

伊藤ハム米久ホールディングスの 品質保証部の実務と サステナビリティとのかかわり方



伊藤ハム米久ホールディングス（株）
品質保証部 岩間定樹

1. 伊藤ハム米久ホールディングスと品質保証部の概要
2. 伊藤ハム米久ホールディングスのサステナビリティ
3. 品質保証部の取り組み

1. 伊藤ハム米久ホールディングスと品質保証部の概要

伊藤ハム米久ホールディングス <沿革>



- 1928年 創業者 伊藤傳三が「伊藤食品工業」を個人創業
- 1965年 創業者 庄司清和が「米久食品」を個人創業
- 2009年 三菱商事・伊藤ハム・米久が包括業務提携契約を締結
- 2016年 **伊藤ハム米久ホールディングス(株)設立**
⇒伊藤ハムと米久の品質保証機能を統合、HD品質保証部へ
- 2021年 食肉事業本部の本部機能を統合
- 2022年 加工食品事業本部の本部機能を統合

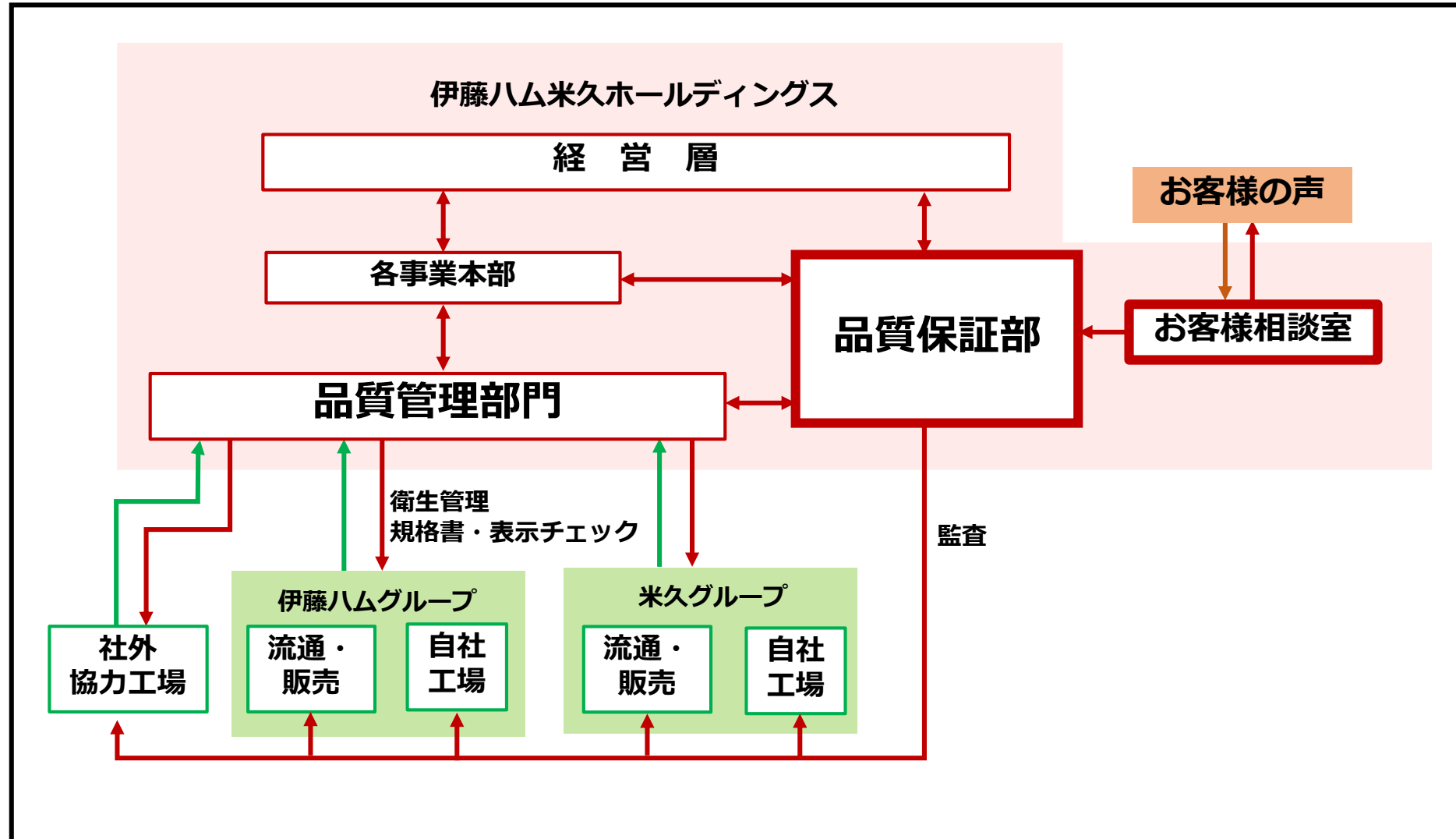
品質理念

私たちは、すべての事業活動において「お客様第一」を念頭に、お客様においしく、安全で安心な商品やサービスの提供をお約束します。

品質方針

1. お客様の声に真摯に耳を傾け、お客様のニーズに沿った商品の開発やサービスの向上に努めます。
2. お客様の立場になり、正確で分かりやすい情報提供を心がけます。
3. 調達、生産、物流、営業、販売に至るまで、より高い品質を追求し安全を確保する体制を構築します。
4. 一人ひとりが、お客様に安全で満足いただける品質を目指します。

