

サステナビリティレポート

2024年度

当社は「食の安心と楽しさ」を提供する企業として、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。本レポートでは、当社のサステナビリティに関する取り組みと成果を詳細にご報告いたします。私たちは環境への配慮、社会との共生、健全なガバナンスを通じて、ステークホルダーの皆様とともに「笑顔あふれる幸せづくり」に貢献してまいります。



目次

1 事業概要

- ・事業領域 03
- ・サプライチェーンの概要 04
- ・企業理念、行動指針 05

2 トップインタビュー

- ・社長インタビュー 06

3 NISSEIの価値創造

- ・NISSEIの価値創造 07
- ・ソフトクリーム の歴史と当社の歩み 08
- ・食の安心・安全を軸とした取り組みの歴史 09

4 NISSEIのサステナビリティ

- ・サステナビリティの基本的な考え方 11
- ・サステナビリティ推進体制 11
- ・サステナビリティ推進のための重要課題 12

5 ステークホルダーエンゲージメント

- ・主要ステークホルダーの分類、エンゲージメント手法 13
- ・ステークホルダーからの意見反映・改善実績事例 13

6 重要課題別の取り組み

- ・生産・開発担当役員インタビュー 14
- E 環境
 - ・食品ロスの削減・有効活用 15
 - ・再生可能エネルギーの活用 15
 - ・CO₂排出量の削減 16
- S 社会
 - ・安全・安心への取り組み 17
 - ・地域社会との連携 18
 - ・人財への投資 21
- G ガバナンス
 - ・NISSEIのガバナンス 25
 - ・コーポレートガバナンス体制 25
- グループ会社での取り組み
 - ・NISSEI中国 董事長インタビュー 26

7 組織と実務報告

- ・組織と実務報告、会社概要 27



事業概要

事業領域

当社は、ソフトクリームの総合メーカーとして、ソフトクリーム関連食品・資材の製造・販売を中心に、ソフトクリームフリーザーの製造・販売、および関連製品の開発・製造・販売・レンタル事業などを幅広く行っています。食品だけでなく、関連する機械そのものを自社製造することで、総合的な視点での商品開発に取り組んでおります。また、業務用から家庭用まで幅広い製品ラインナップを展開し、食の安心と楽しさを提供しています。



ソフトクリームミックス



ソフトクリームミックス・シェークミックス・冷凍ホイップクリームなどの製造・販売を行っています。豊富なラインナップを取り揃え、業界No.1の国内シェアを誇ります。

フリーザー



ソフトクリーム用のフリーザー機械を自社生産しています（国内シェア率70%）。ソフトクリーム用の機械本体からソフトクリームミックスまでを一貫して製造することで、当社ならではの商品開発を行っています。

カップ充填機レンタル



アイスクリーム・乳製品用のカップ充填機のレンタルを行っています。導入後の技術的なアドバイスから衛生管理・メンテナンスまでトータルサポートを行っています。

コーン

ソフトクリーム・アイスクリーム用コーンの製造・販売を行っています。1950年代に国内初の国産コーンを製造し、現在も国内シェアは75%を占めています。



フルーツプレパレーション

多種多様な果実を指定されたサイズにカットし、均一な形・品質に調整・殺菌したフルーツプレパレーションを、ヨーグルト・アイスクリーム・デザート・菓子・飲料などあらゆる食品に利用できる生産資材として各メーカーへ供給しています。



その他

各部門の専門技術を活かし、シェークミックスやデコレーションアイテム、ホイップクリーム、さらには市販商品など、多様な商品を取り揃えています。



事業概要

サプライチェーンの概要

当社は原材料の調達から製品が消費者の手に届くまでの全プロセスにおいて、品質管理と環境配慮を徹底しています。また、サプライチェーン全体でのサステナビリティ向上を目指し、取引先との協働を推進しています。



販売

飲食店、小売店、特約店、食品メーカーなど、多様な販売チャネルを展開し、顧客ニーズに合わせた提案型営業と、アフターフォローの充実により、長期的な信頼関係を築いています。

開発・マーケティング

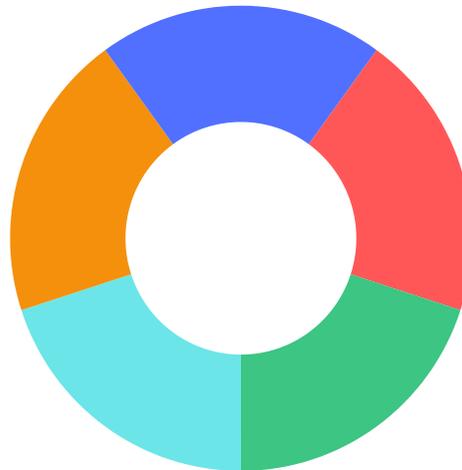
常に新しい価値を創造するために、幅広いマーケティングを通じてお客様の多様なニーズを理解し、日々新製品の開発に力を尽くしています。

原材料調達

主原料である乳製品をはじめ、フルーツや砂糖などの原材料を国内外から調達しています。品質と安全性を最優先に、サプライヤーとの強固なパートナーシップを構築しています。

物流

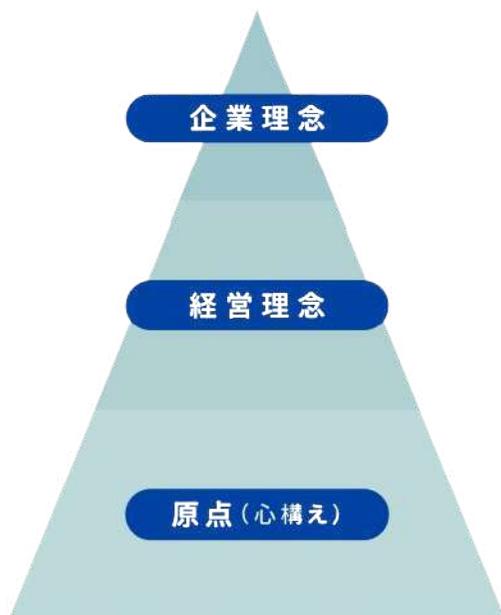
全国の物流ネットワークを通じて、最適な配送システムを構築しています。CO₂排出量の削減のための効率的な物流体制の確立にも注力しています。



製造

国内4工場（びわ湖、高槻、南アルプス、東松山）で、厳格な品質管理体制のもと製造を行っています。FSSC22000やISO9001などの国際認証を取得し、安全・安心な製品づくりに取り組んでいます。また、各工場で発生する廃棄物の削減・有効活用を推進しています。

企業理念



企業理念

付加価値を創造し続けながら「食の安心と楽しさ」を提供していく

企業理念は、「私たちは何者か」という最も重要な価値観を表します。創業以来培ってきた技術やノウハウをさらに向上させて、常に新しい価値を生み出し、社会のみなさまに安心とワクワクをお届けすることを約束します。

経営理念

事業を通して「笑顔あふれる幸せづくり」に貢献していく

経営理念は、「社会に対して何を貢献していくか」という、社会的な存在意義を表します。社会のみなさまに事業を通して、日々のちょっとした嬉しさや幸せをお届けすることを約束します。

原点 (心構え)

