

ニッポンハムグループの 品質保証体制と 課題解決への取り組みについて

2024/6/27

日本ハム株式会社 品質保証部 加藤 琢



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

1942年大社義規（おおこそよしのり）が
「徳島食肉加工場」（徳島県徳島市）創業。
1951年に「徳島ハム株式会社」発足。
1963年に「日本ハム株式会社」が誕生。
食肉加工からはじまり、現在、カバー
する食の領域は、食肉、加工食品、
乳製品、水産品、エキス調味料など
さまざまな分野へ広がっている。



企業理念

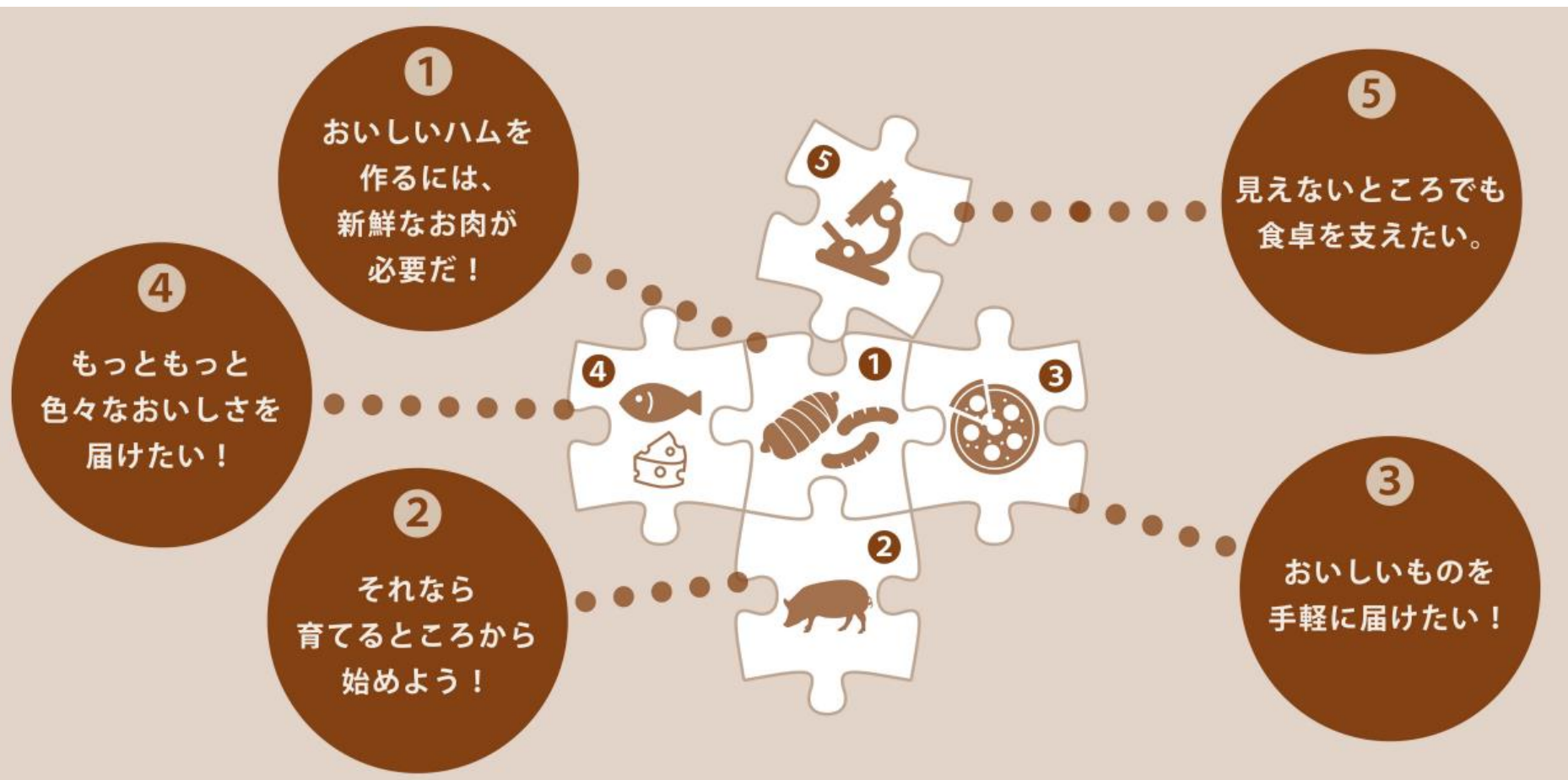
1. わが社は、「食べる喜び」を基本のテーマとし、時代を画する文化を創造し、社会に貢献する。
2. わが社は、従業員が真の幸せと生き甲斐を求める場として存在する。