品質保証体制 <イメージ>



東日本・西日本
品質監査室

自社生産施設・社外協力工場の
食品衛生監査



お客様相談室

品質保証部

直営店・物流担当



伊藤ハム（西宮）、米久（沼津）
2拠点体制

直営店（デパ地下等）・物流施設・
ギフトセンターの食品衛生監査



品質企画担当

全社規程・ルール整備、社内勉強会開催、
部門間連携会議運営






2. 伊藤ハム米久ホールディングスのサステナビリティ





- 2021年度、取締役会の諮問機関として「サステナビリティ委員会」を設置。
- 当委員会の目的は、事業と社会の持続可能性を実現するサステナビリティ経営をグループ全体で推進すること。
- 2022年度、事業部門と連携してサステナビリティに関連した経営課題に対応する専門部署「サステナビリティ推進室」を新設し、7つの「**マテリアリティ**」と「**目標**」を設定。



7つのマテリアリティ

マテリアリティ	考え方	取組み項目	目標 (KPI)
<p>1  健やかで豊かな食生活の実現</p>	<p>安全・安心で価値ある商品・サービスの提供を最優先とする。</p> <p>さらに、健康志向や簡便志向、食品ロスの低減など、多様なライフスタイルや社会的ニーズに対応した商品・サービスを提供する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 安全・安心な食品の提供 良質なたんぱく質の提供 多様なライフスタイルに対応した商品開発と健康価値の提供 食品ロス低減につながる商品の拡大 	<p>食品安全の第三者認証拠点数 2023年度 国内全生産施設 (45施設) の取得完了 (2022年度43施設)</p>
<p>2  地球環境への配慮</p>	<p>当社事業が地球環境に密接に関連していることを認識し、資源の有効活用、温室効果ガス排出量の削減などの環境負荷の低減に努めるとともに、生物多様性にも配慮した取り組みを推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 温室効果ガス排出量の削減 エネルギー・用水使用量の削減 廃棄物排出量の削減 生物多様性の保全 プラスチック使用量の削減 	<p>温室効果ガス排出量 (CO2換算) 2030年度 2016年度比半減、2050年ネットゼロ (2016年度375,982t ⇒ 2021年度370,878t ⇒ 2030年度187,991t)</p> <p>エネルギー・用水使用量 (原単位) 2021年度を基準年として毎年1%削減、3年で3%削減 (エネルギー：2021年度9.8GJ/t、用水：2021年度17.6m³/t)</p> <p>廃棄物排出量 (原単位) 2021年度を基準年として毎年1%削減、3年で3%削減 (2021年度101.2kg/t)</p>
<p>3  従業員一人ひとりが活躍できる職場づくり</p>	<p>事業活動を支える従業員が安心して働くことができる職場環境を確保するとともに、多様な価値観と働き方を尊重する。</p> <p>従業員が企業とともに持続的な成長を目指していける風土を醸成する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人材開発・育成 ダイバーシティの尊重 ワークライフバランスの推進 労働安全衛生・健康管理・人権尊重 	<p>研修参加人数 (年間) 2023年度14,000名 (2021年度13,389名)</p> <p>管理職の女性比率 ※主要国内グループ会社 2030年度 10% (2021年度6.1%)</p> <p>係長級の女性比率 ※主要国内グループ会社 2030年度 20% (2021年度10.9%)</p> <p>有給休暇取得率 (1人当たり年間) 2025年度 70% (2021年度62.8%)</p>

7つのマテリアリティ

マテリアリティ	考え方	取組み項目	目標 (KPI)
<p>4  持続可能な調達と安定供給の推進</p>	<p>畜産産業をはじめとした当社のすべてのビジネスパートナーと協調して人権尊重やアニマルウェルフェアなどの社会課題の解決を目指し、持続可能なサプライチェーンを構築する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な畜産産業への貢献 社会 人権を尊重した調達の推進 アニマルウェルフェアへの配慮 	<p>動物の糞のリサイクル率 100%を維持</p> <p>ヘルスケア事業の売上高 2025年度 105百万豪ドル (2021年度85百万豪ドル)</p> <p>サプライヤー調査カバー率 2022年度より調達額80%を対象として毎年実施</p> <p>妊娠ストール(豚)の廃止 妊豚舎を新築・改築する場合は、妊娠ストール方式を廃止し、群飼方式もしくはフリーストール方式の飼育方法とする</p>
<p>5  地域社会への貢献</p>	<p>地域社会の一員として、また、良き企業市民として、地球環境への配慮や安全衛生、雇用の創出など「社会との共生」を重視した取り組みを推進する。</p>		
<p>6  コーポレート・ガバナンスの強化</p>	<p>持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指し、コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方に基づき、最適なガバナンス体制を構築する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンスの遵守・推進 リスクマネジメント 	
<p>7  妥協しない美味しさと高品質へのこだわり</p>	<p>これまで歩んできた歴史と技術の伝承を守りながら、すべてのお客様に喜んでいただける商品・サービスの提供を目指す。</p>		