特色あるNo.1をめざすために常にイノベーションを起こす

原点は、NISSEIの理念の土台であり、従業員全員の心構えとなる考え方です。常に現状の打破や新しい分野の開拓に挑戦し、特色あるNo.1をめざしていきます。

行動指針



NISSEI WAY

1. 人を大切にする

NISSEIで働く全ての
人同士がお互いを尊敬・
尊重し合おう。

2. 未知に挑む

急速な社会変化に対応し、
常に新しい価値を創造していく
ために、スピーディに
行動しよう。

3. 世界を知る

将来を見据えて大きな視野で、
何が大切か見極める力を
身につけよう。

4. 顧客に応える

しっかりと顧客の話を聞き、
顧客が気づかない、または
諦めてしまっている課題を
解決しよう。

社長インタビュー

食品安全とサステナビリティへの想い

「笑顔のみなもと」というコーポレートメッセージには、どのような思いが込められているのですか？

このメッセージは、食の絶対的な安全をベースに、人々に安心感を与えたり、新しい楽しさを提供することで、社会全体に笑顔を広げたいという思いを表現しています。私たちは、単なる製品の提供に留まらず、食を通じて人々の生活に豊かさをもたらすことを目指しています。

食の安全に対するNISSEIの考え方について、詳しく教えていただけますか？

食の安全は、生産現場や品質保証部門だけでなく、経営トップを含めた全員が関与し、責任を負うべきものだと考えています。我々の責任は、製造プロセスだけでなく、開発部門やサプライチェーン全体、最終的な消費者に届くまでに及びます。法律の基準を満たすだけでなく、それ以上の消費者の期待に応える水準を目指しています。

「人」は最も重要な資本

「人」を最も重要な資本と考える理由を教えてください。

企業が持続的成長をするためには、役員や従業員の人としての成長がすべての基本であると考えます。人は最大の資本であり、イノベーションや競争力を生み出します。我々は、社員一人ひとりの成長が企業の持続的成長に繋がるという信念のもと、人への投資を惜しみません。人の成長こそが、NISSEIのサステナビリティの源泉です。

また、組織の状態を把握し、従業員の働きがいや組織のモチベーション向上に活かすべく、エンゲージメントサーベイを導入しました。組織課題を把握し、継続的な組織マネジメントに活用することで、企業の持続的成長を目指しています。

従業員の成長や幸福を実現するために、どのような取り組みをされていますか？

全従業員が役割を果たすための知識を習得する研修を行うほか、日々の業務を見守り、サポートし、適切な行動を評価する仕組みを整えています。その結果として、個人の付加価値を向上させ、従業員とその家族の人生を豊かにすることを目指しています。

食の安全を達成するためのリーダーシップ

最後に、食の安全を達成するためのリーダーシップについてお聞かせください。

食の安全は部門横断的な取り組みであるため、社長を含めた経営陣全員がリーダーシップを発揮し、行動する必要があります。ごまかしを排し、誠実であること、利他の心を持つこと、そして豊かな人間性を基盤に、高いビジネス力を発揮して社会の期待に応えていくことが大切です。



代表取締役社長 吉田文治

NISSEIの価値創造

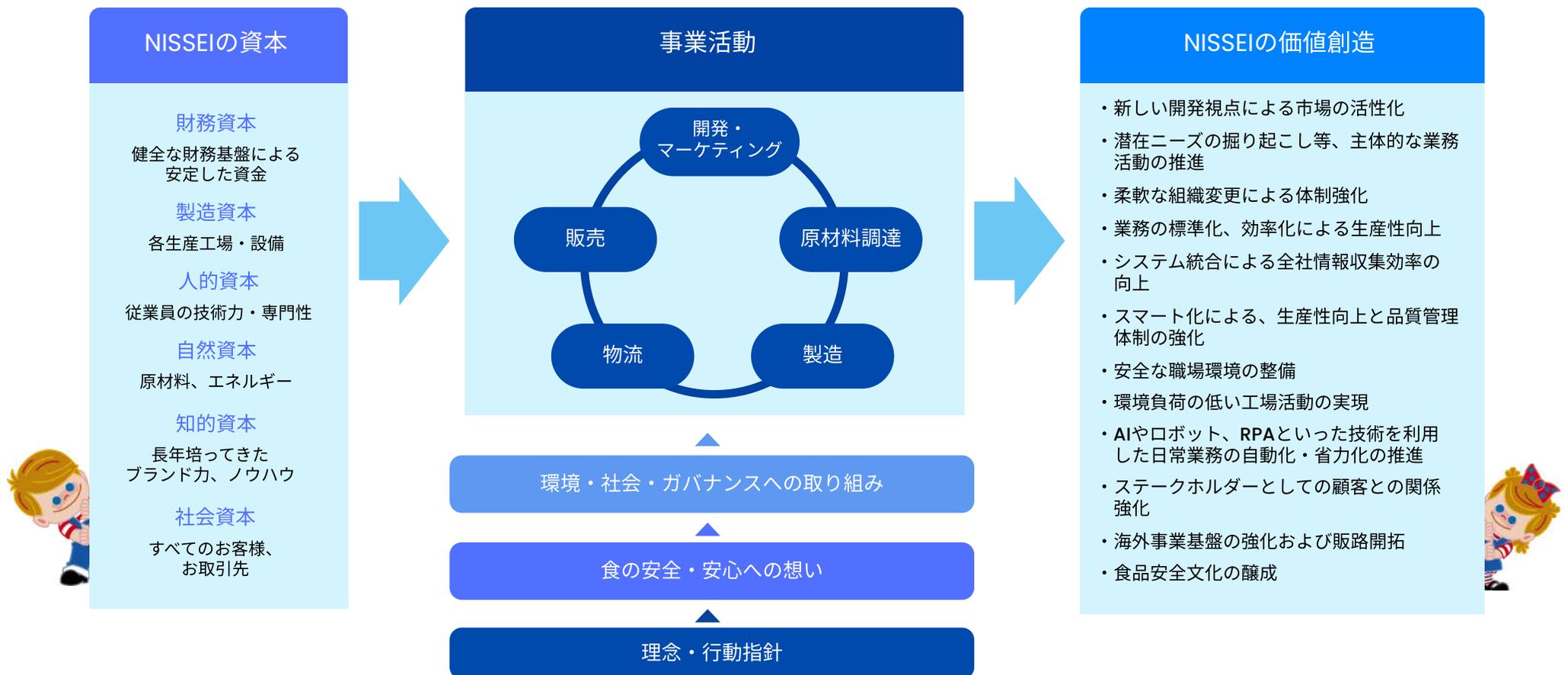
当社の価値創造プロセスは、6つの資本を活用し、革新的な活動を通じて、社会・環境・経済的価値を生み出しています。

当社は、衛生管理が極めて難しいソフトクリームを安全かつ安定的に提供するため、原材料調達から製造、フリーザー機械の開発・販売に至るまで一貫した体制を構築しています。

ソフト（原料・レシピ）とハード（機械・設備）の両面から研究開発を推進し、厳格な食品衛生基準を満たした高品質な製品を市場に供給しています。

更に、安全・安心な製品の提供を大前提とした上で、製造工程でのCO₂削減、省エネルギー型機器の開発、地域社会との共創、人財育成などのESG課題に取り組み、収益性と社会的価値を両立させています。

