の地域発展に努め、社会と共生し、ともに発展していくことをめざします。 | 「為末大学食育学部」を開催 | 2回 | 3回 | ◎ | ユニセフ支援活動 | 1回 |
| 消費者、各種団体を対象とした料理教室を開催 | | | 500回 | 499回 | ▲ | 消費者、各種団体を対象とした料理教室を開催 | 300回 | |
| ガバナンス | 法令遵守および内部統制 | 高い倫理意識を持ち、法令を遵守することで、信頼される企業となる努力を続けます。 | 社外役員の経営への参画しやすい環境作りの施策 | 1回 | 社外役員を主体とした諮問委員会を開催 | ◎ | 監査等委員会設置会社移行にあたっての対応 | 1回 |
| | | | 安否確認システムの登録推進と訓練実施 | 2回 | 2回 | ◎ | 安否確認システムの登録推進と訓練実施 | 2回 |

Environment

〈環境〉

大地の恵みの恩恵を受けて、食にかかわる事業活動を行っています。事業活動が、環境負荷を与えている事実を深く認識しながら、人と環境の調和をめざし、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

環境方針： <https://www.nippon.co.jp/csr/environment/index.html>

環境保護への取り組み



事業活動が自然の恩恵に支えられていることを意識し、環境問題に真摯に取り組めます。

● 環境マネジメント体制

ニッパンでは、グループ全体で環境マネジメントシステムを効率的に運用するため、「社会・環境委員会 環境部会」を設置しています。各事業場には、事業場長を委員長とする「環境

委員会」「省エネ委員会」などを設置し、環境保全活動に取り組んでいます。国内外の連結対象グループ会社では、環境担当者が活動の推進を図っています。

● マテリアルバランス

「原料調達」「製造」「出荷」など、事業プロセスの各段階において環境負荷の把握と軽減に努めています。

▼ 2019年度の実績 ()は2018年度の実績

集計範囲：日本製粉(株)、ニッパン冷蔵(株)、オーマイ(株)

| | エネルギー | 原料 | 包装資材 | 水 |
|----------|---------------------------------------|--|---|--|
| INDUSTRY | 全エネルギー原油換算 44,373kℓ (44,011kℓ) | 小麦、糖類、 油脂、調味料など 151万t (149万t) | クラフト紙、ダンボール、 プラスチックフィルムなど 4,318t (4,388t) | 使用量 50万m ³ (49万m ³) 排水量 29万m ³ (30万m ³) |
| | 電力使用量 1億5,967万kWh (1億5,665万kWh) | | | |



| | CO ₂ ** | 商品 | 廃棄物等 | 排水 |
|--------|--|------------------|--|-------------------------------------|
| OUTPUT | 直接燃焼分 9,121t-CO ₂ (9,871t-CO ₂) | 小麦粉 食品 その他 | 廃棄物等総排出量 9,289t (9,082t) 再生資源(有価物を含む) 9,259t (9,049t) 最終処分した廃棄物 37t (33t) | 特定施設からの BOD排出量 5.5t (3.2t) |
| | 購入電力分 67,541t-CO ₂ (66,263t-CO ₂) | | | |

* CO₂排出量：本データは、CO₂排出量削減の中期目標と同様に、基準年度である2005年度の各エネルギー換算係数により算出しています。なお、電力のCO₂換算係数は受電端で計算しています。

● 外部からの評価

「第41回食品産業優良企業等表彰」環境部門で2回目の農林水産大臣賞受賞

昨年、商品の容器やストローをプラスチック製から紙製に切り替える動きが世界的に活発になっています。

当社は、海洋プラスチックごみ問題対策の一環として、冷凍食品の「よくばりプレート」や「よくばり御膳」に、無漂白の木材パルプを使用したeco紙トレーを使用し、ご家庭で発生するプラスチックの廃棄量削減を図りました。

この活動をはじめ、特に冷凍食品分野での環境配慮の取り組みが評価されたことにより、(公財)食品等流通合理化促進機構主催、農林水産省支援の「第41回食品産業優良企業等表彰」環境部門(省エネ等環境対策推進タイプ)において、農林水産大臣賞を受賞しました。

今回の受賞は、当社グループが環境保全活動に取り組んだことに対する評価と受け止め、今後もより一層努力していきます。



農林水産大臣賞の賞状

● ISO14001の取得状況

2018年に本社および全8工場、2019年に技術センター、支店、営業所にも認証の拡大を図り、当社単体における全事業場で認証を取得しました。

● 中期目標

気候変動と廃棄物発生抑制への対応

当社グループでは、気候変動対策として地球温暖化防止を図るとともに、海洋プラスチックごみ問題や食品ロス削減への対応を含めた廃棄物等発生抑制対策に取り組んでいます。

また、2020年度以降の中長期目標は、当社グループを取り巻く状況などを勘案し、策定中です。

▼ 環境行動目標と実績および環境中期目標

実績()は2018年度実績

| | 2019年度環境行動目標 | 2019年度実績 | 評価 | 環境中期目標 |
|----------|---|---------------|----|---|
| 地球温暖化防止 | グループ全社(当社および国内外連結子会社)におけるCO ₂ 排出量を前年度より減じる | 102.8% | 🌱 | グループ全社(当社および国内外連結子会社)におけるCO ₂ 排出量を2020年度に2005年度比3%削減 |
| 廃棄物等発生抑制 | グループ全社(当社および国内外連結子会社)における廃棄物等再資源化率を99%以上とする | 95.2% (95.8%) | 🌱 | グループ全社(当社および国内外連結子会社)における廃棄物等再資源化率を2020年度に99%以上とする |

* CO₂排出量は、基準年度である2005年度の各エネルギー換算係数により算出しています。

評価基準：🌱…目標達成率100%以上 🌱…目標達成率80%以上～100%未満 🌱…目標達成率80%未満

● 環境リスクに関する考え方と取り組み

環境監査

当社では、環境方針や環境目標の遂行・達成状況、法令遵守、その他環境活動を把握し、環境マネジメントシステムを円滑に運用するために、環境監査を実施しています。

2019年度は、ISO14001の内部監査で、環境法令に対する遵守状況を確認したところ、軽微な未対応が多かったものの、4件の指摘事項がありました。2020年度も、確実に対応していきます。

▼ 内部監査実施事業場と指摘件数

(単位：件)

| 事業場 | 指摘数 |
|---------------------------------|-----|
| 本社 | 0 |
| 【技術センター】東部・中部・西部・福岡 | 0 |
| 【工場】横浜・千葉・竜ヶ崎・名古屋・大阪・神戸甲南・福岡・小樽 | 3 |
| 【支店】東京・関東・仙台・名古屋・大阪・広島・福岡・札幌 | 1 |

情報開示

当社は、環境省主導の「環境情報開示基盤整備事業」に参加しています。

環境省は、環境活動に積極的に取り組む企業が投資家などから適切に評価され、資金が流れる社会の構築をめざし、企業と投資家が集い、環境情報を中心とした実質的な対話を行える実証事業を、2013年から実施しています。

当社も本事業に参加することで、積極的な環境情報開示に努めています。

● 気候変動への対応

省エネ機器の導入

ニッポン冷食(株) 竜ヶ崎工場では、2018年度に続き製品凍結用フリーザーを大型機種に更新しました。既存機は温室効果の高いフロンガスを冷媒として使用していましたが、更新機は、温室効果が極めて小さい自然冷媒(NH₃ / CO₂)を使用しています。省エネ型冷凍機を導入した結果、2019年度は約100t-CO₂のCO₂削減効果が得られ、地球温暖化防止に大きく寄与しました。

今回の工事は、環境省より助成を受けた(一財)日本冷媒・環境保全機構(JRECO)の「脱フロン・低炭素社会の早期実現のための省エネ型自然冷媒機器導入加速化事業」の補助金を利用しました。

外部イニシアティブへの参加

日本では、気候変動対策に積極的に取り組む企業や自治体、NGOなどの情報発信や意見交換を強化するため、「気候変動イニシアティブ(Japan Climate Initiative)」が立ち上がりました。宣言「脱炭素化をめざす世界の最前線に日本から参加しよう」の呼びかけに応え、当社も賛同を表明しました。