健やかで豊かな食生活の実現

- 安全・安心な食品の提供
- 良質なたんぱく質の提供
- 多様なライフスタイルに対応した商品開発と健康価値の提供
- 食品ロス低減につながる商品の拡大

取り組み事項



- 大豆ミート食品の開発
- ロングライフ商品（常温・冷凍食品）の開発
- 賞味期限の延長
- 個食化への対応
- 減塩商品・低カロリー商品の開発

品質保証部

- 安全・安心の商品が担保できる製造現場へのサポート
- 科学的な根拠が伴っているかの確認
- 正しい情報を消費者へお届けする
- 消費者からの声に耳を傾ける・正しい情報を社内に提供する

社内への教育・情報提供などを強化



地域社会への
貢献

お客様相談室は、「社会・地域からのご意見」の**受付窓口**として
役割の重要性が増す



- 車の運手に関する苦情
- 従業員からの意見
- 従業員への苦情
- アニマルウェルフェアに関するご意見



持続可能な
調達と安定供給
の推進



アニマルウェルフェアとは、元々ヨーロッパで
生まれた概念で、「快適性に配慮した家畜の飼
養管理」と定義されています。

商品やサービス以外の問い合わせに対して「マニュアル整備」も進める

3. 品質保証部の取り組み

品質保証連絡会

- 各事業本部の品質管理担当部署が参加。
- 品質管理・品質保証に関する全社的な規程・ガイドライン等の策定や情報共有、および危機管理を含めた管理体制の見直し等を行う。

食品表示会議

- 法律改正や社会情勢に即した食品表示やデザインの立案・作成、および表示リスク等の低減を目的に開催。
- 表示・デザイン作成部門および品質管理部署が参加し、食品表示・デザインに関する全社的な規程・ガイドライン等の策定や情報共有、および管理体制の見直し等を行う。

お客様の声会議


- お客様の立場に立った分かりやすい表示・デザインの推進、および顧客満足度向上を目的に、お客様相談室、調達・企画・営業・販売に関わる部門および品質管理部署が参加。
- お客様からのお問合せ（ご意見・ご質問等）を分析・共有すると共に、これら情報を活用した商品改善や商品開発を目指す。

【お客様の声による改善事例】

お客様の声 御殿場高原ももハム

開封口のつまみが小さいので開けづらいです。

米久 「あけくち」を大きくし、開けやすくしました。



お客様の声 糖質0サラダチキン 3連

栄養成分表示に「1パック当たり」とありますが、1個のことですか？ 3個のことですか？

伊藤ハム 1個当たりであることがわかるように表示を「1個当たり」に変更しました。



栄養成分表示 (1個当たり)	
エネルギー	69 kcal
たんぱく質	11.5 g
脂質	4.6 g
炭水化物	0.3 g
糖質	0 g
食物繊維	0.3 g
食塩相当量	1.7 g

お客様相談室勉強会

- お客様相談室（西宮、沼津）メンバーにより、毎月開催。
- 失敗事例・成功事例の共有、それらを題材としたケーススタディにより、電話対応の目合わせ、応対品質の向上に取り組む。
- その他、ACAP^注からの情報なども題材として活用。

注）（公社）消費者関連専門家会議

お客様満足度調査

- ご指摘（クレーム）に対する代品・お詫びの品を発送する際にアンケートはがきを同封。
- ご連絡から完了までの各段階の対応についてお客様に評価して頂く。自由記述でもコメントを頂く。
- 評価の集計結果や、頂いたコメントを元に改善に取り組む。



応対品質の向上

お客様の声

お客様相談室で受け付けた、ご意見・ご要望、おほめの言葉を毎月、社内ポータルで共有

食のニュースレター

食にまつわるニュースやトピックスを毎月、社内ポータルで共有

食品情報

法改正や景品表示法の措置命令、輸入食品の違反事例などを各部門の品管部門等のメンバーに日々メールにて配信

QAエクスプレス

季節や外部環境に応じた注意喚起情報、社内・外で発生したミスやトラブル事例などを毎月、自社工場・協力工場に配信

食品表示勉強会

- 品質管理部門の表示作成担当者を対象に毎年実施。
- 本年度より初級編、中級編、上級編に階層を分け開催。
- 品質管理部門に限らず、様々な部門の従業員が受講できるよう変更。
- その他、大豆ミート等、従業員の要望に応じたテーマ別勉強会を計画中。

景品表示法勉強会

- 違反事例や、質問の多い事項を中心に適切な表現の仕方について毎年開催。
- 表示確認を行う品質管理部門に加え、営業や商品開発・企画など販促物やパッケージデザインに関わる部門を対象に実施。
- 毎年、300人を超える従業員が参加。



ご清聴ありがとうございました。