Nipponham Group

Nipponham Group
Group Profile
2026

ニッポンハムグループ　会社案内　2026



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

理念＆Vision

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. 高邁な理想をかかげ、その実現への不退転の意志をもって行動する。
2. 人に学び、人を育て、人によって育てられる。
3. 時代の要請に応えて時代をつくる。
4. 品質・サービスを通して、縁を拡げ、縁あるすべての人々に対する責任を果たす。
5. 高度に機能的な有機体をめざす。

Nipponham Group Vision2030



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

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

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

ニッポンハムグループのあゆみ

たんぱく質に始まり、たんぱく質の未来を広げる ニッポンハムグループ

企業理念
経営理念

動物性たんぱく質の安定供給

ハム・ソーセージ



乳製品



水産加工品



食肉



加工食品



動物性たんぱく質の多様な摂取機会の提供

減塩・低塩



食物アレルギー対応



ハラル対応



新しいたんぱく質の選択肢の創造・提供

大豆ミート



細胞性食品



麹



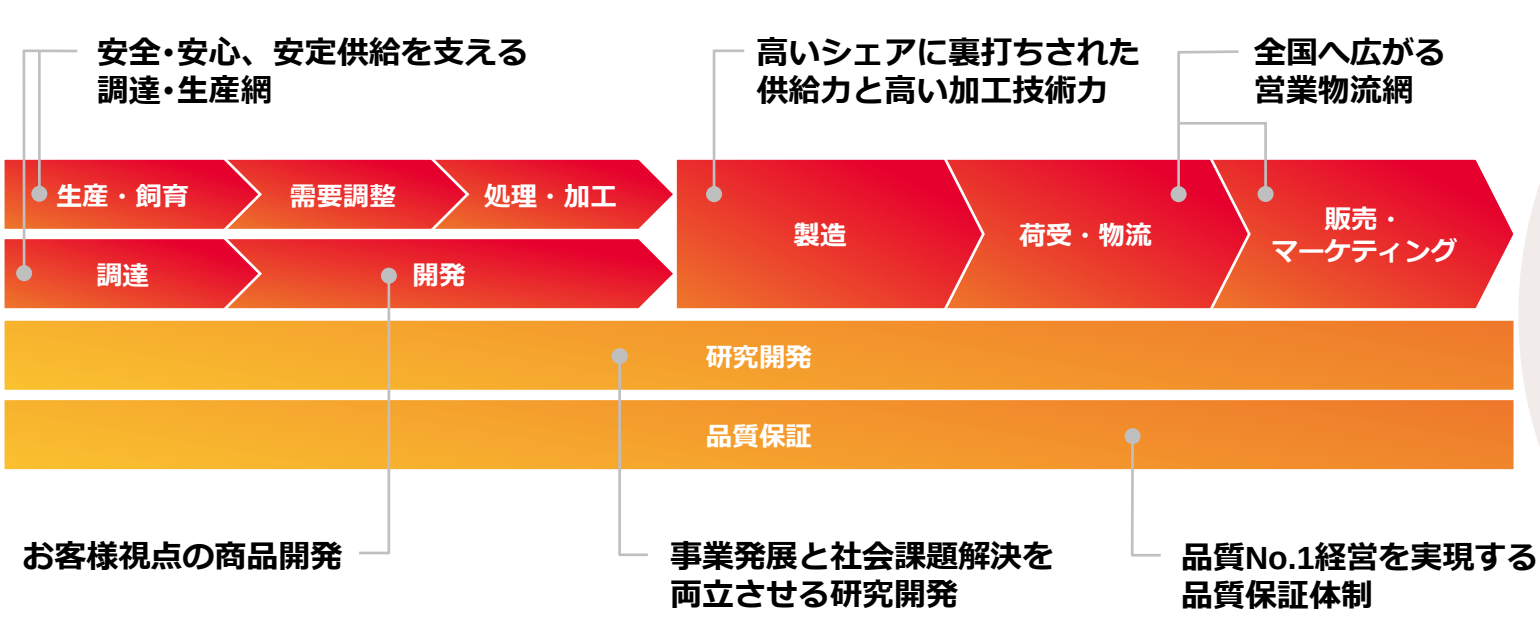
Vision2030
たんぱく質を、もっと自由に。

- もっと自由なたんぱく質の「選択肢」を
- もっと自由にたんぱく質を「楽しむ」
- もっと自由を享受するために「果たすべき責任」
- もっと自由に「生きる」
- もっと自由に「挑戦する」