● 水問題への対応

廃水処理設備のシステム化

当社グループのニッポンエンジニアリング(株)は、食品工場のトータルエンジニアリング企業で、廃水処理設備プラントも手掛けています。

お客さまのニーズを十分に理解し、粉体および食品に関する多様な分野の経験と高度な技術を生かし、工場全体のトータルシステムを考えていきます。

● 省エネルギー化の取り組み

環境負荷の少ない海上貨物輸送の利用

当社グループでは、エネルギーの使用量が低減できる設備や輸送方法を採用するなど、多くのエネルギー使用量削減の活動に取り組んでいます。輸送方法においては、環境負荷の少ない海上貨物輸送を積極的に利用しており、その結果「エコシップマーク認定制度」の認定事業者にも選定されています。今後も事業を通じたエネルギー使用量の削減に積極的に取り組んでいきます。



● 廃棄物削減の取り組み

食品リサイクル・ループ

当社が取り組んでいる食品リサイクル・ループは、食品工場や店舗などの食品関連事業者が食品残さの再生利用を飼料化・肥料化事業者に委託し、農林漁業者などに飼料や堆肥として販売して、その飼料で生産した豚肉などの農畜産物を再び食品関連事業者が購入・利用するというものです。

事業場から排出されるパンや麺、菓子などを、(株)イガ再資源が豚の飼料であるリキッドフィーディング(液体飼料「ハイパーリキッド」)に加工しています。そして、同社のグループ会社である(株)トントンファームで、このリキッドフィーディングを使用し、豚を肥育しています。このように育てた豚の肉「忍茶豚(にんちゃとん)」を使ったメニューを事業場の社員食堂で喫食する仕組みを作り上げ、食品リサイクル・ループを構築しました。2013年には、この取り組みにより、食品リサイクル法に基づく「再生利用事業計画(食品リサイクル・ループ)」の認定を取得しました。

今後も、いろいろな活動を模索していきます。

ゼロエミッション

2019年度は、当社グループにおいて10社、22事業場がゼロエミッション^{*}を達成しました(廃棄物等総排出量が100t/年以上)。

▼ ゼロエミッション達成事業場

| 社名 | 事業場 |
|----------------|-------------------|
| 日本製粉(株) | 横浜・千葉・竜ヶ崎・神戸甲南・福岡 |
| 松屋製粉(株) | 上三川 |
| オーマイ(株) | 厚木・加古川 |
| ニッポン冷食(株) | 竜ヶ崎・伊勢崎 |
| (株)ファーストフーズ | 八王子・武蔵・日高・習志野・沼津 |
| (株)ファーストフーズ福島 | 郡山 |
| (株)ファーストフーズ名古屋 | 小牧・桑名 |
| (株)ファーストフーズつくば | 土浦 |
| オーケー食品工業(株) | 甘木 |
| エヌピーエフジャパン(株) | 千葉・名古屋 |

^{*}ゼロエミッション：当社グループでは「最終的に埋め立て処分した廃棄物の比率0.5%未満」としています。

食品廃棄のオールインコスト

2019年度は、廃棄商品削減のため、在庫圧縮や賞味期限管理の強化に努めましたが、オールインコスト^{*}は、2018年度実績に対し、5,200万円増の1億7,430万円になりました。

^{*}オールインコスト：廃棄商品の原価や処理費用から受取保険金や他社求償額を控除したものです。

化学物質の利用

当社グループでは製造工程において「PRTR法^{*}」の対象物質を使用していません。一方、食品分析などを実施する事業場では、分析試薬としてPRTR法の対象物質を含む化学物質を使用していますが、使用後の廃液は、特別管理産業廃棄物として適正に処分しています。

^{*}PRTR法(Pollutant Release and Transfer Register)：指定化学物質の環境への排出量・移動量の届け出を義務付ける法律の通称です。

● 包装資材の削減と環境配慮商品の開発

eco紙トレーの採用

当社は、冷凍食品の「よくばりプレート」「よくばり御膳」に、環境に配慮した無漂白の木材パルプで作られたeco紙トレーを使用しています。eco紙トレーを製造する際にモールド容器^{*}を活用することで、これまで紙トレー化が難しかった冷凍食品用の仕切り付きトレーが実現できました。



今後も多くの冷凍食品の紙トレー化が図れるよう活動していきます。

^{*}モールド容器：原料パルプを水に溶かし、金型で漉き上げて乾燥させて作った紙成型品。

森林認証紙の採用

当社は、冷凍食品(パスタや米飯類)の紙トレーにPEFC認証紙^{*1}を使用しています。PEFC認証紙を使用した冷凍パスタの製造量は2018年度比1.7%増となりました。

また、社内報やCSR報告書、株主さまへお送りしている事業報告誌などの定期刊行物にFSC認証紙^{*2}を使用しています。今後も森林管理保全に繋がる取り組みを推進していきます。



PEFC認証紙を使用した紙トレー

^{*1}PEFC認証紙：国際NGOのPEFC(Programme for the Endorsement of Forest Certification)評議会が、適切に管理された木材・木材製品であると認証した紙です。

^{*2}FSC認証紙：国際的な会員制非営利組織のFSC(Forest Stewardship Council：森林管理協議会)が、適切に管理された木材・木材製品であると認証した紙です。

容器包装の再商品化

「容器包装リサイクル法」の再商品化義務を履行するため、指定法人である(公財)日本容器包装リサイクル協会に再商品化を委託しています。容器包装リサイクル法において当社は、2020年も再商品化義務委託料を申請しています。

| 容器包装の種類 | 2019年申請 | 2020年申請 |
|----------------|---------|---------|
| ガラス | 57t | 140t |
| 紙、プラスチックおよびPET | 1,083t | 1,170t |
| 負担金額 | 4,718万円 | 5,514万円 |

環境配慮商品

当社の行動指針のひとつである、「商品開発、技術開発において、環境との調和に配慮します。」を踏まえ、環境に配慮した商品の開発を進めています。例えば「オーマイ 超早ゆでサラダマカロニ」は調理時間を当社比で85%減らし、調理に必要なエネルギーの省力化を実現しています。

【環境配慮商品の開発方針】

- 家庭での調理の際に要するエネルギーの省力化を図ります。
- 包装資材は、軽量化や廃棄処理による環境負荷が軽減できる仕様で設計します。
- 商品製造時における、原材料や包装資材の廃棄リスクの軽減をめざします。
- 家庭での廃棄物削減(食品ロス削減)をめざします。

【環境配慮商品の定義】

- 省エネルギーや省資源に寄与する商品
- 再資源化が容易な商品
- 生物多様性の保全に繋がる商品

● 生物多様性の保全

ニッポン四季の森における生物多様性保全活動

当社とニッポン不動産(株)は、2011年度から地元関連団体の協力のもと、北海道深川市にあるニッポン不動産(株)所有地を「ニッポン四季の森」として緑化活動を行っています。2011年から毎年エゾヤマザクラやナナカマドを植樹し、地域住民の方々の憩いの場として利用していただくこと、そして四季折々の自然を楽しめる森を作り、生態系保全のモデルケースの場として活用することを目的としています。毎年の植樹にあたっては、地域住民の方々にご参加いただいています。2019年度の植樹により、累計本数は900本となりました。

Social

〈社会〉

「食の安全・安心」の確保を第一としながら、お客さま、従業員、地域社会等のあらゆるステークホルダーに対する社会的責任を果たしていきます。



持続的成長をするための企業活動

企業としても、従業員個人としても、常にチャレンジ精神を持ち、成長し続けます。



● 研究開発の基盤

研究開発方針

ニッパングループは、常に新しい時代が求める「食と健康」の形を探りながら、商品の研究開発に取り組んでいます。

私たちが大切にしているのは「お客さまの満足」です。お客さまに愛されるニッパンであり続けるために、チャレンジし続ける精神と科学する心で多彩な研究を進めています。最新の技術を商品開発に生かし、安全・安心な商品の提供をめざしています。

研究開発体制(中央研究所、開発本部)

当社は、社会的環境、経営環境の変化に柔軟に対応し、食と健康に関わる新たな研究開発領域への拡充をめざしています。そのためには、基礎研究から新規技術・新規商品にわたる研究・開発の取り組みの強化が必須です。