企業理念の実現を追求するうえでのマイルストーンとして
「Vision2030」を策定しました。

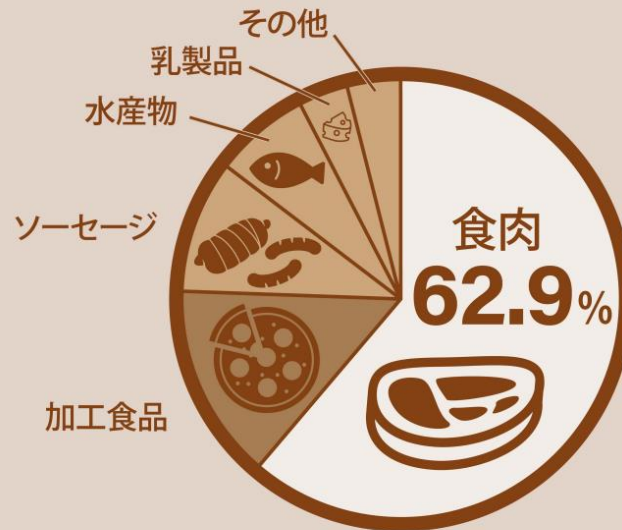


ニッポンハムグループは、もっと自由な発想で、
生きる力となるたんぱく質の可能性を広げていきます。

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。



ニッポンハムグループの事業領域と商品



売上の半分以上を占めるのは、牛肉、豚肉、鶏肉などのお肉。

ニッポンハムグループ

日本国内の食肉販売量の1/5をニッポンハムグループが取り扱っています。



売上高の品種別構成比
（2023年3月期連結）



食肉



ハム・ソーセージ



加工食品



水産



チーズ



はっ酵乳・
乳酸菌飲料



食物アレルギー
対応食品



冷凍食品



フリーズドライ



エキス調味料



健康食品



食品検査



ベンダー事業

商品例



バニラヨーグルト



日本のさば



スタミナ苑®



シャウエッセン®



石窯工房®



国産鶏肉
桜姫®



ロルフ
ベビーチーズ

ニッポンハムグループの事業拠点



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



生産・飼育



処理・加工



製造



物流



販売



スーパー



外食店

おいしくて安全なものをお届けしたい、という想いから、
生産飼育から製造販売まで、自社グループで行っています。



自社農場

151カ所



製造拠点

87カ所



物流・営業拠点

260カ所



研究・検査拠点

3カ所

II

拠点数
合計

501

カ所

(2023年4月現在)

2023年4月、ニッポンハムグループ品質方針を改定しました。わたしたちの商品・サービスの品質として3つの品質を掲げ、その実現を目指した土台創りを推進しています。

●安全品質

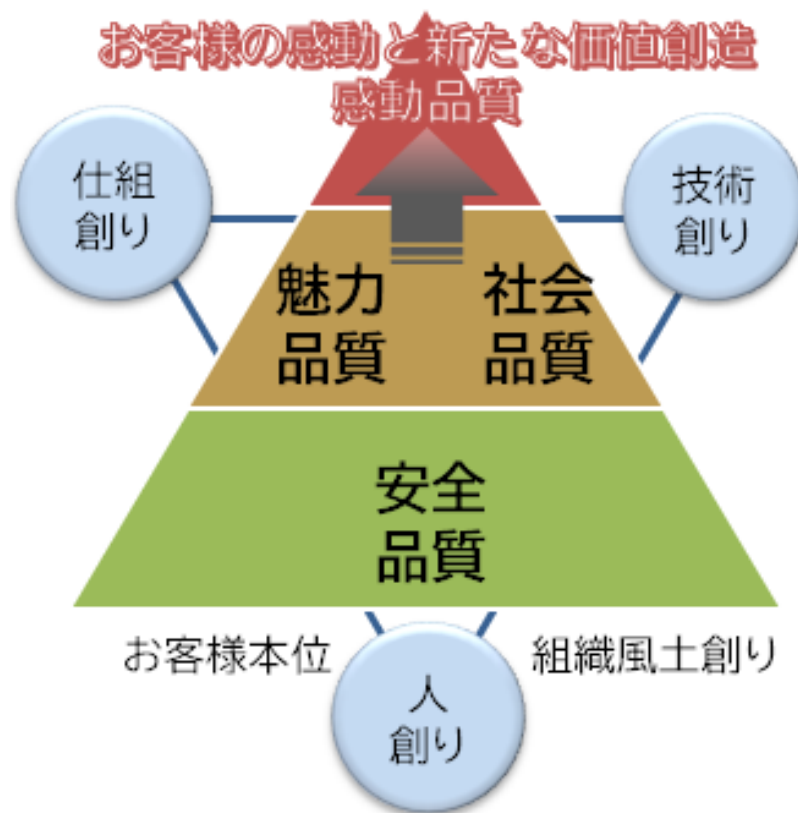
お客様に安心して手に取っていただくためには、**商品はもとより関連する情報やサービスは安全に配慮されなければなりません。**安全に関連する法令・基準の遵守はもとより、食品安全マネジメントシステムに基づく取組みを継続し向上させ、お客様にお届けする商品・サービスの安全を守ります。