食の安全・安心を活動の中心に据え、事業活動を行っています。当社を支える従業員の力を源として、常に付加価値を創造し続けることで、持続可能な製品を提供してまいります。



ソフトクリーム of 歴史と当社の歩み

当社は日本のソフトクリーム文化の発展とともに歩んできました。

時代の変化に対応しながらも、付加価値を創造し続けながら「食の安心と楽しさ」を提供していくという企業理念を守り続け、持続可能な社会の実現に貢献しています。



創業期

1947年に設立した「二世商会」が当社の始まりです。日本のソフトクリームの歴史は、当社が1951年にはじめてアメリカからソフトクリーム機器を輸入し紹介したことから始まります。そのなめらかな食感と豊かな風味は瞬間に広まり、一躍ソフトクリームブームを巻き起こしました。その後、原料ミックスやフリーザー機器の製造から販売までを自社で行うソフトクリームの総合メーカーに成長していきました。



成長期

技術革新により製品ラインナップを次々と拡充し、市場シェアを拡大していきます。国内各地に生産拠点を設立し、安定供給体制を構築しました。一方、市場シェア拡大とともに、製造過程・販売過程での衛生管理が重要課題となりました。「安全・安心」な製品をお客様にお届けするために、原料ミックスの製造工程での徹底した衛生管理から殺菌式フリーザーの開発、販売店での取り扱い指導に至るまで、あらゆる段階で徹底した品質管理に取り組んでいきました。



発展期

食の多様化が進む中、当社独自の研究開発により、ソフトクリームミックスやコーンの種類は更に増え、高級ソフトクリームなど、繊細な味覚に対応した多様なラインナップが誕生しました。また、地域との連携を深める取り組みとして、地域名産ソフトクリームも次々と開発していきました。品質管理面では、国際認証の取得やより殺菌機能を強化したフリーザーの開発など、品質と持続可能性を両立する取り組みを強化していきました。



未来への展望

再生可能エネルギーの導入や先端技術を駆使した環境に配慮した取り組みなどを推進していきます。グローバル展開も視野に入れ、スイーツの新たな可能性を創出していきます。



食の安全・安心を軸とした取り組みの歴史



ソフトクリーム衛生管理体制の確立 ～業界全体の衛生管理の向上・標準化

当社では、安全・安心な製品をお客様にお届けするために、原料ミックスの製造工程での徹底した衛生管理から殺菌式フリーザーの開発、販売店での取り扱い指導に至るまで、あらゆる段階で徹底した衛生管理に取り組んできました。

自社の品質向上だけでなく、業界全体の衛生管理レベル向上にも積極的に取り組んできました。

-創業期-

国内販売が開始された当初は衛生管理の知識・技術が未発達であり、ブーム到来の度に、衛生検査結果が注目されてきました。

-成長期-

1968年、当社は、顧客店舗向けの衛生管理マニュアルを業界で初めて作成します。このマニュアルをもとに定期的な衛生講習会活動を開始し、これが、ソフトクリーム提供における衛生管理の重要性啓発の先駆けとなりました。

衛生管理体制の強化に取り組む一方、衛生管理向上のための製品開発にも継続して取り組んできました。

1975年には初の熱湯殺菌式フリーザーの商品化に成功し、販売を開始いたしました。これにより、品質向上・販売店での衛生管理が急速に発展し、ソフトクリーム市場への安全で安定した商品の提供が可能となりました。

-発展期-

2018年に、食品衛生法の一部を改正する法律が公布され、HACCPに沿った衛生管理が法制化されました。

これを受け、業種団体（各地ソフトクリーム衛生協会および日本ソフトクリーム協議会）窓口として、当社が中心となり厚生労働省と連携し、2019年にHACCPの考え方を取り入れた衛生管理手引書を策定・発行しました。

これがソフトクリーム業界全体の衛生管理のスタンダードとなり、随時改訂を進めながら、品質管理・衛生管理水準の更なる向上を推進していきます。

- 1951年 ソフトクリームが日本に初上陸
- 1956年 衛生検査結果マスコミ報道
- 1963年 薬剤殺菌式国産フリーザー 1-216A3型発売
- 1968年 衛生検査結果マスコミ報道
- 1968年 ● 衛生講習会活動開始**
- 1971年 衛生指導班 組成
ソフトクリーム衛生協会 設立
- 1973年 アセプティック充填液体原料 発売
- 1975年 ● 熱湯殺菌式フリーザーNESシリーズ 発売**
※薬剤殺菌より確実に殺菌ができる機能を搭載
- 1988年 自動殺菌式フリーザーNAシリーズ 発売
※人による間違いを更に低減する加熱殺菌機能を搭載
- 2016年 自動殺菌式フリーザーCEシリーズ 発売
※HACCP制度化を想定したサポート機能を搭載
- 2019年～ ● HACCPの考え方を取り入れた衛生管理の手引書発行**
業界を主導し衛生基準を作る責任ある企業へ
- 2025年 大阪・関西万博
大阪ヘルスケアPVとORAへ直営店出店
乳・卵フリー・自動盛付け機能搭載フリーザー

ソフトクリームの
衛生管理体制の確立

衛生状態の向上による
市場の安定・発展

食の安全・安心を軸とした取り組みの歴史

品質管理体制～トレーサビリティ体制の確立へ

当社は食の安全・安心を軸として、常に業界の先駆けとなる取り組みを実施してきました。今後も長年の経験と技術革新を活かし、より高いレベルの食品安全を追求し、業界を牽引し安定した市場を継続させていきます。

品質管理体制の確立

創業当初から食の安全を最優先事項として位置づけ、科学的根拠に基づく品質管理体制を確立しました。微生物検査や原材料管理の独自基準を設け、消費者の健康を守る取り組みを推進してきました。

国際認証の取得

2000年代に入り、HACCP、ISO9001、FSSC22000などの国際認証を順次取得し、グローバルスタンダードに準拠した食品安全・品質管理システムを全社的に導入し、さらなる安全性の向上を実現しました。

トレーサビリティの確立

原材料の調達から製造、物流、販売までの全プロセスを追跡可能なトレーサビリティシステムに加え、製品開発段階から情報を一元管理することで、万一のトラブルにも迅速かつ的確な対応を可能とするトレーサビリティ体制も構築しています。これにより、消費者の皆さまには「安心して選べる理由」が明確になり、製品への信頼と納得感を高めることができます。



NISSEIのサステナビリティ

サステナビリティの基本的な考え方

当社は、「笑顔のみなもと」への想いを大切に、さまざまな課題に対して「特色あるNo.1を目指すために常にイノベーションを起こす」心構えで取り組み、解決を目指します。付加価値を創造し続けながら「食の安心と楽しさ」を提供していくために、常に食の安全を第一に考え、それを実現する全従業員を大切に豊かな人間性をはぐぐみます。そして商品の設計、原料調達から、生産、販売、消費までのバリューチェーン全体を通じて人と環境を思いやり、「笑顔あふれる幸せづくり」に貢献します。