グループ会社を含め、既存の事業分野の拡大、新規分野の開拓・事業化をめざした研究活動、精緻な分析技術を有した研究体制に加え、市場のニーズと研究成果を結びつけた新たな商品や市場を創造する開発体制を整え、研究開発活動に取り組んでいます。

● 研究開発の成果

健康素材

当社は、オメガ3脂肪酸・食物繊維・リグナンを豊富に含む「アマニ」、運動サポート・関節ケア素材「オリーブ果実マズリン酸」、米・トウモロコシから独自の技術で精製した保湿素材「セラミド」など、さまざまな健康素材の研究開発を行っています。

また2020年、東京大学大学院 農学生命科学研究科



食の健康科学(ニッパン) 寄付講座

に寄付講座「食の健康科学(ニッパン) 寄付講座」を開設しました。健康寿命の延伸や疾病予防に繋がる科学的エビデンスを蓄積し、多様化する健康ニーズに応えていきます。

顧客のニーズを踏まえた新商品

単身世帯の増加や女性の社会進出など、人々の働き方や生活パターンは変化してきています。当社はこうした社会の変化とそれに伴って変わるお客さまのニーズに応え、新たな商品の開発に取り組んでいます。

2020年春には家庭用新商品として、「食品ロスを減らしたい」「手軽に調理したい」などのお客さまのご要望に応え、より使いやすい分量の小分け袋の小麦粉「ニッパン ハートスティックタイプ」を開発しました。



ニッパン ハートスティックタイプ

● CSR・環境合同部会

社会・環境委員会環境部会では、CSR、環境目標の立案を行い、進捗状況の確認と実績評価を行っています。また、環境情報の共有や業界の動向確認を行い、さらなる活動の推進を図っています。

2020年6月の部会では、5月に実施されたISO14001の定期審査の結果報告と2020年度のCSR目標、ISO14001の環境目標を確認しました。今後もCSR・環境活動に尽力していきます。



CSR・環境合同部会

ステークホルダーの信頼獲得



高い倫理意識を持ち、法令や社会規範を遵守した企業活動をお取引先さまと協働して行います。

● 信頼獲得に向けた方針

責任ある購買活動の推進

ニッパングループは2007年12月、購買業務の手順明確化と公正な取引を徹底するため、「購買基本方針」を策定し、当社Webサイト上で公開しました。

また、環境負荷の少ない商品を優先して購入するため、以下の点に留意してグリーン調達を推進しています。

1. 環境関連の法律・条令に適合していること
2. 省エネ・省資源化が図られていること
3. 製造・廃棄時の環境負荷が低いこと

購買基本方針：<https://www.nippon.co.jp/csr/buying>

● 信頼獲得に向けた取り組み

従業員教育

仕入者、購入者としての地位を利用して不当な要求をすることや、代金の支払いを理由なく遅延することは、独占禁止法や下請法に抵触します。当社では、仕入先との取引を行う場合には、誠実かつ適切な交渉、公平な判断を行うことを全従業員に徹底しています。

仕入先・委託先の評価・選定の実施

外部に製造委託する商品や仕入商品については、事前に品質保証部が委託先を検査し、品質管理レベルが当社の基準に適合することを確認しています。評価・選定基準にあたっては、詳細なチェックを行って採点し、選定基準をクリアした委託先を採用しています。

製造委託後も、当社とともに品質管理および品質保証のレベルの向上を図るために、委託先を訪問し、帳票類の管理や保管方法などの改善が必要な場合は指導を行っています。

CS検討会の実施

お客さまのニーズへの確実な対応に基づくCS^{*}の向上も、CSR活動における重要な目標のひとつと位置づけ、お客様センターを中心に「CS検討会」を実施しています。開発・品質保証・購買・工程管理・工場といった関係部署が参加し、お客さまからお寄せいただいた貴重な声を社内にフィードバックし、商品の改善、開発に生かしています。

※ CS : Customer Satisfaction (お客さま満足度)

物流品質の向上

昨今、当社の取引先である二次加工メーカーからの衛生管理に関する要求レベルは年々高まっています。特に、商品包装の破損や商品への異物混入などの商品トラブルは、お得意先さまに対して、あってはならないことです。

運送会社には、車両外観・運転席・荷台の清掃徹底といった基本活動に止まらず、運転手を対象とした食品の取扱に関する教育、タンクローリーの安全衛生管理、マニュアル遵守の徹底、運転マナーの向上および安全運転への啓発等を要請し、お得意先さまに関する情報共有を図りながら、物流の品質向上に繋げていきます。

また、物流会議を通じて、管理部・工場・運送会社間で情報共有を図りながら、物流の品質向上に取り組んでいます。2019年度のタンクローリーに関連するトラブルは4件となっています。

Topics

CSR活動の目標・実績・評価

仕入れ先および委託先の購買基本方針の遵守を徹底するため、2019年度のCSR活動の目標に「購買基本方針遵守のため、仕入れ先と委託先の監査・モニタリングを実施」を掲げ、取引先に対して環境面・社会面も含めた監査・モニタリングを実施しました。

目標の80社に対し実績は69社、「新規外注先の評価判定」では、目標の8社に対し実績は13社となりました。評価の結果、必要に応じて指導を行っています。こうした取り組みは、2020年度も継続して実施していきます。

高品質の商品・サービスの提供



「食の安全・安心」の確保を第一としながら、おいしさや機能性も同時に追求し、幅広い世代とニーズに応える商品を安定的に提供し続けます。

● 高品質の商品・サービスの提供に関する考え方

ニッパンは、すべてのお客さまから信頼されることを使命とし、「行動規範」の中でも、すべてのお客さまに安全で高品質な商

品・サービスを提供しつづけることを第一に掲げています。この規範に則り「食の安全・安心」の確保に向け、商品の全プロセスにわたる品質保証体制を構築しています。

● 品質に関する研修

当社は、一人ひとりの品質に関するより深い知識・技能の習得のため、部門別に製造および品質管理全般についての研修会を実施しています。2019年度は、製造・品質に関する研修会（3回）を実施しました。

● 外部機関の連携

お客様センターでは、工場視察による品質管理の知識習得に加え（公社）消費者関連専門家会議（ACAP）や（一社）

日本ヒーブ協議会など外部団体の研修に参加するなど、お客さまの立場に立った、対応・品質向上の活動を随時行いました。

また、お客さまへの対応、製造における品質向上のために、営業部門および工場を対象にお客さまへの対応研修を実施しました。

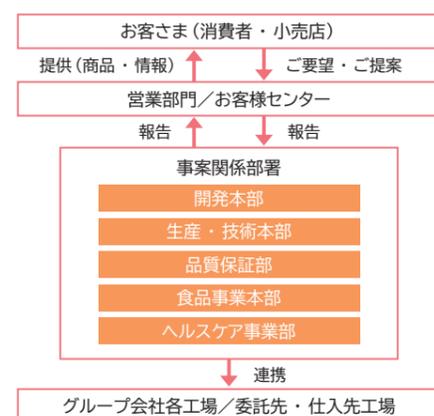


商品開発に関する取り組み

当社グループはお客さまにご満足いただき、食市場の明るい未来を開拓するために、幅広い商品の開発を行っています。

また、少子高齢化などの社会構造の変化や健康志向の高まりなど多様化するお客さまのニーズを的確につかみ、「おいしさ」はもちろんのこと、利便性や機能性に優れ、お客さまのニーズを取り込んだ付加価値の高い商品の開発ができる体制を構築しています。お客様センターや営業部門に寄せられたお客さまのご要望・ご提案は、開発部門などの関連部署に連携し、商品開発に生かしています。また、2019年12月に家庭用商品の新たな開発機能として「商品開発委員会」を設置しました。

▼ 商品開発を担う各組織の役割



品質管理体制の維持・強化

当社は、品質管理体制の維持・強化のために、検査機器の導入や文書類を整理し、これらを確実にするための教育や、知識を共有するための発表会の開催など、あらゆる角度から安全の向上に努めています。