●魅力品質

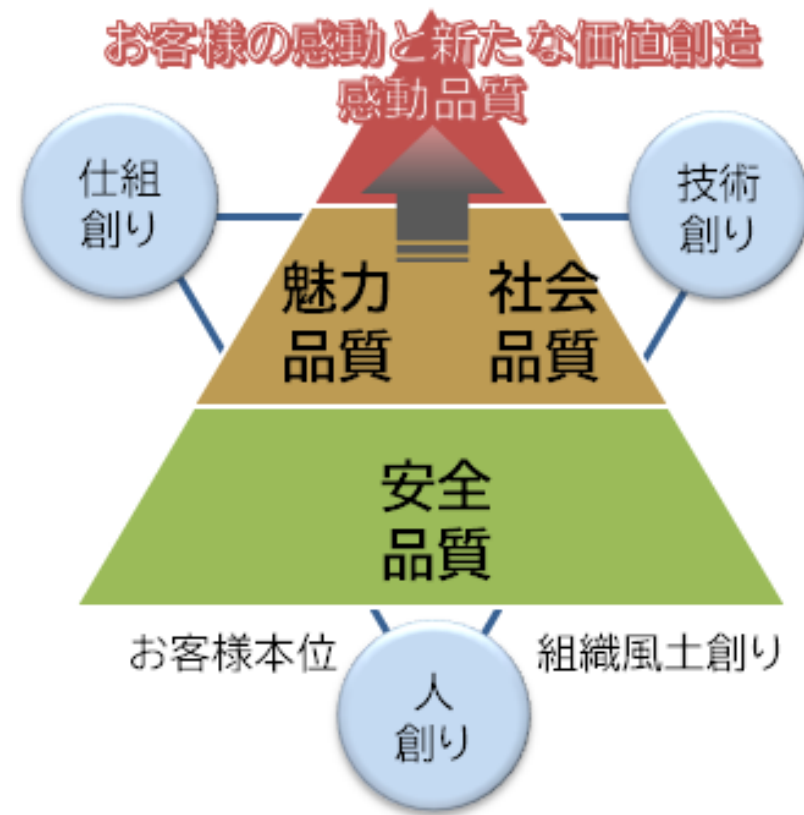
お客様に手に取っていただく**商品は、サービスも含め、お客様にとって魅力的なものであることが大切です。**おいしさや便利さ、迅速・丁寧な対応など、お客様とのコミュニケーションを通じた商品・サービスの開発と改善に継続的に取り組みます。さらには、お客様に感動していただける品質、お客様のより良い生活に貢献できる新しい価値創造に挑戦します。

●社会品質

お客様に手に取っていただいた**商品とサービスは、地球環境、健康、食の多様性などの現在・将来の社会課題に配慮されたものであることが求められています。**将来に渡って食を安定的にお届けする責任を果たすため、社会の要請に応え、社会課題の解決に貢献する商品、サービスへと品質を進化させていきます。



ニッポンハムグループは、商品・サービスに求められる品質として、安全品質、魅力品質、社会品質の3つを掲げ、その実現を目指した人創り、技術創り、仕組創りを推進します。そして、安全でより良い品質の商品・サービスを通して、お客様の「食べる喜び」と健康でより良い生活に貢献します。