1. 安全で高品質な商品とサービスの提供

多様なニーズにこたえ、高い安全性と品質、安定した供給を実現し、お客様と社会からの信頼を獲得いたします。

2. 働きがいの向上と多様性の尊重

多様な人材がやりがいをもって個々の能力を最大限に発揮できる環境を実現すべく、能力開発機会の提供、従業員エンゲージメントの向上、労働安全衛生の確保に努めています。

3. 持続可能な製品イノベーション

新たな商品やサービスを創り出し、事業を通じてお客様および社会の課題を解決します。

4. 環境負荷軽減への継続的挑戦

事業活動、商品、サービスが環境に与える影響を評価し、温室効果ガス排出の削減、食品廃棄物の発生抑制などに努めます。

5. 社会課題解決への対応

地域やお客様、従業員との対話を大切にし、社会課題の解決に貢献して企業価値を高めます。

6. コンプライアンスの徹底とコーポレートガバナンスの充実

法令遵守はもちろん、高い倫理観に基づいた誠実な企業活動を実践するとともに、ステークホルダーとの対話や情報開示を通じて、公正で透明性の高い経営を推進します。

サステナビリティ推進体制

当社のサステナビリティ推進体制は、トップダウンとボトムアップの両方のアプローチを組み合わせることで、全社的な取り組みの実効性を高めています。

2024年にサステナビリティ推進部を発足し、サステナビリティの推進・継続的な改善を図っています。

取締役会

サステナビリティに関する方針や重点課題は、取締役会の監督のもと、策定・推進されています。当社では、議長である社長を中心として重点課題の承認・監督を行っています。

社長～推進体制の構築～

社内横断的な取り組みを確実に推進するため、社長が中心となり、全社方針の策定、進捗報告、課題共有、改善提案を行っています。

サステナビリティ推進部

品質、安全、環境、人事などの関連部門から選出されたメンバーにより、2024年、サステナビリティ推進部を発足しました。部内で具体的な施策の企画・実行・情報共有を担います。

各部門

現場に根ざした施策の展開と情報の双方向共有を目指し、各工場・事業所との情報共有・展開を促進しています。



NISSEIのサステナビリティ

サステナビリティ推進のための重要課題

当社は、「食の安心と楽しさ」を軸に、社会的要請と事業の持続可能性の両立を目指し、サステナビリティ推進のための重要課題を特定しています。重要課題の特定にあたっては、ステークホルダーの期待や国際的な基準を踏まえつつ、当社の事業特性を反映した独自のアプローチを採用しています。

	重要課題	取り組みテーマ
E	環境への貢献	食品ロスの削減・有効活用 CO ₂ 排出量の削減
S	食の安全・安心	安全・安心な食の提供 食品安全文化の醸成
	働きやすさ・ 働きがいへの貢献	人財への投資 ワーク&ライフバランス エンゲージメント 人財の多様性
	地域・社会への貢献	フードバンクへの寄付 地元のイベントへの参加・協賛 工場見学
G	コーポレートガバナンス の充実	女性役員比率の向上

重要課題の特定の流れ

2025年初めにサステナビリティ推進部が正式に発足したため、2024年度の報告書に記載している各種取り組み内容は、各拠点・各組織の自発的な取り組みでした。

2024年度の報告書を作成するにあたり、サステナビリティ推進部が各種の取り組みを、会社の方向性、重要度/貢献度、社会のニーズという幾つかの視点から、部内で整理し、報告書の形に仕上げています。

次年度から、下記流れに基づき、社会情勢や事業環境の変化に応じて、定期的に見直しを行ってまいります。

社会的課題・外部動向の整理

SDGs（持続可能な開発目標）、GRIスタンダードなどの国際ガイドラインや、業界のトレンド、国内外の法規制・政策動向をもとに、当社に関連する社会的課題を幅広く洗い出し

自社のバリューチェーン分析と課題抽出

原材料調達から製造、物流、販売、消費、廃棄に至る当社のバリューチェーンにおける影響とリスクを分析し、自社としての責任と機会を明確化

ステークホルダーの意見収集

消費者、取引先、従業員、地域社会など、様々なステークホルダーからの意見・期待をヒアリングなどを通じて収集

重要度評価と優先順位づけ

「社会への影響度」と「自社の事業への影響度」の2軸で各課題を評価し、社長を中心とした経営層との協議を経て、優先的に取り組むべき課題を特定

経営陣による承認

特定された重要課題は取締役会で審議・承認



ステークホルダーエンゲージメント

主要ステークホルダーの分類・エンゲージメント手法

当社は、「笑顔のみなもと」をコーポレートメッセージとして掲げるソフトクリーム総合メーカーとして、多様なステークホルダーとの対話と協働を重視しています。ソフトクリームという、人々の記憶に残る幸せな瞬間を創出する商品だからこそ、人と人をつなぐ架け橋としての役割を大切に、各ステークホルダーとの信頼関係構築に注力しています。各種SNS公式アカウントを設置し、お客様との双方向コミュニケーションにつとめています。地域社会との積極的なかわりの場を設け、いただいたご意見やご要望を経営戦略に積極的に反映することで、価値ある製品・サービスの提供と社会課題の解決の両立を目指しています。

ステークホルダー	期待・関心事項	エンゲージメント手法
お客様（消費者）	安全でおいしい商品 SNSとの親和性	各種SNSを活用した積極的な双方向コミュニケーション プレゼント企画によるアンケート収集 お客様相談室による問い合わせ対応と情報収集
お客様（特約店、販売店、飲食店、食品メーカー）	安全でおいしい商品 魅力的な商品の開発・提供	機器取扱いのサポート 販売促進策の提案、衛生管理指導
地域社会	地域活性化、社会貢献活動 観光資源としての連携	地域イベントへの積極的な参加、食品提供 工場見学や食育活動を通じた地域貢献、キッズシアターへの出展 地域特産品を使用したご当地商品の開発
お取引先 （原材料の生産者・サプライヤー）	長期的で安定した取引関係 持続可能な農業・酪農の実現 労働環境・安全への配慮	公正な取引関係の維持 信頼関係を継続する取り組み
従業員・家族	働きがいのある環境 キャリア成長機会 誇りを持てる企業文化	ワーク・ライフ・バランスを重視した人事制度の充実 各種教育制度の充実 2025年から、エンゲージメントサーベイを実施
株主	積極的な企業活動 経営基盤の盤石化	株主総会・決算説明会における早期の説明 ガバナンス強化

ステークホルダーからの意見反映・改善実績事例

お客様の声を活かした製品改良

アレルギーを持つ方も安心して食べられるソフトクリームを、とのお客様からの声をきっかけに、乳製品・卵不使用の植物由来原料のソフトクリームを開発し、商品化しています。

地域社会との共創

子ども食堂へ開発段階の試作品を持ち込み品評してもらうことで、地域の方々や子どもたちの意見を商品開発に取り入れています。子ども食堂への提供活動を通じて、食品ロス削減への意識を高めることにも繋がっています。

また、出荷期限切れ製品を寄贈する際は、社会福祉協議会やフードバンクと連携し、一方通行の提供ではなく、提供時期・物量・運搬方法を調整し、スムーズに提供することを心がけています。