これらの実施状況については、生産・技術本部による安全基準の設定と安全査察、外部機関による審査などを通じて、不具合の指摘・改善を実施しています。

2019年度の安全査察は、「異物絶滅月間中の活動内容を確証」「過去のクレーム・トラブルの掘り起こし、再発防止の機能を確認」に主眼をおき、当社およびグループ会社の15事業場に対し実施しました。

また、2019年度も、当社およびグループ会社による改善活動発表会を開催しました。発表会では、作業時間の短縮や、作業効率の向上に繋がる各種の発表が行われ、参加した他事業場の担当者にも参考になりました。2020年度は、より多くの事業場で発表会を開催していきます。

「異物絶滅月間」の設定

生産・技術本部では、年間を通じて当社および製造部門を持つグループ会社に対して安全査察を実施するとともに、毎年「異物絶滅月間」を設定しています（2006年から継続実施）。2020年度もさらなる異物混入防止対策を推進するため、安全パトロール、安全査察などを実施していきます。

物流段階での品質管理

商品がお得意先さまの元に届くまでの流通段階においても、物流管理担当部署が物流会社に改善事項の指示を行うなど、品質衛生管理を推進しています。

1. 物流会議の結果

全国各地で管理部・工場・運送会社が集まり、物流品質向上のための物流会議を定期的に行っています。会議議事録は、社内ネットワーク上のデータベースを通じて閲覧可能となっており、全国で情報共有されています。

2. ホワイト物流への賛同

当社は「ホワイト物流推進運動」に賛同を表明し、最初に発表された91社の賛同企業として公表されています（現在の賛同企業数1,007社：2020年6月末時点）。物流危機回避のためには「物流業界の効率化」や「職場環境の改善」は不可欠であると考え、当社もトラック運送業界に協力して、安定的な物流の確保に今後も取り組んでいきます。

商品に関する情報提供

2015年4月1日から消費者庁が、安全で分かりやすい表示をめざし、食品表示法を施行しました。この法律のポイントは次の通りです。

1. 分かりやすい食物アレルギー表示の導入
2. 加工食品の栄養成分表示の義務化
3. 新たな機能性表示制度の創設

当社では、お客さまの安全・安心を第一に、正確で有益な情報のご提供ができるよう、関係部署が連携して対応しています。

お客様センターの取り組み

近年消費者の「食の安全・安心」に対する関心が高くなっています。食の安全は科学的な評価によって、食の安心は情報の公開・提供、危機管理の方策などによってもたらされるものです。当社のお客様センターでは、官公庁・消費者団体・業界団体などと緊密に連携して、情報収集・社内教育・対外的情報発信に持続的かつ計画的に取り組んでいます。その他にもお客さまのご意見を集約した「カスタマーズボイスレポート」の発信など、社内で情報共有を積極的に行うことで、従業員のモチベーション向上、CSの重要性の意識付けを行っています。2019年度には、電話での会話を音声認識するAIを導入し、対応者の入力作業を軽減するとともに、より正確に、漏れなくお客さまの声を聞き取れるようになりました。

職場環境作り

個々の従業員を尊重し、働きがいを実感できる職場環境の整備に努めます。

● 人権尊重と働きやすい職場作りに関する基本方針

ニッパンは、「行動規範」において、従業員の人格・個性を尊重するとともに、一人ひとりが能力を十分に発揮できる労働環境を提供することを掲げています。ハラスメントのない職場作りを行うために、「こことからだの健康相談」を設置し、電話、オンライン、面接にて24時間・365日、無料で相談できる体制を整えています。こうした施策より、従業員が働きがいを実感できる職場環境の整備に努めています。



こことからだの健康相談
リーフ

また、ダイバーシティ推進においては、LGBTQへの理解促進や、積極的な障がい者や高齢者の雇用、女性の職域拡大・キャリア形成のための施策を実施し、誰もが働きやすい職場の形成をめざしています。

● ダイバーシティの推進

LGBTQへの理解促進

日本でのLGBTの実態は、未だ把握しにくい分野とされています。2020年度のオリンピック・パラリンピックに向け官民一体の理解促進の気運がりましたが、保留状態になっています。当社は、管理職に向けた研修の中で、LGBTに関する基礎理解を図ることや、当社行動規範[※]にLGBTを配慮した内容を導入し、従業員の意識改革を図るなどの取り組みを行っています。引き続き、LGBT、LGBTQI(A)の理解、および配慮した行動に繋がっていくべく取り組みを行います。

※ 行動規範4：個々人の基本的な人権を尊重し、身分、人種、信条、性別、性自認・性的志向、障がいの有無等の理由で差別することなく、公平な処遇を行います。

障がい者雇用の取り組み

障がい者が働きがいを持って仕事に取り組めるよう、一人ひとりに適した職場への配属を行っています。また、職場と連携して定期的に個別面談を実施し、長期的な定着に向けたフォローを図っています。

また、従業員の増加や、2021年4月からの法定雇用率上昇を見据え、積極的な採用活動に努めています。

2019年5月より、当社初のテレワーク勤務による車椅子利用者の雇用を開始しました。セキュリティを考慮した会社支給

のパソコンと、社内ネットワークを通じた業務依頼・進捗のやり取り、日々のビデオ通話による交通などを通じて、出勤者と変わらない作業環境を実現しています。

高齢者雇用推進のための施策

高齢者の有用な技能・技術の活用を図ること、当社従業員の定年退職後の雇用を確保することを目的として、再雇用制度を導入しています。定年退職後、引き続き当社に勤務することを希望する方を対象としていますが、短時間勤務を希望される方などにも柔軟に対応できるよう、細分化した制度になっています。2019年度の再雇用者数は14名です。

女性活躍推進

積極的な女性活躍推進の結果、2019年6月には当社初の女性取締役が登用されました。その他、グループ会社幹部職への出向など、女性従業員のモチベーションアップ、職域拡大等の施策を展開しています。



取締役常務執行役員
海外事業本部管掌
海外事業本部国際部長
木村昭子

2019年6月、取締役を拝命してからも、引き続き海外事業の発展に尽力してまいりました。海外事業は当社の重点分野のひとつであり、既存事業の拡充と新規事業開拓に取り組んでおります。コロナ禍は当社の海外事業にも大きな影響を及ぼしておりますが、国・地域によって異なる事業環境、生活環境に留意しながら、お客さま・従業員の「安全・安心」を第一に、進出先各拠点の事業活動をサポートしています。

女性活躍推進については、日頃は特に女性だからということは意識せずに自然体でいるよう心掛けています。女性がマネジメントポジションに就くことが、ことさら強調されないことがないようにすることも、女性のキャリアアップを後押しする上では必要な要素になると考えています。

女性の出産・育児期を挟んだキャリア形成を含め、会社全体で検討し、取り組むべき課題や活動については常に関心を怠ることなく、求められる場面で適切な役割を担えるよう努めております。

多様性が重視される今後の企業環境において、人材マネジメント、特に女性活躍推進は、企業の発展には不可欠であると考えておりますので、自らの経験を踏まえた助言を含め、お役に立てる活動には、積極的に取り組んでまいります。

● 働きやすい制度設計

ワークライフバランスの促進

時間外労働の削減、年休取得の促進については、労使による「就業効率向上委員会」を設置し、事業部・支店・工場ごとに設定した目標の進捗管理を行い、改善を進めています。

また、フレックスタイム制度のテスト導入、ビデオ交通可能なオンラインシステムのテスト導入、在宅勤務のテスト導入など、ワークライフバランスの促進を図る施策を実施しました。フレックスタイム制度は既に一部の事業場で運用実績があったことにより、全事業場への展開はスムーズに行えました。在宅勤務については、テスト導入を管理職からスタートし、課題検証を行っていましたが、コロナ禍対応をせざるを得なくなり、仮の運用を行っています。

育児休業・育児勤務制度

少子化が進展する中、ニッパンは従業員の子育てを支援するため「育児休業・育児勤務制度」を導入しています。

2019年度は全国で延べ37名が利用しました。また、一層の利用促進のため随時制度の見直しを行っており、2008年8月、2010年11月、2014年8月、2016年7月、および

2019年3月に東京労働局より次世代育成支援に取り組む認定企業として、「くるみん」マークを取得しています。



▼ 育児休業・育児勤務制度利用者数

(単位：名)

| | 女性 | 男性 | 合計 |
|------|----|----|----|
| 育児休業 | 18 | 19 | 37 |
| 育児勤務 | 38 | 0 | 38 |