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

ニッポンハムグループの強み

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」を構築しています

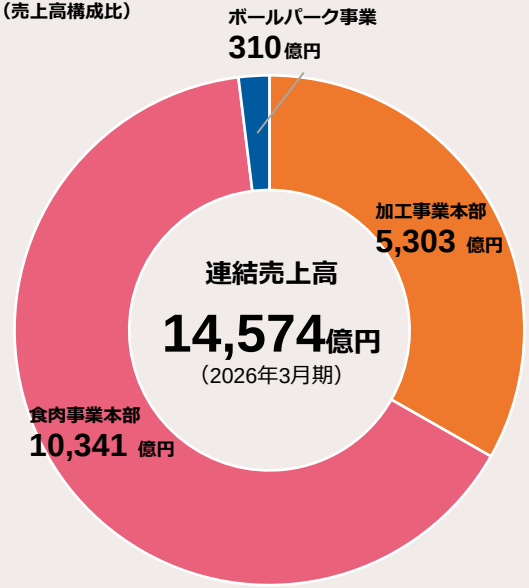


Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

事業概要

ニッポンハムグループの事業は、ハム・ソーセージ、食肉、加工食品、水産品、乳製品など さまざまな「食」の領域へ広がっています

2026年3月期グループ連結売上高
（売上高構成比）



※全社調整の算出を記載していないため、セグメント売上高の合計と連結売上高は合致しません。

日本人のたんぱく質摂取量の

約6%
を供給



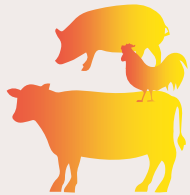
国内の食肉市場全体シェア
（2026年3月現在、当社調べ）

約20%
食卓に5回に1回の
お肉を提供



国内食肉加工業界売上
（2026年3月期）

1位




食肉


ハム・ソーセージ


水産加工品


チーズ


はっ酵乳・乳酸菌飲料


加工食品


食物アレルギー対応食品


エキス調味料


冷凍食品


フリーズドライ


食品検査


健康食品


ベンダー事業

（注）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

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

事業セグメント　ー加工事業本部

お客様視点の商品開発で、多様な食のニーズに応える

加工事業本部は、ハム・ソーセージ、加工食品、乳製品、水産品、エキス調味料等の開発、製造、販売を行っています。「シャウエッセン®」「中華名菜®」「石窯工房®」などのトップシェア商品や「バニラヨーグルト」などのロングセラー商品を展開しており、コンシューマはもちろん、コンビニエンスストアや外食店など幅広い領域で食を支えています。



おもな取り扱いブランド



No.1 ※1　マクロミルQPRデータ　ウインナーカテゴリーブランド　購買金額日本No.1　2024年4月～ 2025年3月、全国
※2　マクロミルQPRデータ　チルドピザカテゴリーブランド　購買金額日本No.1　2024年4月～ 2025年3月、全国
※3　2024年1月～12月 中華惣菜カテゴリー 購買No.1（ CODE「買いログ」調べ）

2026年3月期 売上高



バリューチェーンごとの強み

1. 原料調達	3. 製造	4. 物流	5. 販売	6. 外部顧客
安定供給を支える国内外に広がる調達ネットワーク	高度な品質管理ノウハウとおいしさを再現する高い生産技術	日本全国に配送できる物流網	多彩な販売チャネルと顧客満足度を高める提案・販売・マーケティング力	量販店、精肉店、ドラッグストア、百貨店、コンビニエンスストア、中・外食業者、食品製造メーカー

2.商品開発・マーケティング

独自の消費者モニター制度の活用や高い研究開発力でお客様ニーズに応える商品開発

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

事業セグメント　ー加工事業本部

海外加工事業

拠点9カ国・地域　14社

※ 拠点の国・地域の数は日本を除く

日本・北米・東南アジア・中華圏

海外事業本部統合(2026年4月)により期待される効果

・日本で培った食肉加工技術を北米、アジアへ展開
・人財ローテーションの活性化

各国で様々な商品を展開



海外加工事業における最重点戦略

北米	**自社での展開による成長戦略**　今後人口が増加。「アジアンテイストの食」への関心が高い地域での拡大 ・北米３社の買収による製造能力の強化と販路の相互活用 ・日本で培った開発技術を活用した新商品開発とブランド強化
ASEAN	**他社との共創による拡大**　優れた経営資源を持つ現地企業と提携し、スピーディーに事業を拡大 ・ASEANにおけるシャウエッセンの拡大 ・日本向け輸出のバリューチェーン再構築とともに、他社共創によりASEAN市場内でサプライチェーンを強化 ・合弁先バリューチェーンを活用したチャネル（コンビニエンスストアやフードサービス）拡大戦略