従業員提案による環境負荷低減への取り組み

従業員からの提案により、ソフトクリームミックスの原料ミックスの製造過程で発生する排水汚泥を肥料化し、廃棄物の削減を実現しました。

重要課題別の取り組み

生産・開発担当役員インタビュー



サステナビリティ全般

NISSEIの持続可能な成長にとって、生産や開発の観点からの優先すべき課題とは何でしょうか。

消費者のかたに安全な製品をお届けするという意味の「食の安全」と、働く従業員の労働環境が安全で衛生的であるという意味の「労働安全衛生」です。

食の安全をささえているのは日々働く従業員であり、人財の確保と育成が急務です。労働安全衛生の観点では、全4工場でISO45001認証を取得（2025年8月）しました。高度に管理されたマネジメントシステムを構築し、労働災害リスクの低減に取り組んでいます。

また、生産工程の省人化を推し進めることにより、生産性の向上、働く環境の改善その他幅広い効果が期待できるため、省人化のための投資を積極的に実施したいと考えています。

環境対応

今後の環境対応で一番大きな課題は何でしょうか？

最大の課題はCO₂排出量の削減です。2030年までに2013年比で46%削減という明確な目標があり、その達成には製造ラインの効率化、省エネ設備の導入、再生可能エネルギーの活用が不可欠です。

再生可能エネルギー導入はどのように進めていますか？

各工場で太陽光発電、コジェネレーション、バイオガスボイラーを導入しています。今後は設備更新と運用最適化を徹底することが課題です。

廃棄物削減の取り組みは？

2024年度の食品リサイクル率は99.6%ですが、これを維持・強化するために歩留まり改善や副産物の有効活用をさらに推進していきます。

食の安全・安心

食の安全で最も重要なテーマは何ですか？

品質管理体制の徹底です。FSSC22000取得に基づき高度な衛生管理を維持し、“重大品質事故ゼロ”を継続することが最重要です。

トレーサビリティについてはどう考えていますか？

原材料調達から製品出荷までの追跡可能性を保証する仕組みが必要です。特に生産ラインにおけるデータ取得や記録の効率化が大きな課題となります。



常務取締役 平田 亘宏

働きやすさ・人材育成

人材育成で重点となるのはどの分野でしょうか？

技能継承とデジタルスキル育成です。生産部門における技術の伝承に加えて、デジタル化に対応できる人材を育成することが必要です。

多様性への対応はどうでしょうか？

女性の活躍推進や外国人従業員のサポートが不可欠です。誰もが働きやすい職場環境の整備、国際化が進む現場に合わせたマネジメント体制の強化が必要です。

地域社会・ガバナンス

地域社会との関係で重要な点は？

フードバンクや地元農家との連携が大切です。地域との共生は持続的な事業基盤につながります。

サプライチェーンにおける責任とは何ですか？

サプライヤー管理を含むガバナンスの徹底です。安定供給を維持しつつ、環境配慮も両立することが、生産部門の責務となります。

人にやさしく、地球にやさしく、社会・環境との調和をめざし、原材料調達から製造、物流、消費、廃棄に至るライフサイクル全体での環境負荷低減に取り組んでいます。特に食品メーカーとして、食品ロス削減とCO₂排出削減を重点テーマとして、計画的に推進しています。

食品ロスの削減・有効活用

製造工程における歩留まり向上、賞味期限管理の徹底、規格外品の有効活用などを通じて、食品ロスの削減に取り組んでいます。
当社の2024年度の食品リサイクル率は99.6%、このうち食品廃棄物発生量は2235.7トンでした。

試作ミックス・コーンの飼料化、再資源化

工場で発生する試作品のソフトクリームミックスや製品化されなかったコーンなどのうち、飼料として利用できるものは、直接養豚農家へ提供する取り組みを行っています。また、飼料に適さない不良コーンなどは、バイオマス発電に利用可能な協会社へ処理を委託し、すべて再資源化しています。

コンポストの導入

そのままでは産業廃棄物となるフルーツ残渣を、一次発酵物に加工し、産業廃棄物の削減・肥料への再利用を促進しています。

フードバンク、こども食堂への寄贈

賞味期限まで一定期間ある、出荷期限を過ぎた商品を、フードバンク団体やこども食堂へ寄贈する活動を行っています。



再生可能エネルギーの活用

太陽光発電、コージェネレーションシステムなど多様なエネルギーを活用し、環境への負荷を減らしながら、持続可能な未来に向けた取り組みを進めています。

太陽光発電の導入

当社は、国内全4工場および本社に太陽光パネルを導入しています。特に高槻工場では、工場全体の約35%の電力を太陽光発電で賄っており、大幅なCO₂排出量削減に貢献しています。

コージェネレーション廃熱利用システムの導入

工場で発生する廃熱温水を空調に利用するコージェネレーションシステムを導入し、省エネルギーとCO₂排出量削減を推進しています。

バイオガスボイラの導入

排水処理の過程で食品残渣から発生するメタンガスを利用し、発電機で電気と熱を生産することで、再生可能エネルギーとして活用しています。余剰ガスはボイラで消費され、発生した蒸気は工場内の生産工程で再利用されており、資源の有効活用とCO₂削減に貢献しています。

CO₂排出量の削減

当社は、持続可能な社会の実現に貢献するため、事業活動におけるCO₂排出量の削減を重要な環境目標の一つとして掲げています。バリューチェーン全体での排出量削減を目指し、特に製造工程における省エネルギー化や物流の効率化を推進し、2030年までに2013年比46%削減（原単位）を目標としています。2024年度のCO₂排出量（※1）は、事業者全体（※2）で18,978 t-CO₂、輸送全体で4,733t-CO₂となりました。

※1：省エネ法定定期報告書数値（集計期間：2024年4月～2025年3月）

※2：基礎排出係数に対して、環境価値による調整（国内クレジット等）を反映した後のCO₂排出係数（調整後排出係数）を電力使用量に乗じた数値



CNN（Carbon Neutral NISSEI）

当社では、2021年8月に、CNN（Carbon Neutral NISSEI）プロジェクトを立ち上げました。このプロジェクトでは地球温暖化対策促進法の温暖化対策計画に基づき目標を設定しています。当目標達成に向けて、外部コンサル等の導入を検討しています。

	2013年			2024年			2030年
	生産物量	CO ₂ 排出量	原単位	生産物量	CO ₂ 排出量(※)	原単位	目標原単位
高槻工場	3,649台	292t	0.080	4,389台	199t	0.04534	0.043
びわ湖工場	27,232m ³	5,764t	0.212	38,664m ³	5,706t	0.148	0.114
東松山工場	7,198 ／十万個	6,701t	0.931	8,723 ／十万個	7,249t	0.831	0.503
南アルプス工場	24,946t	7,014t	0.281	23,943t	6,668t	0.278	0.152