※ 単体

● 人材育成

人材育成の基本方針

企業を取り巻く環境は、変化が激しく厳しさを増しています。こうした環境変化に対応し継続的に発展するためには、個の力を高めて組織強化に繋げる人材育成が不可欠だと考えます。当社の人材育成の基本方針は、職場における教育(OJT)を中心に、研修(OFF-JT)や自己啓発で補完するというものです。

従業員の自主・自立を尊重しながら、さまざまな教育・研修を実施しています。就業年数・昇格に応じた階層別研修をベースに、労務研修やスキルアップ研修、通信教育、ビジネス

▼ 研修体系

| | 階層別研修 | キャリア研修 | 労務研修 | スキルアップ研修 | 外部派遣通信教育 | 部門別 |
|--------|---|--------|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| キャリア形成 | 新任GM層研修 新任M層フォローアップ教育(通信教育) 新任M層研修 | | 新任者研修 新任役員研修 部下育成研修 | マーケティング研修 ファイナンス研修 | ビジネススクール派遣 三井産研研究所研修派遣 通信教育 | 外部研修派遣 国内外留学 専門分野別研修 |
| | 係長研修 副係長研修 中堅社員研修 フォローアップ研修 新入社員研修 内定者研修 | キャリア研修 | OJTリーダー研修 | 会社の数字研修 アサシヨノ研修 異業種文化研修 | | |

▼ 研修内容の紹介

階層別研修

■ 新入社員研修

入社後の集合研修では、社会人としての意識改革と事業内容について学びます。その後、工場や研究部門などでの現場研修を行い配属となります。入社2年目にはフォローアップ研修を実施しています。

■ 中堅社員研修

問題解決の手法(フレームワーク)の学習や、より高度な業務処理手法・考え方を身に付けるための研修を実施しています。

■ 副係長研修

副係長格昇格者を対象に、若手リーダーとしてチームを取りまとめるための意識改革や課題解決スキルを習得する研修を実施しています。

労務研修

■ OJTリーダー研修

新入社員の育成を担う若手社員を対象に、コミュニケーションスキルなど育成のポイントや、自身のマインドの在り方などを習得するため研修を実施しています。

■ 部下育成研修

部下を育成するための理論学習や、面接演習による自身の面談時の特性を自己確認することを通して、より育成に適切なスキルの習得を図っています。

スキルアップ研修

■ マーケティング研修

激しく変化する企業環境の中でさらなる成長を遂げるため、環境変化への対応力を向上させる目的で実施しています。

スクール派遣などにより、キャリア形成を支援しています。その他、専門分野別教育は各部門が担っており、各種研修会や国内外留学も実施しています。



新任M層研修風景

▼ 2019年度研修時間

| 区分 | 総計 | 1人当たり |
|--------|--------|-------|
| 時間(h) | 20,345 | 17.3 |
| 費用(千円) | 21,341 | 18.1 |

※ 単体

● 評価と処遇

ニッパンでは、新入社員から係長格までの従業員に対し、育成を目的とした「職能資格制度」を導入し、人事考課もその制度に則り運用しています。職能資格制度では、上司との面談を通して目標の確認と達成度の検証を行い、育成と処遇を同時に実現しています。また、管理職は目標管理制度のもと、目標に対しての役割行動評価に基づいた考課を行い、貢献度に応じた処遇を行っています。

● 労働安全衛生

当社では、「労働災害を予防し、安全に働くことができる職場環境の整備に努めます。」と「行動指針」に定めています。この指針のもと、設備・機器の安全性チェック、労働安全教育などの実施や、発生した労災事故情報を社内ネットワークで自動共有する仕組みの構築、「全国安全週間」に合わせた安全意識の向上運動など、労働災害の防止に努めています。また、疾病の防止や快適な職場作りにも取り組んでいます。

労働災害の状況

2019年度は、労働災害が3件発生しました。労働災害度数率および強度率は以下のとおりです。

▼ 労働災害度数率/強度率の推移

| 年度 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| 度数率 ^{※1} | 0.00 | 0.49 | 0.97 | 0.48 | 1.39 |
| 強度率 ^{※2} | 0.00 | 0.02 | 0.02 | 0.01 | 0.01 |

※1 度数率：100万延べ労働時間あたりの死傷者数割合、災害の頻度を表します。

※2 強度率：1,000万延べ労働時間あたりの休業日数割合、災害の重さを表します。障害認定されることにより、遡って変更される場合があります。

※ 単体

メンタルヘルスケア

従業員のメンタルヘルス対策として、社内会議や管理職の研修時にメンタルヘルスの講習会を実施し、「セルフチェック」の

啓発、管理者としての「ラインケア」形成に努めています。

2016年度からは全従業員を対象にストレスチェックを実施し、「メンタルヘルス不調の未然防止」を図ることに加え、結果を踏まえた組織活性化施策にも取り組んでいます。

また、メンタルヘルス問題に限らずさまざまな悩みを抱えた従業員が、気軽に相談できるサービス「こころからだの健康相談」を社内外で提供するなど、従業員のモチベーション向上に努めています。

健康保全の促進

当社では、すべてのお客さまから信頼される企業として成長し続けるため、従業員一人ひとりが心身ともに健康であることが重要と考え、「従業員の健康」を経営課題のひとつとして捉えています。

2017年度には「健康宣言」を制定し、同時に健康経営の最高責任者を社長とした体制を整えました。また、健康保険組合との連携を強化し、生活習慣病の予防や禁煙サポートなど、従業員の健康保持・増進に取り組んでいます。

その他、従来から健康の増進、社内コミュニケーションの活性化を図るため、各種クラブ活動、地域の祭りへの参加など、事業場単位の活動だけでなく、事業場の枠を超えたスポーツ大会を毎年開催しています。

これらの取り組みの結果、経済産業省が健康経営に積極的に取り組んでいる企業を認定する「健康経営優良法人」に3年連続で認定されました[※]。今後もさらなる健康経営の推進に取り組んでいきます。

※ 基準変更のあったホワイト500を除く。

● 労使・労働組合

当社では、労働組合に対して当社の現状についての情報を積極的に発信しています。

また、これまでの慣習による制度運用ではなく、法令および社会的状況に即した諸制度を制定できるよう、定期的な対話の機会を設けています。

労使間の課題を解決する機関として「経営協議会」「運営協議会」「就業効率向上委員会」を設置しています。「経営協議会」は経営方針や経営状況について、組合協議員と意見交換を行います。また、「運営協議会」「就業効率向上委員会」は事業場ごとに設置され、労働条件に直結する事項の協議や就業効率の改善に向けた取り組みを行っています。

▼ 従業員に占める労働組合員数(出向者含む)

(2020年3月末現在)

| | |
|-------|-------------|
| 組合員数 | 773名(65.6%) |
| 非組合員数 | 405名(34.4%) |
| 合計 | 1,178名 |

※ 単体

国際社会・地域社会への貢献

国際社会の一員として、国内外の地域発展に努め、社会と共生し、ともに発展していくことをめざします。



● 食育に関わる活動

「為末大学食育学部」の実施

昨今、社会的な生活環境の変化に伴い、子どもたちの体力低下が危惧されています。ニッパンは多角的総合食品企業として、子どもたちに食と健康の大切さを伝えるため、2013年度より、元プロ陸上選手の為末大氏と共同で「為末大学食育学部」を立ち上げ、各地の小学校に訪問し特別授業を実施しています。