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

事業セグメント　ー食肉事業本部

持続可能なバリューチェーンを構築し、食生活を支える

食肉事業本部は、食肉の生産から販売までを手掛ける「バーティカル・インテグレーション・システム」を構築し、国内外からの食肉の調達網、フード会社の販売網を構築してきました。現在日本国内の食肉販売量の約20%を取り扱っています。



三大ブランド



国産鶏肉
「桜姫®」



国産豚肉
「麦小町®」



オーストラリア産
「大麦牛ANGUS」

主なブランド



北海道産鶏肉
「北のこめこっこ」



国産牛肉
「玄米牛」



米国産
「とうもろこし豚」



タイ産
「ハーブ爽育鶏®」



オーストラリア産
「サフォーククロスラム®」

2026年3月期 売上高



食肉市場でのシェア（2026年3月時点、当社調べ）







バリューチェーンごとの強み

1. 生産・飼育

国内・豪州など品質管理された自社農場における安定的な供給

2. 処理・加工

自社工場による鮮度の高い食肉の供給や用途に合わせた加工によりお客様ニーズに対応

3. 荷受

全ての畜種をラインナップし、国内外の多様な産地からの安定調達と需給調整をする専門人財を配置

4. 物流

国内最大規模の食肉物流拠点により、最適な物流体制を構築

5. 販売

全国に広がる販売網の保有と顧客に応じた営業

6. 外部顧客

量販店、食料品店、精肉店、食肉卸、中・外食業者、各種食品製造メーカー

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

事業セグメント　ー食肉事業本部

海外食肉事業

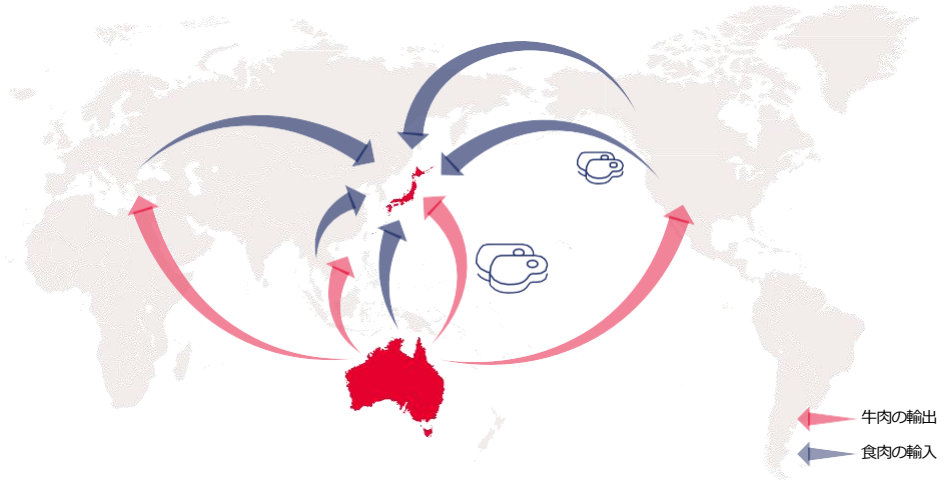
拠点7カ国･地域　12社
※ 拠点の国・地域の数は日本を除く

日本・豪州・アジア・欧州・米州

海外事業本部統合(2026年4月)により期待される効果

・市況に応じた輸入食肉の調達、販売体制の構築
・日本マーケットへのブランド食肉販売強化を通じた利益安定化
・人財ローテーションの活性化

豪州から日本・世界各国へ牛肉を輸出、世界各国から日本へ食肉を輸入



海外食肉事業における最重点戦略

豪州	**豪州最大級の牧場で牛の生産・肥育事業を展開** 内部改善によりボラティリティ低減 ・フィードロット拡充やブランド比率向上による収益安定化 ・世界的な豪州産牛肉の需要増加の中で最適な販売先国の選定 ・豪州国内での販売強化

