

ニッスイグループ サステナビリティ経営を加速

マテリアリティを見直し、複雑化する外部環境に対応

従来、マテリアリティは「豊かな海を守り、持続可能な水産資源の利用と調達を推進する」「安全・安心で健康的な生活に貢献する」「社会課題に取り組み多様な人材が活躍できる企業を目指す」の3つであった。その後、サステナビリティ経営におけるマテリアリティとは、さまざまな経営課題の中で企業とステークホルダーの両者にとって大きな影響を及ぼすものとの認識が同社内で進み、経年とともに顕在化した気候変動や人権などのESG関

連事項、地政学的リスクや技術革新への対応など多様な課題に対応するべくマテリアリティの見直しに至った。優先的に取り組むべき課題を再整理した結果、「持続可能な地球環境を創る」「健全な社会をともに創る」「活き活きと働く人財を創る」「食の可能性を追求し未来を創る」の4つに分類された10のマテリアリティ

Recipe for the Planet 持続可能な地球環境を創る	海洋の生物多様性の主流化
	脱炭素・循環型社会への貢献
Recipe for Society 健全な社会をともに創る	持続可能なサプライチェーンの構築
	健康課題の解決
Recipe for Teammates 活き活きと働く人財を創る	人財育成と多様な人財の活躍
	労働力確保と生産性の向上
	ミッションへの共感とブランディング
Recipe for Growth 食の可能性を追求し、未来を創る	DXによる革新
	グローバル展開の加速
	食に関わるイノベーションの創出

図1：新たに特定した10のマテリアリティ

ニッスイグループは、長期ビジョン「Good Foods 2030」のもと、サステナビリティ経営を加速している。2016年度に「CSR(当時、現在はサステナビリティ)のマテリアリティ(重要課題)」を特定して取り組んできたが、7年を経て外部環境の変化や新たに生じた多様な課題に対応すべく、23年度にこれを見直した。これに伴いマテリアリティを、「ニッスイグループの持続的な成長と中長期的な企業価値向上(ミッションの体現・ビジョンの実現)に向けて優先的に取り組むべき経営上の重要課題」と定義して、25年度からの次期中期経営計画策定の基盤に据える。

中でも、事業における天然資源への依存度が高い同社が取り組んできた「水産資源の持続的利用」については、「海洋の生物多様性の主流化」として新たに特定された。海洋環境への負の影響を最小限に抑え、水産資源を持続的に利用することで、海洋の生物多様性の保全・回復に貢献し、サステナブルな水産業を実現

TNFDは、自然に負の影響を与える資金の流れを転換させ、自然に良い影響をもたらすことを目的としている。TNFDは金融機関や事業会社が自身のビジネスの自然への依存度や自然に与える影響を評価、管理、報告するための枠組みを提供するとともに、自然関連のリスクを評価し、うえで財務上の情報開示を求め、世界的な取り組みだ。

レポートでは、漁業および養殖事業の自然資本への依存と影響を分析、それぞれに想定されるリスクと機会を評価、主な対応策を明確にする。今回調査した水産物の資源状態の把握と対応すべき課題の抽出を目的に定期的に実施しているもので、持続的な水産物の調達のための体制構築に役立てている。今回

し、食料問題や環境問題の解決への貢献を目指す。新たに特定したマテリアリティは全社のリスクマネジメントとも連動しており、25年度からスタートする中期経営計画「Good Foods Recipe 2」に反映される。

また具体的な取り組みとして、海鳥・海獣類の混獲防止、海洋環境負荷低減のための飼料・給餌システム開発、養殖漁業の沖合化、陸上養殖、完全養殖、抗菌剤の使用量削減、生物多様性の保全活動などを推進している。

そのによると、22年にグループ全体で取り扱った水産物276万トンのうち、83%が管理の仕組みのある漁業から調達したもので、75%が適切に維持・管理できている資源(優れた管理)状態にあるもの(「管理状態にあるもの」)であり、前回の71%から4%増加した。一方で、管理の仕組みはあるものの資源状態が「要改善」状態の漁業から調達したものは前回と同水準の8%。管理の仕組みやデータがなく評価できない漁業(プロフィール未登録)によるものは前回より4%減少したものの17%だった(図2)。

