

「たんぱく質を、もっと自由に」 たんぱく質の新たな可能性追求



▲畑 佳秀社長

ニッポンハムグループは2021年3月、SDGsの達成年度と同じ30年に向け、「Vision2030」を策定し、「たんぱく質を、もっと自由に」を掲げた。たんぱく質は体の五分の一を占める重要な栄養素であり、ハム・ソーセージ商品と共に創業以来「向きあってきた」同社の根幹とも言える。畑佳秀社長は「日本で最大のたんぱく質を提供する企業と推察している」とし、その供給責任と社会的使命をさらに果たすべく、これまでの「安心・安全」「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」の可能性を広げていく。

ビジョン策定では、素案の段階で「従業員にアンケートを取り、さまざまな意見をくみ上げてきた」。今後については「植物性たんぱく質商品の拡充や新たなたんぱく質の開発など、これまでの強みを活かした新たな事業領域にも挑戦していく」と抱負を語る。畑社長は今年4月から、全国の主任・係長クラスと気軽な形でのタウンミーティングを実施。1回当たり約10名、8月時点でのべ300名ほどと対話を重ねてきた。会社の方向と従業員一人ひとりの目標を一致させ、よりチャレンジできる風土を醸成させていく。

商品では、企業理念の「食べる喜び」を基本に、「もっと自由に多様な食の選択」を提供していく上で、現在は、食物アレルギー対応の「みんなの食卓」シリーズ、糖質ゼロのハムやベーコンの「ヘルシーキッチン」など幅広い視点から多様な食の選択ができるように、たんぱく質を提案している。

また、企業メッセージに「おいしさの感動と健

康の喜びを世界の人々と分かち合いたい」がある。グループの海外売上高構成比は1割ほど。さまざまな視点で開発した思いを込めた商品を「世界の方々にも供給したい」。この思いを具現化するため、大学や国立の研究機関などとの共同研究を進め、その成果の一つとして鶏肉に含まれる成分に着目した記憶力維持を訴求した機能性表示食品の新商品を、12月開催予定の「東京栄養サミット」で海外に向けても発信していく。

今期（21年4月～）から、「Vision2030」に基づいた「中期経営計画2023」が始動している。計画の基本は「事業戦略とサステナビリティ戦略の両輪」（畑社長）。経営方針は「収益性を伴ったサステナブル事業モデルへのシフト」「海外事業の成長モデル構築」「新たな商品・サービスによる新価値提供」「コーポレート機能強化」が柱となる。また、この4つの経営方針に加えて、「部門横断推進戦略」があり、グループ一体となった総合力を発揮する全社共通戦略を企画・実行していく。

24年3月期と27年3月期の定量目標に掲げる数値（21年3月期実績比）は、24年3月期は売上高3.7%増1兆2千200億円、事業利益16.4%増610億円。27年3月期は、売上高12.3%増1兆3千200億円、事業利益50.8%増790億円。事業利益率は実績値4.5%から、5%、6%に、ROICは6%から、7%以上、8%以上に2030年度3月期までに引き上げていく計画だ。