授業は「体育の時間」「食育の時間」「夢の時間」の3時間で

構成されており、体と心を育むこと、そして、それらを支える食事の大切さを子どもたちに体感してもらう機会を提供しています。

2019年度は、周南市立榑浜小学校の他、当社の事業場周辺の小学校として札幌市立稲穂小学校、神戸市立魚崎小学校で、全3回実施しました。

上記実施校を含め、2013年度～2019年度の7年間で、延べ23回、2,555名の児童に授業を行いました。

1時間目

「自分へのチャレンジ、体育の時間」



為末氏が走り方を指導したうえで、それぞれ自分の目標を設定してハードルを跳んでいきます。チャレンジすることの大切さや、運動の楽しさを実感してもらいます。

2時間目

「明日の体を作る、食育の時間」



楽しいワークを交えながら、子どもたちの成長にとって必要な食について学びます。管理栄養士のこばたてるみ氏が、子どもたちに分かりやすく解説を行います。

3時間目

「自分を見つめる、夢の時間」



グループでの話し合いを通して、自分の夢を一度深掘りして考えてみることで、友達の夢を聞いてそれを応援することを学んでもらいます。

料理教室の開催

当社は、一般のお客さまに向けた料理教室を開催しています。料理教室の開催を通じ、一人でも多くの方に当社のファンになっていただくことはもちろん、小麦粉の保存方法や冷凍食品の保管方法などの正しい知識の普及にも取り組んでいます。

2019年度は、全国で499回開催し、約6,610名の方にご参加をいただきました。(ただし、2020年2月以降は新型コロナウイルスの影響で教室の開催を中止しました。)さまざまな料理教室の中でも、特に親子で仲良くおいしいパンを作る「親子パン教室」は非常に好評をいただいています。2019年度は、全11回、77組の親子が参加されました。



「親子パン教室」の作品

食育活動への協賛・協力

当社は、「スイーツを通じて、全国の高校生たちに自己表現や、夢の実現のチャンスを提供したい」との趣旨で開催される高校生パティシエNo.1を決める大会「貝印スイーツ甲子園」にも協力しています。

また、農林水産省主催「食育推進全国大会」に、HATTORI食育クラブ会員として協賛を行っています。



食育推進全国大会(2019年度)の様子

● 地域社会への貢献

ニッポングループは、地域社会への貢献活動を行っています。

グループ本社のある千代田区が実施する年に2回の「千代田区一斉清掃の日」への協力や、隔年で実施される山王祭にも従業員が神輿の担ぎ手として参加しています。本店以外の事業場でも地域行事に参加することで、地域社会に貢献することはもちろん、地域住民の方々との積極的なコミュニケーションを図っています。



山王祭



千代田区一斉清掃

● 国際社会への貢献

ヒマラヤ小学校の支援

ヒマラヤ小学校は、プロスキーヤーで冒険家の三浦雄一郎氏をはじめ日本の高校生の協力のもと、ネパールの子どものため、2004年に開校した“誰もが無償で学べる”学校です。

ヒマラヤ小学校では、子どもたちに勉強を教えるだけでなく、卒業生と保護者を対象に職業訓練を行い、彼らの自立を応援しています。

2014年度からは当社の支援のもと、小麦粉を使った食品作りを行うとともに、作った食品の移動販売を行っています。作るメニューはネパールの伝統的な食文化をもとに選定し、2019年度は伝統的なお菓子であるギールとナムキンを作りました。



ヒマラヤ小学校

ユニセフの支援

当社では、世界中の子どもたちが健やかに成長できるよう願いを込めて、1996年から「(公財)日本ユニセフ協会」を通じた支援活動を続けています。従業員が毎月の給与から寄付を行ったり、イベントなどに対する協賛を継続的に行っています。

2009年から2018年までの10年間は、アフリカ・マダガスカルの水と衛生の支援活動である「TAP PROJECT」の支援を実施しました。

2019年からは、マダガスカルに限定せず、幅広く世界中の子どもたちへの支援活動として、「ユニセフ支援ギフト」による取り組みに参加をしています。これは、ユニセフの支援物資を指定して、途上国の子どもたちにプレゼントをする支援方法です。さまざまな支援物資の中から特定のギフトを選ぶと、募金者に代わってユニセフより子どもたちのもとに物資が届けられます。

2019年は、支援物資として「経口補水塩(ORS)」10万8,695袋、「浄水剤」192万3,076錠をギフトとして選択し、支援を行いました。

また、例年4月に開催される「ユニセフ・ラブウォーク中央大会」においても、当社は毎年「オーマイ スパゲッティ」を協賛しています。



浄水剤

写真クレジット：UNICEF/UNI153424

WFP支援

当社では、グローバルで展開する多角的総合食品企業として世界中の人々の食と健康を支えるため、国連の食糧支援機関である、「(特非)国際連合世界食糧計画WFP協会」に評議員として参加し、世界の飢餓に苦しむ人々たちへの支援を行っています。



経口補水塩(ORS)

写真クレジット：UNICEF/UNI177128/Estevé

● その他の社会貢献活動

スポーツを通じた貢献

ニッポングループは、食と健康を考えるうえで親和性の高いスポーツ振興にも努めています。さまざまなマラソン大会に協賛し、持久力を支えるカーボローディング※に最適な「オーマイ スパゲッティ」をはじめとする食材を提供することで、スポーツを楽しむ方々を応援しています。

※カーボローディング：「Carbohydrate(炭水化物)」と「loading(詰め込み)」の合成語で、炭水化物を効果的に取り入れることや、それを目的とした食事法のこと。



協賛するマラソン大会の様子

「ルナ・フローラ展」の開催・協賛

当社グループの(株)ジュンコ・フローラ・スクールでは、小麦ねんどなどを使用した芸術的なクレイフラワーによる「ルナ・フローラ展」を全国5地域で開催しています。会員の作品を展示するだけでなく、会員がクレイフラワーを1輪ずつ持ち寄り、その売上金を「(福)読売光と愛の事業団」へ寄贈するチャリティーコーナーを設けるなど、慈善活動にも取り組む展示会となっています。当社は文化的活動と慈善活動を推進する「ルナ・フローラ展」への協賛を続けています。



「ルナ・フローラ展」のクレイフラワー

「第45回 ラジオ・チャリティ・ミュージックソン」に協賛

目の不自由な方々への理解と思いやりを育んでいくことを目的としたラジオ番組「第45回ラジオ・チャリティ・ミュージックソン」に協賛しました。番組ではチャリティー募金が行われ、集まったお金は、「音の出る信号機」を設置するために使われました。

訪問学習の受け入れ

当社では、社会科見学の一助として、訪問学習の受け入れを行っています。当社の事業内容の説明や、商品ができるまでの紹介、質疑応答などを通して、企業がどのような活動で社会と共存しているか、学習の機会を提供しています。



訪問学習の様子

三井記念病院への支援

(福)三井記念病院は、三井グループの社会貢献事業として運営されており、当社は地域社会への貢献活動の一環として、支援を行っています。

Governance

〈ガバナンス〉

ニッパンは、経営の透明性を高め、監督機能の強化と意思決定の迅速化を推進し、信頼される企業であり続けるための体制を整え、公正で効率的な企業活動に取り組んでいきます。

法令遵守および内部統制

高い倫理意識を持ち、法令を遵守することで、信頼される企業となる努力を続けます。



● コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

ニッパングループは、多角的総合食品企業として「食の安全・安心」の確保を第一とし、おいしさや機能性を追求した商品をお客さまに安定して提供することを通じて、社会に貢献する「信頼される企業」となることを理念としています。

この理念のもと、さまざまなステークホルダーの皆さまからの信頼に応えるための取り組み事項を定めた「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針」を制定し、経営基盤の整備を進めています。

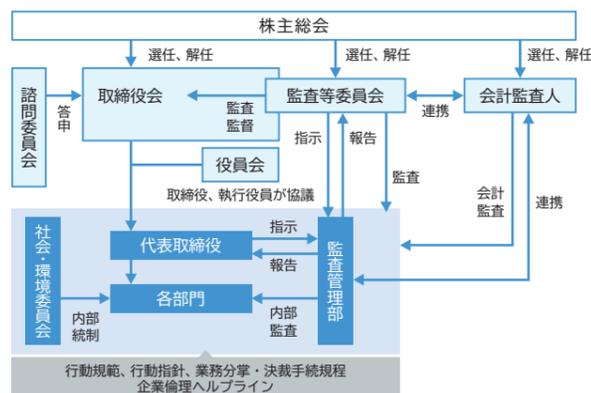
ガバナンス体制

当社は、2020年6月開催の定時株主総会の承認をもって、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行しました。

監査等委員である取締役（複数の社外取締役を含む）に取締役会における議決権を付与することで、監査・監督機能を強化し、コーポレート・ガバナンス体制をより一層充実させ、さらなる企業価値向上を図ることを目的とするものです。