お客様と従業員が深くつながり
新たな価値を共創する

1. お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様の期待に応える商品・サービスをお届けします。 **(お客様本位)**
2. おいしさの追求と自由な発想で、お客様の感動と新たな価値創造に挑戦します。 **(魅力品質)**
3. 法令・基準を遵守し、農場から食卓までの食品安全の取り組みを向上させるとともに、お客様に適切な情報を提供します。 **(安全品質)**
4. 生命の恵みを大切にし、商品・サービスの持続可能性を高め、食の安定供給と社会課題の解決に繋がります。 **(社会品質)**
5. 品質をグループの最も大切な価値とし、人・技術・仕組を創り、安全でより良い品質を目指す活動を全役職員で継続します。 **(実現し続ける力：人・技術・仕組・組織風土)**

➡感動・新価値の創造

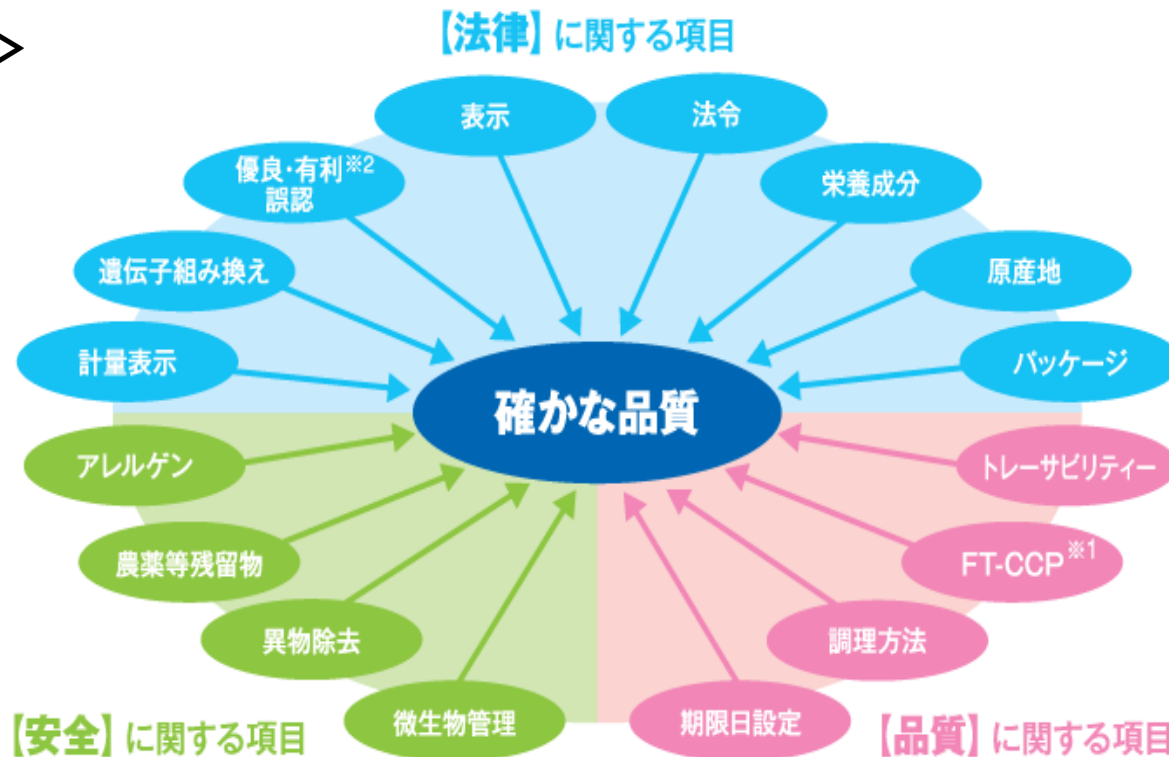
ニッポンハムグループでは、安全な商品をお届けすることが社会的責任と考えています。そのために、**安全審査・品質監査・安全検査**の3つの機能を有機的に連携させ、それに関わる**人財を育成**しています。



安全審査

商品発売前に、原材料の安全性の審査や、表示・規格の法令への適合審査を行い、商品の表示・商品カルテを通してお客様に安全をお伝えします。

<確認内容>



※1 FT-CCP:
Fresh & Tasty Critical Control Pointの略で
<鮮度と美味しさ>の重要管理項目という意味の
ニッポンハムグループ独自の取り組み。