※CNN報告数値（集計期間：2024年1月～12月）

安全・安心への取り組み

当社は「安全・安心」を最優先事項と位置づけ、調達から製造、物流、販売に至るサプライチェーン全体で、厳格な品質管理体制を構築しています。

国際的な食品安全マネジメントシステムであるFSSC22000を全工場で取得し、品質管理を徹底しています。

また、製造工程における重要管理点の継続的なモニタリング、製品検査の徹底など、多層的な安全確保の取り組みを行っています。

これらの活動により、お客様に安心してご利用いただける製品の提供を実現しています。

当社の食品安全への取り組みは、予防管理と継続的改善を基本方針としています。

原材料から製品出荷までの各段階で科学的根拠に基づく管理を行い、潜在的なリスクの特定と対策を実施しています。

また、従業員への定期的な食品安全教育と意識向上活動を通じて、食品安全文化の醸成にも力を入れています。

これらの取り組みにより、お客様に安心して楽しんでいただける製品の提供を実現し、食品メーカーとしての責任を果たしています。

全社マネジメントシステムの構築

全社統一された品質管理基準の制定・展開
各工場の重大事項の見える化・ガバナンス強化

2024年度は重大な品質事故の発生はなく、安全・安心な製品提供を継続しています。微生物検査や異物管理などの徹底した予防的取り組みが効果を発揮しています。



食の内部監査体制

独立した監査チームによる定期評価

全ての自社工場において、独立した監査チームによる定期的な内部監査を実施し、第三者的視点での品質管理システムの評価と改善を徹底しています。
2024年度は、国内4工場全ての監査を実施しました。



国際認証の取得

FSSC22000の認証取得
ISO9001の認証取得

食品3工場全てにおいてFSSC22000を取得し、国際的な食品安全マネジメントシステムに基づく運用を実施しています。
フリーザー機械製造工場ではISO9001を取得し、国際的な品質管理マネジメントを行っています。

地域社会との連携

地域特産品を使用したソフトクリーム開発 (JAPAN PREMIUMシリーズ)

当社は、地域の食文化と農業を尊重したソフトクリーム開発を推進しています。地域特産品を活用したJAPAN PREMIUMシリーズは、地元農家の収入安定化と同時に、消費者に地域の魅力を伝える架け橋となっています。

地域農家との連携

地元農家とパートナーシップを結び、高品質な食材の安定調達を実現しています。定期的な農場訪問を通じて生産者との信頼関係を構築しています。

地域特産品の活用・地域経済への貢献

各地域の特色ある農産物を使用した地域限定ソフトクリームを開発し、地元の魅力を全国に発信しています。

地域特産品の需要創出により、地元農業の活性化と持続可能な地域経済の発展に貢献しています。



地域イベントへの参加・協賛

地域イベントへの参加

各工場所在地の地域イベントに積極的に参加し、地域の皆様との交流を深めています。大学や自治体、他企業や社会福祉協議会とも協働でイベントを行い、イベントの趣旨に沿った活動のほか、環境に関する取り組みの紹介、ソフトクリームの提供などを行っています。

CR-SISへの協賛

ソーシャル・イノベーションを推進する人財育成を主な事業としているCR-SIS（クリエイティブ・レスポンス-ソーシャル・イノベーション・スクール）への協賛をしています。

日世 南アルプススタジアム 南アルプス桃源郷マラソン

2013年に南アルプス市の陸上競技場のネーミングライツを取得し、地域の方々に利用いただいています。また、2013年から、「南アルプス桃源郷マラソン」にも特別協賛し、会場でのソフトクリーム提供を行い、イベントを盛り上げています。2024年は700個のソフトクリームを提供しました。



安威川ダムプロジェクトへの協賛

大阪府茨木市に建設された安威川ダムの周辺整備プロジェクトへ協賛しております。

地域社会との連携

フードバンク活動

出荷期限を過ぎたものの賞味期限まで一定期間ある商品を、フードバンク団体やこども食堂へ寄贈する活動を行っています。
2024年度は合計約2.9トンの製品を提供することができ、地域社会への貢献と食品ロス削減の寄与につながっています。

フードバンクとは

まだ安全に食べることができるにもかかわらず、在庫過多や包装の破損などの理由で、一般市場に流通販売できない食品を企業などが寄贈し、必要とする施設や団体、困窮世帯に無償で提供する活動を行う団体です。



こども食堂への支援

こども食堂とは

一般的には「子どもが一人でも行ける無料または低額の食堂」と定義されていますが、実態としては、全体の半分以上は、子どもからお年寄りまですべての世代での利用が可能です。
また、貧困家庭の子どもを対象に食事を提供する施設と思われがちですが、現在、大半の施設では、制限なくどなたも利用することができます。
こども食堂は、貧困問題への対応が主な目的ではありますが、多世代交流や地域づくり・まちづくりを活動目的としているところも多く、地域交流の拠点という一面も持っています。



<環境教育の様子>



ソフトクリーム巻き体験

当社では、食品の提供にこわえて、地域のこども食堂へ訪問し、フリーザー・コーン・ソフトクリームミックスを持ち込み、ソフトクリームを作る楽しさを体験してもらったり、環境に関する取組みの紹介等、環境学習を盛り込んだ内容で、地域の方々と交流活動に取り組んでいます。

地域社会との連携

工場見学

当社では、お申し出があった場合、随時工場見学を行っています。
2024年は164名の見学者を受け入れし、製品ラインを実際に見ていただいたり、当社製品のご説明を行うなどご好評をいただいております。

<南アルプス工場の工場見学の様子>



キッザニアへの協賛



「キッザニア」は、こどものための職業・社会体験施設です。

当社はオフィシャルスポンサーとして、この取り組みを積極的に支援しています。

キッザニア東京・甲子園の2カ所に「ソフトクリームショップ」パビリオンを出展し、協賛費用の拠出と食材の提供・配送を行っています。

2024年度は約13万人の子どもたちがキッザニアの当社ショップを体験し、ソフトクリーム作りと販売体験を通じて、食の安全の大切さと楽しさを学びました。



人財への投資

各種研修制度

幅広いコンテンツの提供による充実した研修制度

当社は人財への投資を企業の持続的成長の基盤と位置づけ、従業員一人ひとりの能力開発と成長支援に戦略的かつ積極的に取り組んでいます。2024年度の全社総研修時間は10,842.9時間に達し、従業員一人あたり平均14.6時間の研修を実施しました。

当社の研修プログラムは、業務に必要な基礎スキルの習得から専門知識の向上、次世代リーダーシップ開発まで、キャリアステージに応じた幅広いコンテンツを提供しています。また、自己啓発に関しては、正社員だけでなくパートタイム従業員を含むすべての従業員が受講できる通信教育メニューを提供しています。

シニア従業員に対しては、豊かな定年後のライフプランを構築するための実践的な集合研修を実施しています。この研修は単なる退職準備にとどまらず、これまでのキャリアを活かした社会貢献や新たな挑戦を視野に入れたライフデザインを支援するものとなっています。

また、当社では、グローバル人材の育成を目的として海外留学制度を設けています。グローバルな視野と多様な価値観を持つ人財の育成は当社の中長期的な成長戦略の重要な柱であり、今後さらに注力していきます。



安全・安心な働きやすい環境づくり

労働安全衛生向上のための取り組み

ガバナンス強化の一環として、中央労働安全衛生委員会を発足し、全社における労働安全衛生マネジメントシステムの構築を進めています。

今般、全4工場合同で外部認証（ISO45001）を取得しました。（2025年8月）

ソフトクリームフリーザーの原料タンク・シリンダー部分の表面加工や溶接など、危険を伴う工程の自動化により、労働災害リスクの削減に努め、従業員にとってより「安心・安全」な労働環境づくりに努めています。また、重労働となっていたフリーザー製造の一部工程を自動化することで、従業員の身体的負担を軽減し、より創造的な業務に集中できる環境を整備しています。