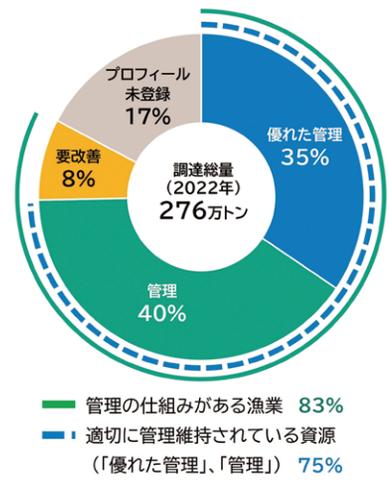


図2：ニッスイグループ 水産資源状態調査結果

このほか、取り扱量の

ニチレイフーズ 健康ブランドを全国展開

毎日の食事で手軽に楽しくたんぱく質

上位1〜3位は順にスケソウダラ・アンチョビータ(ペルー・アンチョビー)・マイワシで約54%を占めており、これらは管理の仕組みがあり持続性が確保できて

いるが、それ以下の魚種には管理の仕組みのないまたは不十分な漁業によるものも含まれている。

今回の調査結果では、持続的な水産資源の調達が進

捗していることが判明した一方で、管理の仕組みやデータがなく評価できない漁業や改善が必要な漁業によるものも依然として存在しており、これらについて

は今後、優先順位をつけて対応していくことにしている。

ニチレイフーズは、3月から健康ブランド「everyONe meal」(エブリオンミー)を全国展開する。毎日の食事で手軽に楽しくたんぱく質が摂れるのが特長で、「ミルク仕立ての具だくさんスープゾット」「トマトで煮込んだ具だくさんスープゾット」などを昨24年秋からエリア限定で先行販売してきた。健康を気遣う子育て世代、運動習慣のある中高年世代、健康をより意識するシニア世代から支持され、想定以上の売り上げをみせている。

今回、「1食当たりのたんぱく質量」が摂れる価値を分かりやすく1人前トレイ入りの米飯メニュー4品を新発売し、既存品を含む全13品で全国販売をスタート。家庭用売場を中心に展開し、継続的なブランド価値向上をめざす。

「everyONe meal」は、一人ひとりの客を表す「エブリワン」と日常の食事「ミール」を組み合わせ、必要な栄養素を「ON」するメニューを届けたいという想いを込めた、ニチレイの健康ブランド。ニチレイグループのマテリアリティ1番「食と健康における新たな価値の創造」の実現に向けて立ち上げた。素材の味や香辛料を生かした調理法で配合をコントロールする、ニチレイフーズの「おいしさを再現技術」を活用し、100g当たりたんぱく質を9g以上配合している。新規4品の米飯メニューは次の通り。



「生姜香る参鶏湯」(1個人入り240g)は、もち麦入りごはんとはぐした蒸し鶏が、濃厚な旨味のあるスープとマッチした参鶏湯(サムゲタン)。「鶏と豚ひき肉のキーマカレー」(1個人入り260g)は、色鮮やかなタメリックライスに、8種のスパイスを配合したカレールーを合わせたキーマカレー。「鶏だし香るカオマンガイ」(1個人入り250g)は、チキンコンソメで釜炊きしたごはんに、厚めにスライスした鶏むね肉をのせている。「5種野菜のチーズビビンバ」(1個人250g)は、コチュジャンソースで味付けしたご飯に、ピリ辛の肉みそと5種の野菜(もやし、人参、小松菜、ぜんまい、大根)のナムルを彩りよくトッピングした。

NIKKA WHISKY

クセがないから、クセになる。

BLACK Clear

ブラックニッカ クリア



ウイスキー ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。すべては、お客さまの「うまい!」のために。販売者:アサヒビール株式会社