取締役15名のうち社外取締役は5名で、3分の1を社外取締役としており、女性の取締役は1名です。

▼ コーポレート・ガバナンス体制（模式図）



取締役の指名、報酬については社外取締役を主要な構成員とした諮問委員会を設置し、取締役会に答申を行います。

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性評価について、2019年度の評価を2020年5月に、取締役、監査役18名を対象としたアンケート調査を実施し、自己評価を行いました。

経営陣に判断を委任すべき事項と取締役会の決議事項については適切に振り分けられており、決議すべき事項については十分な時間をかけ審議されていました。また、関連当事者の利益相反管理も適切になされているなど、意思決定や監督機能の有効性は確保されているとの評価になりました。一方、資料の充実や事前配布の早期化による審議の効率化や議論の活性化など、課題が抽出されました。取締役会の運営の充実に向け、今後改善を図ります。

社外役員の選任と独立性の基準

当社は、取締役会の監督機能を高め、経営の健全性を向上させるため、社外取締役を選任しています。社外取締役は5名（うち監査等委員である取締役3名）です。

社外取締役は、取締役会で内部監査の状況等の報告を受けます。監査等委員である社外取締役は、会計監査人から年度の監査計画・監査方針・監査内容・会計監査の方法・監査結果について報告や説明を受け、情報交換を行うことで綿密な連携を図っています。また、監査管理部とは、業務の適正性・効率性・リスク管理の確立状況について、適宜情報を交換しています。

社外役員の独立性については、証券取引所の独立役員の独立性に関する判断基準を参考に、一般株主の利益にも適切に配慮した監督、監査ができるよう選任しています。

内部統制システムの基本方針

当社は、業務の適正を確保するための内部統制の基本方針

を定め、その運用状況を報告しています。2020年6月に取締役会で監査等委員会設置会社へ移行したことに伴い、「内部統制システムに関する基本方針」の変更を決議しました。金融商品取引法による財務報告に係る内部統制システムに対応するため、内部統制基本方針書を定めています。

役員報酬

役員の報酬等の額の決定方法は、あらかじめ株主総会で決議された報酬等の額の範囲内で、取締役（監査等委員である取締役を除く）については取締役会の決議により、監査等委員である取締役については監査等委員会での取締役の協議により決定します。取締役会で取締役報酬等を決議するにあたっては、社外役員を主要な構成員とする諮問委員会で検討のうえ、取締役会に付議します。

監査部門について

会社の業務上の誤りや不正をなくして法令を遵守し、業務効率の向上や財務報告の信頼性を高め、会社資産の保全を達成する等のために、監査管理部による内部監査を定期的実施しています。また、会計監査人による会計監査・内部統制監査を受けています。監査等委員会と会計監査人とは、年度の監査計画・監査方針・監査内容・会計監査の方法とその結果について報告や説明を受け、情報交換を行い、連携を図ります。監査管理部は必要に応じて、会計監査人と意見交換を実施します。

● リスクマネジメント

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）への対応

2020年は新型コロナウイルスの感染拡大により、企業としてさまざまな対応が求められました。当社はニッパンの使命である「お客さまから信頼される企業」として「もっとも優れた商品とサービスを提供」する立場を堅持し、人命、健康の確保を最優先に位置づけて、危機に備え、対処することを基本方針としました。

当社は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）対策本部を設置して対応方針を決定する体制とし、グループ会社に対しても、対応方針を周知しました。また、最大限の在宅勤務の推進、時差出勤・フレックスタイム制度の活用、出張の自粛等の対策を講じ、従業員の感染リスクの低減に努めました。

一方、小麦粉や加工食品等については安定して供給することが社会的に求められているため、工場、物流部門においては、3密（密閉、密集、密接）を避け、アルコール消毒や体調管理を徹底することで、事業を継続しました。また、医療従事者の皆さまへの支援として、当社グループの商品を提供しました。

緊急時対応

「行動規範」「行動指針」に関する重大な違反、人の身体・生命に悪影響を及ぼすような事態、または当社グループの経営に多大なダメージを与える事態が発生する可能性（危機）が生じた場合は、「危機管理基本規程」に基づき、社長が最高責任者として、危機管理に応じた部署を事務局とした体制を敷き対応します。

大規模災害への対応

当社は大規模災害に備えて、全国の事業所への衛星携帯電話の配備、従業員の安否確認システムを導入しています。安否確認システムの確実な運用のため、2019年度は全従業員を対象に2回の訓練を実施しました。従業員の安全確保については、避難手順書の作成、食料の備蓄、災害訓練を実施しています。

● コンプライアンス

コンプライアンス研修

コンプライアンスでの留意点をまとめた「コンプライアンスガイドブック」を作成し、事業場担当者、事業場管理職、グループ会社管理職等に対し研修を行いました。また、仕入業務の担当者向けに下請法の勉強会を実施しました。

情報セキュリティ

情報セキュリティ規程、ネットワークの利用規則（ニッパネット運営・利用規則）を制定し、併せて不用意なコピーやインターネットからの安易なダウンロード禁止など、啓発活動を行い、ルールの周知徹底を行っています。

技術的な管理として、データへのアクセス制御、データの記憶媒体の利用制限、暗号化、ログの取得管理、パスワードの厳重管理などを徹底しています。個人情報については、適切に管理するため「個人情報保護方針」を制定し、個人情報に関するお問い合わせに対応する窓口を広報部に設置しています。

反社会的勢力の排除

当社は、「反社会的勢力対応の基本方針」を定めています。基本方針のもと、反社会的勢力への対応統括部署を定め、警察などと連携して情報収集に努め、マニュアルを整備するほか、契約書に暴力団排除条項を設ける取り組みを進めています。

内部通報制度（企業倫理ヘルプライン）

法令違反や社内不正など、企業倫理や法令に抵触する行為を防止もしくは早期発見し、是正することを目的として、当社およびニッパ冷蔵（株）、オーマイ（株）の全従業員が相談もしくは通報することのできる「企業倫理ヘルプライン」を設置しています。

通報窓口は、社内と社外弁護士との2か所設置しており、通報したことによって不利益を被らないよう、運用規程を定めています。

温室効果ガス

CO₂排出量およびCO₂排出原単位の推移：ニッパングループ国内外全社



※1 当社および製造部門を持つグループ会社。
 ※2 グループ会社の新工場建設に伴い再計算しました。
 ※3 グループ会社の新工場建設に伴い大きく数値が増加しました。

CO₂排出量：サイト別

| 2019年度 | |
|-----------------------|----|
| 横浜工場 | 12 |
| 千葉工場 | 19 |
| 神戸甲南工場 | 12 |
| 福岡工場 | 6 |
| ニッポン冷食(株)竜ヶ崎工場 | 4 |
| オーマイ(株)厚木工場 | 5 |
| Pasta Montana, L.L.C. | 7 |

水と排水

水使用量と原単位：ニッパングループ国内外全社



※ 当社および製造部門を持つグループ会社。

水使用量：サイト別

| 2019年度 | |
|-----------------------|-----|
| 横浜工場 | 38 |
| 千葉工場 | 39 |
| 神戸甲南工場 | 25 |
| 福岡工場 | 14 |
| ニッポン冷食(株)竜ヶ崎工場 | 124 |
| オーマイ(株)厚木工場 | 43 |
| Pasta Montana, L.L.C. | 23 |

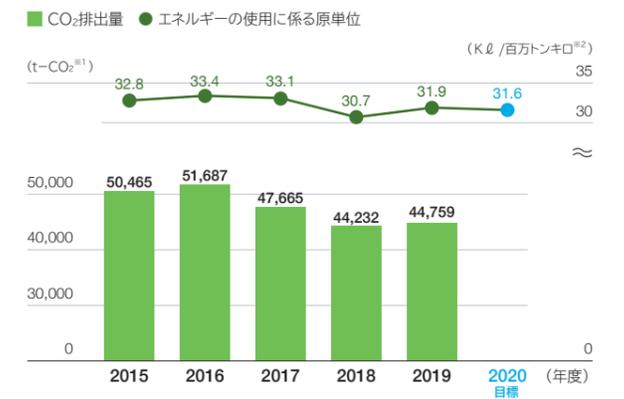
排水量の推移：ニッパングループ国内外全社



※ 当社および製造部門を持つグループ会社。

物流におけるエネルギー

物流におけるエネルギー使用量
 対象：当社(国内産小麦、小麦粉など)