人財への投資

ワーク・ライフ・バランス



充実した休暇制度

2024年度の年次有給休暇の平均取得日数は12.6日、取得率は63.0%となりました。

年次有給休暇以外にも、リフレッシュ休暇制度も導入し、対象者への積極的な取得フォローを行っています。

有給休暇
平均取得日数 **12.6** 日

有給休暇
取得率 **63** %

育児支援

従業員のワーク・ライフ・バランスを支援するため、充実した育児支援制度を整備しています。育児休業制度や短時間勤務制度、子の看護休暇制度など、様々なライフステージに対応した制度を設けています。

当社では、配偶者出産休暇や産後パパ育休制度の導入により、男性の育児参加を推進しております。また、子の看護および介護目的での時間単位休暇制度も導入し、育児や介護など様々なニーズに対応できる柔軟な働き方を支援しています。

2024年度の育児休業取得実績は、女性は83.3%、男性では45.0%となりました。また、男性取得者のうち最長取得実績は、2024年度は5ヶ月16日となりました。

育児休業取得率
女性 **83.3** %
男性 **45** %

育休取得後復帰率
100 %

女性活躍推進法に関する取り組み

女性活躍推進法に基づき、一般事業主行動計画を定め、多様な人財がやりがいをもって個々の能力を發揮できる環境づくりに積極的に取り組んでいます。以下の取り組み結果をもとに、2025年度はえるぼし認定の取得申請をすすめています。

女性労働者の平均勤続年数 **10.7** 年
(産業平均 10.4年)

女性管理職比率 **12.2** %
(産業平均 6%)

月平均残業時間 **20.2** 時間

女性の働き方に関する実績 (直近の3事業年度) **非正規女性社員の正社員への転換あり
30歳以上女性の正社員採用実績あり**

女性執行役員インタビュー

女性活躍に関する課題について

現在、NISSEIは女性活躍にどのように取り組んでいますか？

女性活躍推進法に基づく行動計画を策定し、多様な人材が活躍できる環境づくりを進めています。

具体的には、研修制度の充実、ワーク・ライフ・バランス支援（休暇制度や育児支援）、フラットな職場風土づくりなどを実施しています。

女性労働者の割合や働き方の状況はどうですか？

正社員に占める女性の割合は22.2%です。

また年次有給休暇取得率は、正社員で63.0%です。

女性管理職の登用状況はどうですか？

女性管理職比率は、産業平均（6.0%）を上回る12.2%です。性別に関係なく、能力や経験・スキルに応じた登用を実施しており、多数の女性社員が管理職として活躍しています。

今後の課題は何ですか？

1. 女性管理職比率の向上（リーダー層への登用強化）
2. 工場部門における女性比率向上
3. 時間外労働の削減と柔軟な働き方の推進
4. 女性活躍に関する具体的なKPI（採用比率・管理職比率等）の設定と進捗管理の強化



執行役員 山中 智子

特に課題となっているのはどの分野ですか？

工場部門での女性登用です。現状では勤務形態や作業特性の影響もあり、女性比率が比較的低い状況です。働き方の多様化や技術の進展を踏まえ、今後さらに女性の参画を広げていく余地があると考えています。

会社として今後どのような方向性が望めますか？

透明性ある数値目標を設定し、定期的に進捗を開示することが必要です。

特に、女性の採用・管理職登用を明確なKPIとして掲げることで、実効性ある改善が期待できます。

人財への投資

従業員エンゲージメント

従業員エンゲージメントの強化、従業員満足度向上のため、以下のような取り組みを推進しております。

エンゲージメントサーベイ

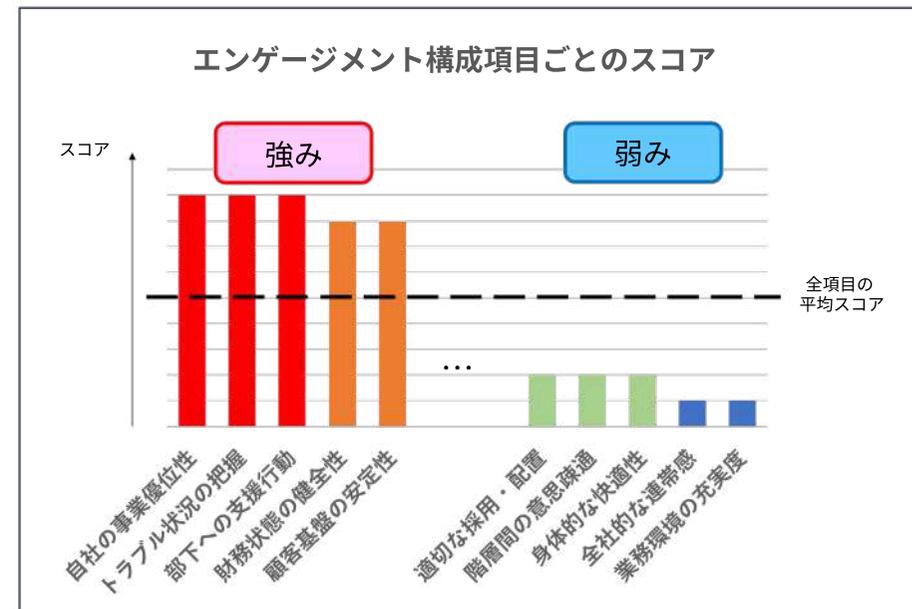
組織状況の把握・従業員満足度の向上のための取り組みについて検討を重ね、2025年より、全従業員を対象としたエンゲージメントサーベイを開始することを決定しました。

エンゲージメントサーベイは、賃金水準や労働環境といった従業員満足の観点に留まらず、従業員のモチベーションや会社に対する愛着心、関心の度合いなどを定量化して把握し、全社課題や職場単位における課題の改善に役立てることを目的としております。

2025年2月実施の調査では、エンゲージメント構成項目ごとの分析により「業務環境の充実度」「全社的な連帯感」「階層間の意思疎通」といった課題を特定することができました。次年度以降は、調査結果をもとに更なる従業員エンゲージメントの向上に取り組んでまいります。

通報・相談窓口

社内窓口のほか、第三者機関による社外相談窓口も複数設置し、全従業員（役員、従業員その他NISSEIグループの組織内で指揮監督を受け業務に従事するすべての人たちが）利用することができます。