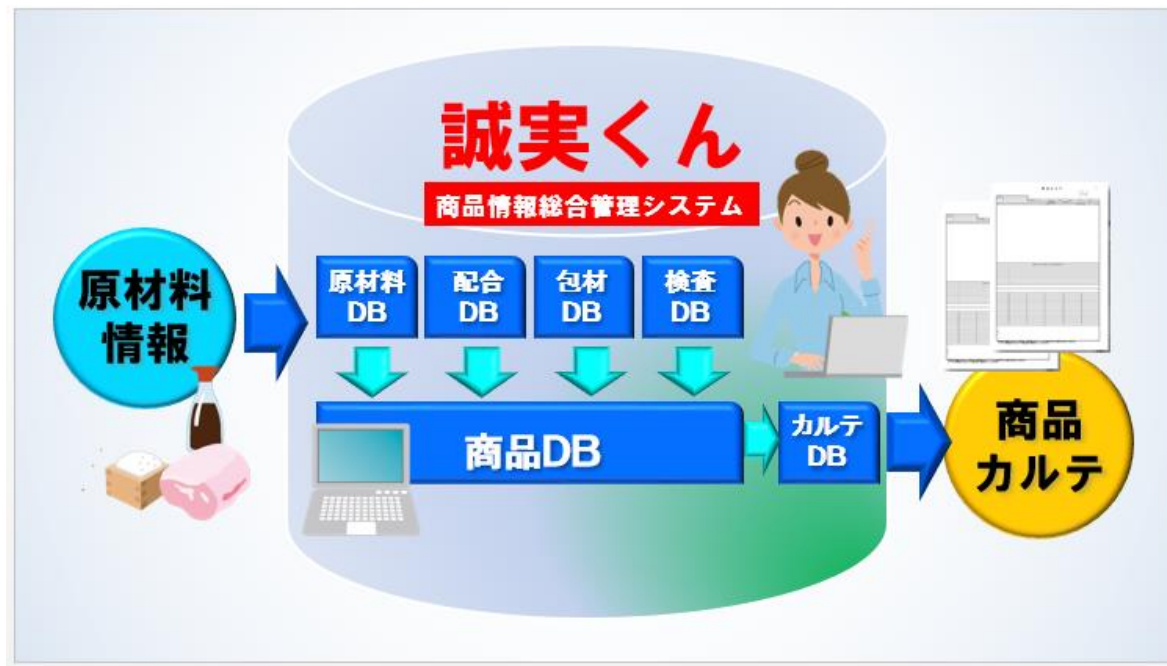
安全審査

誠実くん® 3 システムを活用した総合チェックと一元管理を実施

＜確認内容＞

原材料情報から食品表示作成、
「商品カルテ」発行まで
システムメインで実施。

個別品目ごとの表示ルール、
添加物使用基準や、
JAS規格への適合等を
システムを活用し判定。



品質監査

お客様へ安全で確かな品質の商品をお届けするため、ニッポンハムグループの品質保証担当者が連携して国内外の生産地、製造工場等で品質にかかわる項目を確認しています。

品質監査の実施

確認内容

- 自社品質ルール
- 世間情勢を反映した項目
- 国内外の最新の法令や情報
- お客様からの声、ご指摘の状況
- 国際標準規格などの時代の要請に対応した項目



原料保管状況の確認



CCP工程（重要管理点）の確認



洗浄状態の確認

時代の要請に対応した監査項目



施設設備の確認



フードディフェンス対策状況の確認



特色ある原材料の取り扱い確認

監査項目の例

- 食品安全マネジメント、経営者の責任
- 開発設計・製品化
- 内部監査・是正処置
- サプライヤーのパフォーマンス
- トレーサビリティ
- フードディフェンス
- 施設設備の要件・衛生管理
- 保管・出荷・流通の管理

品質監査

自社品質保証ルール（日本ハムグループ品質保証規程）や国際標準規格（GFSI等）などに対応した項目を中心に確認。加えて、毎年テーマを定め、重点的なチェックを実施。また、品質監査員にはリーダー、メンバーそれぞれに必要な力量要件を設定し、監査そのもののレベルの維持向上に努めている。