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

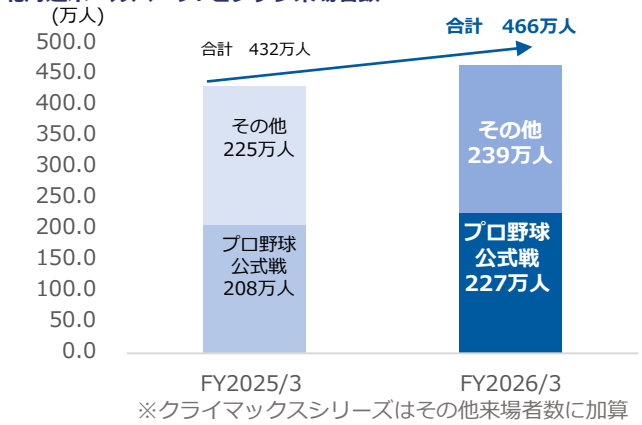
事業セグメント　ーボールパーク事業

エンターテイメント空間としてのFビレッジの価値向上に取り組み「観光地化」「街化」を深化

ボールパーク事業は、プロ野球球団「北海道日本ハムファイターズ」の経営に関わり、北海道ボールパークFビレッジを通じて、「スポーツの価値」と「北海道の価値」を融合させたビジネスモデルによる新しい「街づくり」を推進しています。



北海道ボールパークFビレッジ来場者数



※クライマックスシリーズはその他来場者数に加算

2026年3月期 売上高



2028予定の新駅開業を第2の成長起点に



大学キャンパス、飲食・商業施設、オフィス、ホテルなどを誘致し、Fビレッジの更なる「観光地化」と「街化」を推進
2028年には年間来場者数700万人を目指す

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

研究開発　ーR&D戦略

テクノロジーとイノベーションによりたんぱく質の可能性を最大限に引き出し食領域と新領域で新たな価値と未来を創造



protelinnovation プロテイノベーション

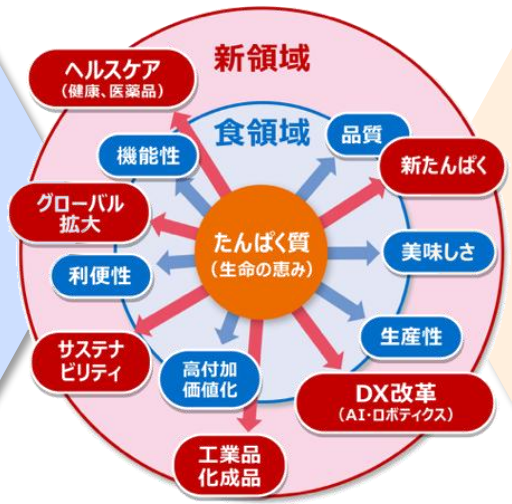
※プロテイン（たんぱく質）＋イノベーションの造語

既存事業の進化

顧客価値創造と高生産性追求

重点領域

- **生産DX領域**　（AI/IoT/ロボティクス技術による高生産・省人化生産）
- **新たなたんぱく質領域**（次世代のたんぱく質源確保）
- **美味しさ＆ウェルネス領域**（新たな食の価値提供）
- **グローバル拡大領域**（グローバルブランド創出）



新規事業の創出

ヘルスケアと社会課題解決

重点領域

- **ヘルスケア/医療領域**（畜産副産物の活用による新規領域参入）
- **アップサイクル領域**（畜産副産物や廃棄物のアップサイクルを含めた非食品領域への挑戦）





Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

サステナビリティ戦略

たんぱく質の安定調達・供給
- 畜肉の安定した供給量拡大
- 畜産農家の支援共創

食を通した豊かな生活への貢献
- 健やかなからだづくりに貢献する商品開発

新たな価値の創出
- Fビレッジの街づくりへの取り組み
- 様々なたんぱく質の可能性探索

持続可能な地球環境への貢献
- CO2の削減や家畜由来GHG抑制
- プラスチック使用量削減

挑戦する組織風土の醸成
- 挑戦を促し認める仕組みの強化･浸透
- 役員評価項目見直し



サステナビリティ4つの柱

食べる喜びの提供	新たな価値の創出
地球環境の保全	レジリエントな事業基盤の強化

事業活動を通した社会課題の解決

ニッポンハムグループは
人々の楽しく健やかな
くらしに貢献し、
生命の恵みを育む
地球環境との調和を
目指します

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

マテリアリティへの取り組み　ー環境

Web
サステナビリティサイト

「持続可能な地球環境への貢献」に基づき、目標を設定しています。

重点項目		目標	対象
気候変動への対応	CO2排出量の削減	国内の化石燃料由来の **CO2排出量 46%以上削減** （2013 年度比：国内）※	国内全拠点
		海外の化石燃料由来の **CO2排出量 24%以上削減** （2021 年度比）※	海外
省資源・資源循環	廃棄物排出量の削減	国内の**廃棄物排出量 5%削減** （2019 年度比：製造数量当たりの原単位）※	国内処理・製造拠点 （55拠点）
	廃棄物排出量に対するリサイクル率の向上	国内の廃棄物排出量 **リサイクル率 92%以上**※	国内全拠点
	用水使用量削減	国内の**水使用量 5%削減** （2019 年度比：製造数量当たりの原単位）※	国内処理・製造拠点 （55拠点）
		海外の**水使用量 5%削減** （2021 年度比）※	海外
生物多様性の対応	認証品取り扱いの拡大	**RSPO認証パーム油使用率 100%** （ブック アンド クレーム含む）※	認証パーム油 国内外の拠点

※ 目標は2030年度とする

TOPIC

パッケージ変更によるプラスチックの削減

「シャウエッセン®」シリーズにおいては、巾着タイプからエコ・ピロタイプに変更しました。また、「中華名菜®」シリーズはノントレイ包装に切り替えを行っています。これらパッケージ変更により、プラスチックの削減を進めています。



断髪でプラスチックごみ
年間 248トン削減



プラスチック使用量
21%削減

工場設備・装置を見直し水使用量を削減

年間約17万頭の豚を出荷している日本フードパッカー（株）四国工場では、冷蔵庫の霜取り装置の改善や洗浄ノズル等の見直しを行った結果、2023年5月からの1年間で水使用量の23.7%削減を実現しました。

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

マテリアリティへの取り組み　ー人財戦略について

ニッポンハムグループでは、企業価値向上に向け、企業理念である「従業員が真の幸せと生き甲斐を求める場」の実現を目指しています。

1 個の成長 ― キャリア自律支援

当社では、従業員が自ら積極的にキャリア設計できるよう、さまざまなキャリア開発支援制度を導入してるほか、ライフキャリアとワークキャリアを組み合わせた年齢別の「キャリアプランセミナー」や専門性の取得促進も行っています。

対象年齢		内容
Ⅰ	29歳	● ライフキャリア ● ワークキャリア 各階層に合わせた内容でそれぞれ実施
Ⅱ	39歳	
Ⅲ	49歳	
Ⅳ	54歳	

2 組織の成長 ― 価値創造力強化

従業員の教育について各階層ごとに行われる各種研修プログラムに加えて、各自のキャリア自律を促進するための目的別人財育成研修を拡充しています。

研修等
- 階層別研修
- 目的別人材育成研修
- 昇格プログラム
- 次世代育成研修

＋

職場
- OJT（職場での業務実践）
- MBO
- キャリア面談
- 自己申告制度

3 ダイバーシティ・エクイティ＆インクルージョンの実現

誰もが働きやすく、より多様な人財が活躍できるよう、多様性を広げるためのダイバーシティ・エクイティ＆インクルージョン、創造性を高めるためのワークライフバランス、それぞれにつながる働き方改革に取り組んでいます。

女性管理職比率
日本ハム（株）
12.7%
（前期比 +0.7%）

年間総実労働時間
日本ハム（株）
1,944時間
（前期比 -4時間）

ストレスチェック受検率

日本ハム（株）	国内のニッポンハムグループ
97.6%	95.7%
（前期比 +0.9%）	（前期比 +1.6%）

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

会社概要

商　　号	日本ハム株式会社／NH Foods Ltd.
設　　立	1949年5月30日
資　本　金	362億94百万円
代表取締役社長	前田　文男
事　業　内　容	• 食肉加工品（ハム・ソーセージなど）および調理食品の製造・販売 • 食肉の生産・処理・販売 • 乳製品および水産物の製造・販売
本　社　住　所	〒530-0001 大阪市北区梅田2-4-9 ブリーゼタワー
電　話　番　号	06-7525-3026

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、畜産の副産物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※1