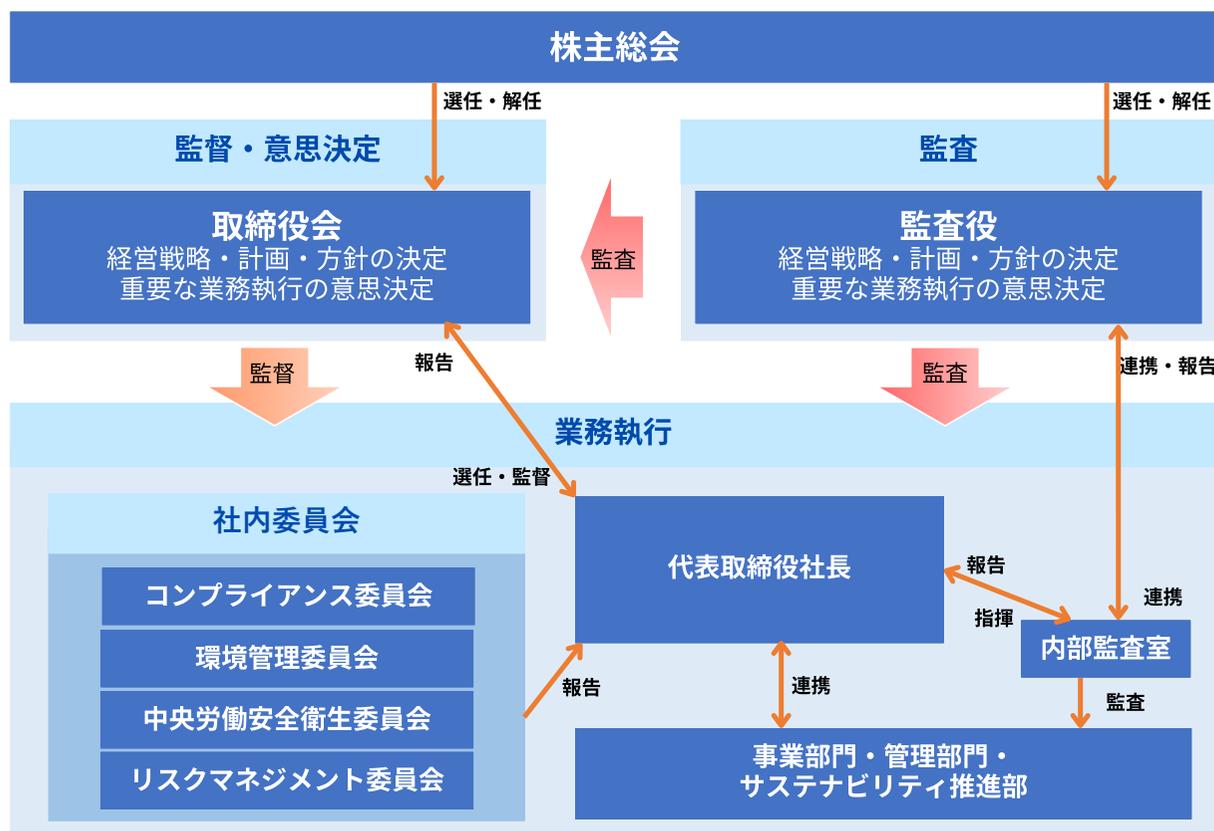
G ガバナンス

NISSEIのガバナンス

当社は健全で透明性の高いガバナンス体制の構築を目指しています。取締役会は社内取締役5名および社外取締役1名で構成され、多様な視点からの経営監督を実現しています。2024年度の上級役員会においては、経営戦略や重要な投資判断、サステナビリティ施策などについて活発な議論を行いました。リスクマネジメントでは、事業活動に関わる様々なリスクの特定・評価・対応を行っています。特に原材料価格変動リスクに対しては、調達先の分散化や中長期契約の活用など、安定調達に向けた取り組みを強化しています。コンプライアンス面では、行動指針の浸透と実践を徹底するため、全従業員を対象とした定期的な研修を実施しています。内部通報制度も整備し、潜在的な問題の早期発見と是正に努めています。



コーポレートガバナンス体制



グループ会社での取り組み

NISSEI中国 董事長インタビュー

中国市場においても日本と同様の品質管理を徹底し、現地の文化や慣習を尊重しながら持続可能なビジネスモデルの構築に取り組んでいます。

NISSEI中国のトップとして、大切にしていることは何でしょうか。

私たちNISSEI中国は、日世株式会社が食の安全を最優先の経営課題として取り組んできた歴史を学んできました。

NISSEI中国では、NISSEIの歴史から学んだことを活かすため、創業以来「品質・美味しさ・楽しさ」を大切にしながら歩んでまいりました。

時代は急速に変化し、消費者のニーズは多様化・個性化し、競争も増えています。しかし、こうした変化の中にこそ私たちの成長の機会があります。

NISSEI中国のサステナビリティのために必要なことは何でしょうか。

それは、短期的な規模拡大や利益追求ではなく、常に「信頼」を積み重ねることです。

私たちはいかなる時も「安全・安心・高品質」を守り抜き、決して妥協しません。品質こそがNISSEIの基盤であり、未来への約束だからです。

さらに、私たちは「美味しさ」の革新に挑戦し続けます。NISSEIは“美味しさを定義する存在”であり、常に新しい味覚体験を創造し、感動をお届けします。そして「楽しさ」を広げていきます。お客様の笑顔、社員の成長、社会の癒し。その一つひとつが、私たちの存在価値です。

私たちの目指す姿は、「最も信頼される業界のパイオニア」です。業界標準をリードし、中国の食品業界全体を高め、社会に貢献していきます。

これからもNISSEIグループとしての経営理念、行動規範等の「理念の普遍性」と「現地の実践」を両輪として、NISSEI中国は皆さまとともに歩み、未来へ向けて持続的な成長を実現してまいります。



日世(中国)投資有限公司 董事長 王偉

NISSEI中国の品質管理

日本国内のNISSEI基準をもとに、高品質で安全安心な商品をお客様にお届けするために、徹底した品質管理に取り組んでいます。

また、スキャンシステムなどを使い、製品のトレーサビリティ体制も整えています。

品質管理を徹底することで、繊細な食感の高級ソフトクリームも中国国内で商品化し、安定供給することができました。



地域社会への貢献

新型コロナの際は、企業として自治体へ100万円の寄付を行いました。また、中国国内の工場は工場見学を随時受け付けており、当社の取り組みを地域社会の方々や子ども達に広めています。



組織と実務報告

報告の対象となる事業体

本レポートは、日世株式会社本体を対象としています。一部の取り組みについては、国内外の関係会社の活動も含んでおります。

報告期間・頻度・連絡先

報告期間：2024年1月1日～2024年12月31日（活動報告に一部2025年度を含む）

発行頻度：年次

お問い合わせ：サステナビリティ推進部（メール：sustainability@nissei-com.co.jp）

組織の詳細

当社はソフトクリーム総合メーカーとして、原材料の調達から製品開発、製造、販売までを一貫して手がけています。本社を大阪に置き、全国に工場と営業拠点を展開しております。



会社概要

社名	日世株式会社
設立	1947年5月20日
資本金	4億8,192万円
代表者	代表取締役社長 吉田 文治
従業員	1,143名（うち社員794名）（2024年12月末現在）
事業内容	ソフトクリームに関連資材（ソフトクリームミックス、コーン、フリーザー）の製造販売、フルーツプレパレーション（フルーツ調製品）の製造販売、乳製品（ホイップクリーム・シェークミックス等）の製造販売、小型万能全自動充填機のレンタル、包装資材の仕入販売
ホームページ	https://www.nissei-com.co.jp
国内拠点	【事業所】 ・大阪本社 ・東京支店 ・札幌営業所 ・仙台営業所 ・前橋営業所 【工場】 ・金沢営業所 ・名古屋営業所 ・広島営業所 ・高松営業所 ・福岡営業所
海外拠点	・日世(中国)投資有限公司 ・日世(昆山)食品有限公司 ・煙台日世食品有限公司 ・日世(濰坊)食品有限公司 ・日世(青島)電機有限公司 ・日世ベトナム株式会社