【目線の例】

- ・ **組織とマネジメント体制**
 - － 食品安全に関するトップの方針、従業員への周知状況
- ・ **原材料管理**
 - － 原材料の産地や銘柄・ブランドなどが適切か
- ・ **施設設備の衛生管理**
 - － 製造機械や器具、使用水などの衛生管理状態
 - － 洗浄作業の状態
- ・ **生産工程管理**
 - － 製造における各工程が手順通りに行われているか
 - － 異物検査機器の確認・アレルギー等の交差汚染（コンタミネーション）
 - － 賞味期限印字の管理など
- ・ **トレーサビリティ**
 - － 原料から製品まですべての工程がつながる履歴管理をしているか
- ・ **フードディフェンス**
 - － 原料や製品への意図的な異物の混入を防止する多角的な取り組みができているか

安全検査

人体に影響を及ぼす有害微生物、食物アレルギー物質、農薬や動物用医薬品などが入っていないかを検査で確認。



動物用医薬品等の検査



食物アレルギー物質検査



微生物検査



賞味期限の確認検査



工程検査



官能検査

検査員の力量の維持向上のため、内部・外部による検査精度の確認実施。
特に微生物検査については、eラーニング、研修等で重点的な人財育成に取り組んでいる。

人財育成

品質保証技術向上のための人財育成のため、知識の習得からスタートし、専門知識・技術を持つ専門家育成を進めています。①知識 ②基礎技術 ③専門技術の3ステップで確かな品質をつくるための人財育成に取り組んでいます。

<人財育成体系>



HACCP

ISO9001

ISO22000

FSSC22000

JFS規格

SQF

BRC

ISO17025

**安全性に対する客観的評価として、生産・製造拠点では外部
認証の取得を推進。外部認証取得数は国内・海外で約120
(2024年3月時点)**

- ・ 原材料調達の課題
- ・ 人財確保の課題
- ・ 工場・機械器具のメンテナンス等に関する課題
- ・ 技術の伝承・教育に関する課題 etc



食品の品質保証については、常に、スパイラルダウンを防ぐための継続的な努力が必要。



品質保証に魔法は無く、5Sを中心とした環境整備、教育など、基本的な取り組みをベースとする必要性は変わらない。

QCD (Quality (品質)、Cost (コスト)、Delivery (納期))について、Qの確保を前提に、C、Dを両立するためには、経営レベル、技術者レベル、現場レベルそれぞれの階層からのアイデア出し・改善・改革の実行が必要。

しかし近年、品質保証の分野においても、1社だけでは対応困難なテーマが、しばしば発生する。

課題解決への取り組み（原料原産地表示制度への対応）



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

2017年、全ての加工食品を対象とする原料原産地表示制度が施行。
経過措置期間を経て、2022年4月より完全施行。ハム・ソーセージ類については、
重量第一位の原料の原産地表示が義務となった。

【表示例】

■一括表示枠内に原料原産地名欄を設けた場合の表示例 1 1 国を使用した場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ 原料原産地名：アメリカ（豚肉）	■原材料名欄に原材料の次に括弧書きをした場合の表示例 1 1 国を使用した場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉（アメリカ）、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・
2 2 国を使用した場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ 原料原産地名：アメリカ、カナダ（豚肉）	■一括表示枠内に表示することが困難で、記載箇所を明記のうえで別の箇所に表示した場合の表示例 4 4 国を使用し、3 3 国目以降を「その他」と括弧しない場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ 原料原産地名：枠外下部に記載 原料豚肉の原産地名 日本、アメリカ、カナダ、メキシコ

注：赤字は表示の特徴を強調するために示しているものであり、実際の製品への表示では、色を使いわける必要はありません。

（引用元）新しい原料原産地表示制度 -事業者向け活用マニュアル-
[gengen_hyoji-6.pdf \(maff.go.jp\)](https://maff.go.jp/gengen_hyoji-6.pdf)

【表示例】

■一括表示枠内に原料原産地名欄を設けた場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ 原料原産地名：アメリカ又はカナダ（豚肉） ※豚肉の産地は、昨年度の使用実績順によるものです。	■3 3 国以上使用し、3 3 国目以降を「その他」と括弧した場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ 原料原産地名：アメリカ又はカナダ又はその他（豚肉） ※豚肉の産地は、昨年度の使用実績順によるものです。
■原材料名欄に原材料の次に括弧書きをした場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉（アメリカ又はカナダ）、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ ※豚肉の産地は、昨年度の使用実績順によるものです。	■使用割合が5 5 %未満の産地がある場合 名 称：ウインナーソーセージ 原 材 料 名：豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、・・・ 原料原産地名：アメリカ又はカナダ又は日本（5 5 %未満）（豚肉） ※豚肉の産地は、昨年度の使用実績順・割合によるものです。