72社

関係会社 65社 / 持分法適用会社 7社
日本ハム（株）含む

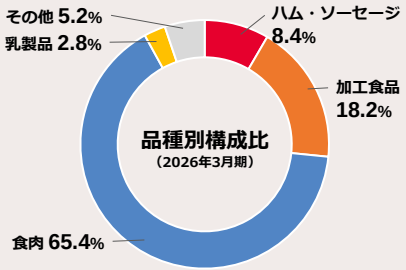
グループ従業員数※2

25,873名

国内 20,001名 / 海外 5,872名

2026年3月期グループ連結売上高

1兆4,574億円



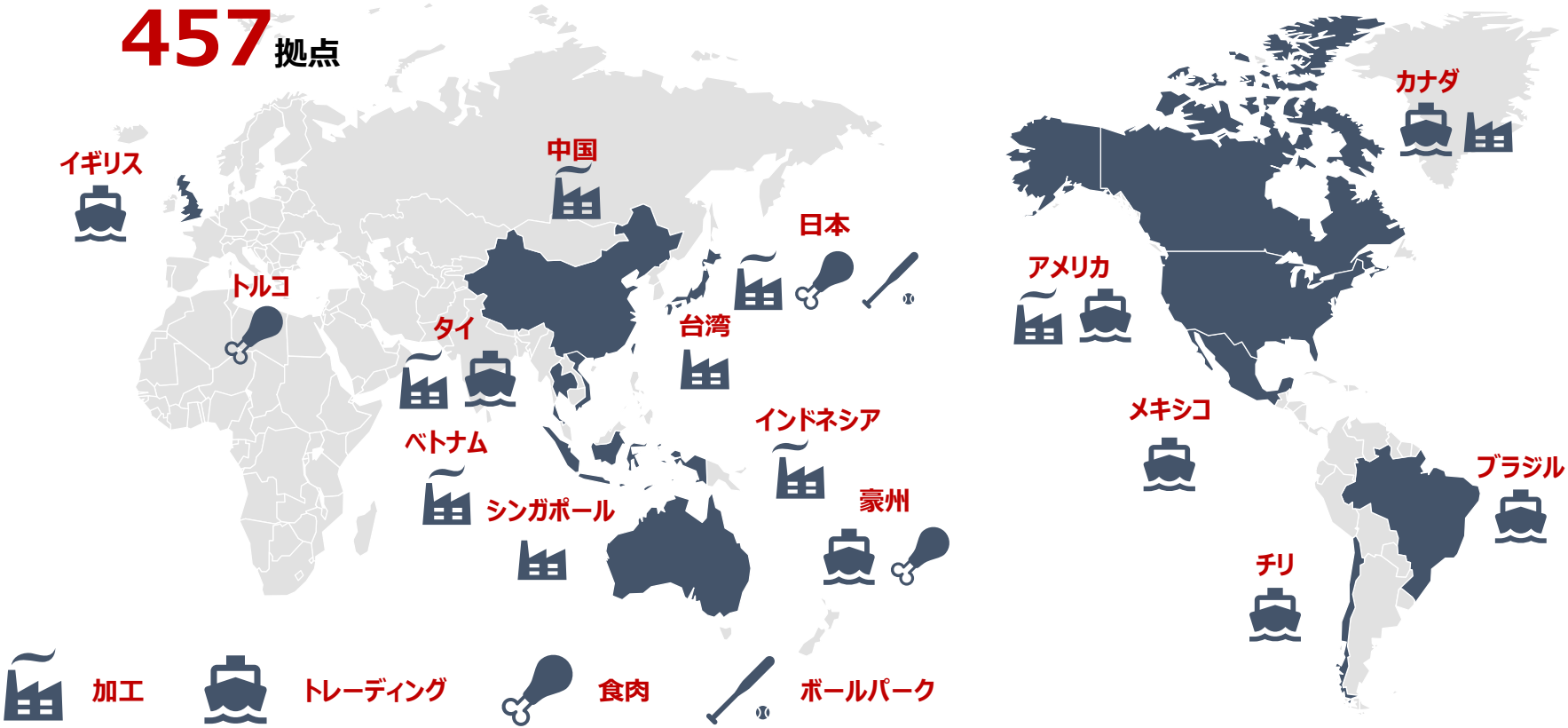
※1 持分法適用会社含む（2025年4月1日現在）　※2 平均臨時雇用者数含む（2025年3月31日現在）

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

グローバルネットワーク

事業拠点数（2026年4月1日時点）

457拠点



Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

参考資料



日ハム式 たんぱく質未来マップ

多様なたんぱく質の供給と価値向上を通じて日本の食の未来を支え続けるニッポンハムグループのさまざまな取り組みをご紹介しています。



統合報告書

当社グループの経営方針や成長戦略をご理解いただき、対話を促進するためのコミュニケーションツールです。



Table for All 食物アレルギーケア

日々の研究で収集した情報や食品メーカーならではのメニュー提案を食物アレルギーの視点でわかりやすく発信します。



Rotary

ニッポンハムグループの情報発信のほか、時流をとらえた食の話題やレシピ、健康とのかかわりなど、さまざまな角度から「食」に向き合う誌面づくりを目指しています。

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

Nipponham Group



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）