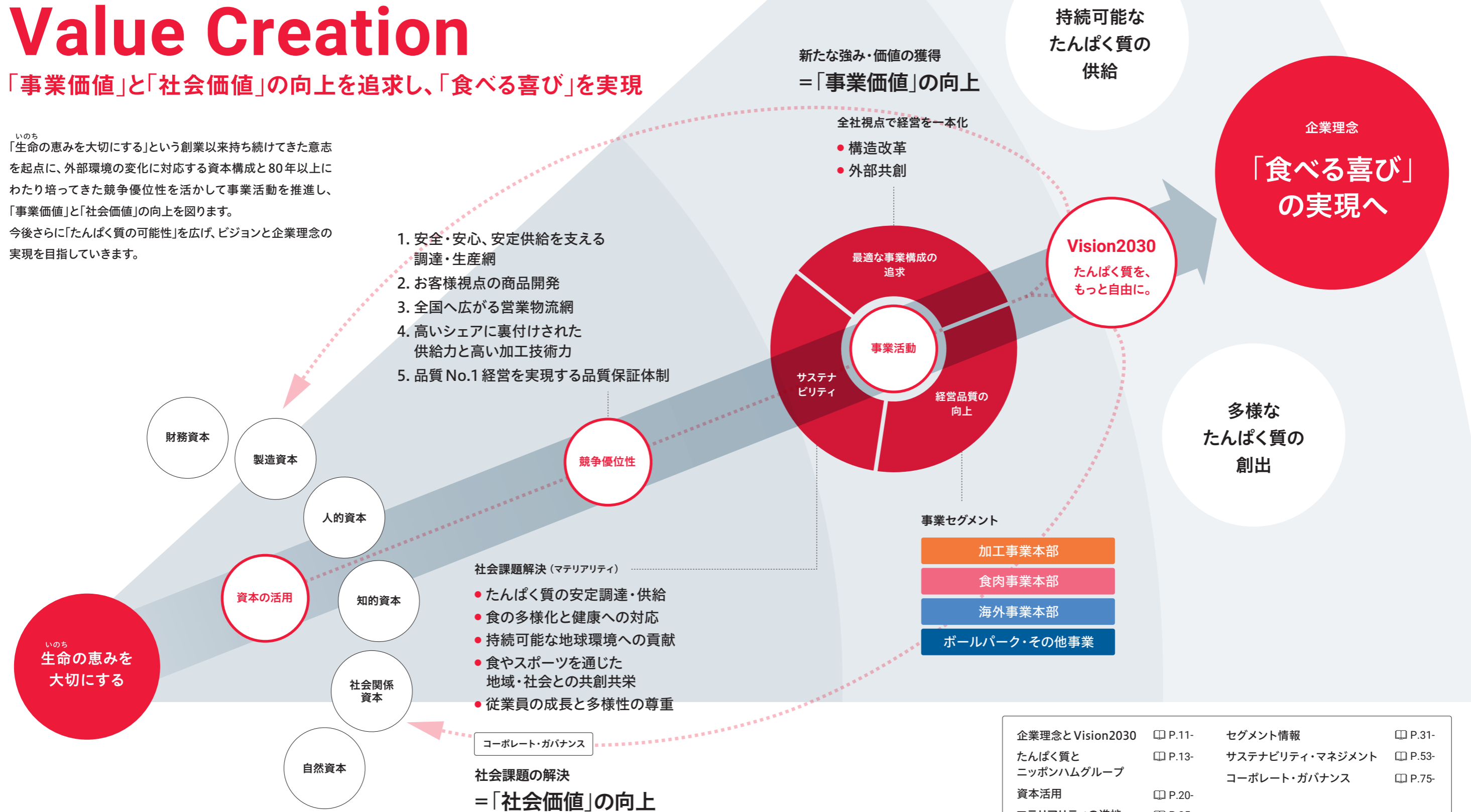


## 価値創造プロセス

# Value Creation

「事業価値」と「社会価値」の向上を追求し、「食べる喜び」を実現

いのち  
「生命の恵みを大切に」という創業以来持ち続けてきた意志を起点に、外部環境の変化に対応する資本構成と80年以上にわたり培ってきた競争優位性を活かして事業活動を推進し、「事業価値」と「社会価値」の向上を図ります。今後さらに「たんぱく質の可能性」を広げ、ビジョンと企業理念の実現を目指していきます。



### 外部環境

- 日本の少子高齢化による食需要の変化
- 貿易協定の発効などによる他社との競争激化
- 食の安全性のリスク
- ウクライナ情勢に端を発した世界的インフレ
- 資源価格の高騰(穀物価格、原油価格など)
- 働き方を見直す機運の高まり
- 世界の人口増加による食糧需給バランスの変化
- 気候変動、水リスクなどによる環境問題のリスク
- ライフスタイルの変化による食の多様化
- 国内畜産農家数の減少
- 世界的な感染症拡大による消費志向の変化

企業理念とVision2030	□ P.11-	セグメント情報	□ P.31-
たんぱく質とニッポンハムグループ	□ P.13-	サステナビリティ・マネジメント	□ P.53-
資本活用	□ P.20-	コーポレート・ガバナンス	□ P.75-
マテリアリティの進捗	□ P.25-		