※1 CO₂排出量：省エネルギーセンターの数値(標準値)で算出しています。(タンクローリーに関しては、燃費法にて算出)
 ※2 トンキロ：1tの貨物を1km運んだ場合を1トンキロとしています。

廃棄物

廃棄物等総排出量と再資源化率の推移：ニッパングループ国内外全社



※ 製造部門を持つ当社および国内外グループ会社。

廃棄物等総排出量と最終処分量：サイト別

| | 2019年度 | |
|-----------------------|----------|---------|
| | 最終処分量(t) | 総排出量(t) |
| 横浜工場 | 0 | 1,188 |
| 千葉工場 | 0 | 1,236 |
| 神戸甲南工場 | 0 | 1,399 |
| 福岡工場 | 1 | 360 |
| ニッポン冷食(株)竜ヶ崎工場 | 7 | 1,078 |
| オーマイ(株)厚木工場 | 0 | 766 |
| Pasta Montana, L.L.C. | 73 | 1,257 |

廃棄物等総排出量の内訳

| 2019年度 | |
|--------|-------|
| 動植物性残さ | 62.0% |

化学物質

化学物質使用量と原単位の推移：ニッパングループ国内外全社



※ 製造部門を持つ当社および国内外グループ会社。

化学物質使用量：サイト別

| 2019年度 | |
|-----------------------------|-------|
| 横浜工場 | 880 |
| 千葉工場 | 2,780 |
| 神戸甲南工場 | 280 |
| 福岡工場 | 600 |
| オーマイ(株)厚木工場 | 160 |
| NIPPON (Thailand) Co., Ltd. | 5 |

環境方針

【基本理念】

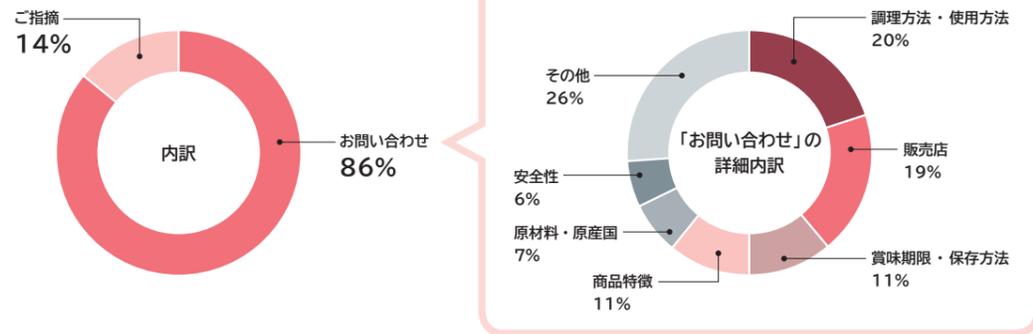
ニッパングループは、大地の恵みの恩恵を受けて、食にかかわる事業活動を行っています。事業活動が、環境に負荷を与えている事実を深く認識しながら、人と環境の調和をめざし、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

環境方針は、当社Webサイトをご覧ください。

🔗 環境方針：<https://www.nippon.co.jp/csr/environment/index.html>

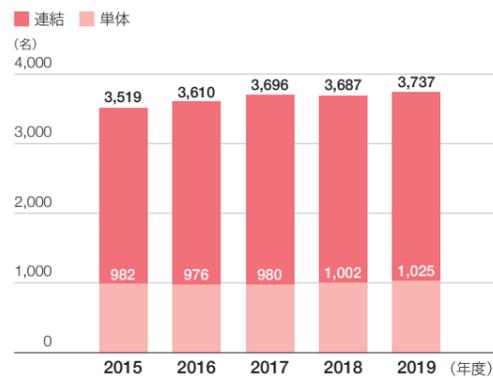
お客様センターの取り組み

相談件数(2019年度)：14,429件

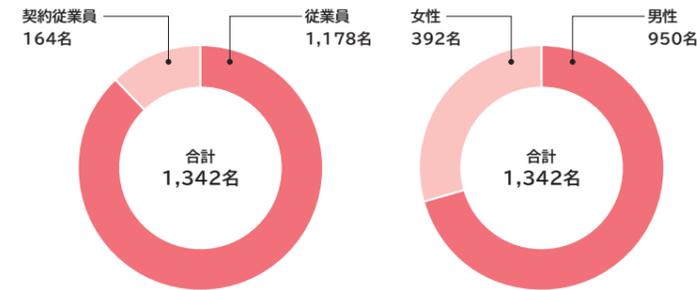


職場環境作り

従業員数(出向者を除く)



雇用形態及び性別の内訳(2020年3月末現在)



採用人数

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 新卒男性 | 29 | 35 | 25 | 36 | 39 | 49 |
| 新卒女性 | 9 | 16 | 9 | 15 | 15 | 18 |
| 中途男性 | 0 | 0 | 2 | 1 | 7 | 8 |
| 中途女性 | 0 | 2 | 3 | 3 | 2 | 9 |

女性管理職数

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 人数 | 22 | 23 | 26 | 26 | 29 | 29 |

再雇用者人数

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 人数 | 13 | 12 | 16 | 17 | 15 | 14 |

離職者人数

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 人数 | 40 | 33 | 44 | 39 | 37 | 40 |

平均残業時間

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 時間/月 | 20 | 19 | 18 | 17 | 17 | 15 |

有給休暇取得

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 取得率 | 48.3 | 51.5 | 61.4 | 61.4 | 66.7 | 75.5 |

育児休業・育児勤務取得者数

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 男性 | 1 | 0 | 5 | 4 | 7 | 18 |
| 女性 | 20 | 17 | 50 | 47 | 23 | 19 |
| 合計 | 21 | 17 | 55 | 51 | 30 | 37 |

障がい者雇用率

| (年度) | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 雇用率 | 1.94 | 2.18 | 2.55 | 2.43 | 1.96 | 1.88 |

(集計範囲は当社単体)

| | |
|-----------------|--|
| 機関設計 | 監査等委員会設置会社 (2020年6月26日監査役会設置会社から変更) |
| 取締役任期 | 1年 |
| 取締役・監査等委員任期 | 2年 |
| 取締役(監査等委員を除く)人数 | 11名 うち社外取締役 2名 うち女性取締役 1名 |
| 取締役・監査等委員人数 | 4名 うち社外取締役 3名 |
| 取締役会開催回数 | 17回 |
| 取締役会出席率 | 98% うち社外取締役 100% うち社外監査役 100% |
| 監査役会開催回数 | 12回 |
| 監査役会出席率 | 100% うち社外監査役 100% |
| 会計監査人 | EY新日本有限責任監査法人 |
| 諮問委員会 | 5名(うち社外取締役 3名) |

(2019年度時点情報)



会社概要

| | |
|----------|---|
| 本店 | 〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8 |
| 創立 | 1896年(明治29年) 9月 |
| 資本金 | 122.4億円 |
| 支店 | 東京、関東、仙台、名古屋、大阪、 広島、福岡、札幌 |
| 工場 | 横浜、千葉、竜ヶ崎、名古屋、大阪、 神戸甲南、福岡、小樽 |
| 研究開発拠点 | 中央研究所、開発本部 |
| 海外拠点 | 米国、中国、タイ、インドネシア |
| 主なグループ会社 | ニッポン商事(株)、松屋製粉(株)、 東福製粉(株)、ニッポンドーナツ(株)、 オーマイ(株)、日本リッチ(株)、ニッポン 冷食(株)、(株)ファーストフーズ、 オーケー食品工業(株)、(株)ナガノマト、 エヌピーエフジャパン(株) |

事業内容

製粉事業：小麦粉、ふすま、倉庫業、港湾運送事業
 食品事業：プレミックス類、コーン製品、米粉、家庭用小麦粉、パスタ類、パスタソース、ホールトマト、オリブ油、乾麺、冷凍食材、冷凍食品、中食事業
 その他事業：ヘルスケア事業、ペットケア事業、バイオテクノロジー事業、機械類の販売など