※一定期間使用割合の高いものから順に表示した旨の注意書きが必要

注：赤字や青字は表示の特徴を強調するために示しているものであり、実際の製品への表示では、色を使いわける必要はありません。

注：上記の表示例における注意書きの部分は、過去の一定期間における産地別使用実績に基づく注意書きの例です。他に、今後の一定期間における産地別使用計画に基づく場合は、「○○の産地は、今年度の使用計画順」などと注意書きを記載します。

ハム・ソーセージ類について、その主原料である食肉（豚肉、鶏肉、牛肉など）は数多くの産地（国）からグローバルに調達している。コロナ、鳥インフル等の疾病や各国の需給、生産状況の影響で、原材料調達は、あらかじめ長期的な見通しを立てることが難しい場合が多い。

➡これらは同業メーカー共通の事情であり、1社単独ではなく、業界全体で、合理的で実行可能な対応方法を検討・確立していく必要があると考えられた。



2019年、この「1社では解決や対応が困難な」原料原産地表示制度について、ハムソー業界全体としての統一的対応方法の検討・確立を最初のテーマとして、ハムソーメーカー有志による「**食肉加工品質保証勉強会**」を立ち上げ。ハムソーメーカーだけでなく、業界団体にもご参画頂き、各メーカーで実運用時に想定される諸課題を含め、対応方法を協議（2019年8月～2021年5月の間に計11回開催・延べ参加人数208名）。また、大手小売りの品質保証担当者もお招きするなどし、ハムソー業界における運用方針の周知にも取り組んだ。

ふだんは互いに競争関係＝ライバルであるハムソー業界各社の品質保証部門メンバーがそれぞれの会社の垣根を超え、「原料原産地表示制度」という共通テーマへの対応で協業し、業界として統一の運用方法の共創・確立に向けて取り組んだ。



食肉加工品質保証勉強会メンバーで議論し、課題や論点を整理。



業界団体より、農林水産省・消費者庁へ確認。



**頂いた回答を、業界団体会員・組合員である各メーカーへ共有。
業界内への広い周知を図った。**

（例）

- ・原料供給の見通しの不透明さから「過去実績」や「使用計画」表示との整合性が取れないケースについて
- ・「又は表示」について、結果的に該当年の需給状況によって5%を切ってしまう（或いは「5%未満」と表示して5%を超える）可能性について
- ・例外表示の根拠資料の取り方について etc

（日本食肉加工協会の公式サイト「お知らせ」欄に掲載）

新規法令への対応方法等については、1社だけが独自の対応を行っても、その妥当性については確信を持ちづらいケースがある。「当社1社だけではなく、業界団体の支援や、省庁とのコミュニケーションも踏まえ、自社他社含めた業界全体がそのような対応を行っている」という形が取れることが、自社にとっても、業界にとっても一番良いと考える。

「1社だけでなく、業界全体で考え、解決策を共創する」の認識のもと、現在も「食肉加工品質保証勉強会」は業界共通の課題について、現在進行形で議論を継続中。勉強会には、各会のテーマごとに、消費者庁 担当官、厚生労働省 担当官、計量器メーカーなどをお招きし情報提供・意見交換を実施。業界全体の課題解決のための議論の場としている。

食肉加工品質保証勉強会、現在の主なテーマ

- ・ ハム・ソーセージ類の個別品目表示ルールの見直しの方向性
- ・ 食品用器具・容器包装ポジティブリスト制度への対応方法
- ・ 計量法改正（自動はかりの検定義務化）に伴う対応方法
- ・ 業界統一Q&Aの作成検討（例：使用添加物について）

現在われわれが持っている課題は、1社だけで片付けられない大きなものも多い。それらの課題は、自社だけの課題でなく、多くの場合は業界全体の課題であり、各社、同じ悩みを抱えている。

それらの解決方法として、**1社で悩まず、ネットワークを広げ、同業各社有志（+業界団体）での情報交換・協議が、課題解決に有効であり、業界全体のリスク回避にもつながる。**