サステナビリティレポート
2025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。



笑顔のみなもと
NISSEI










CONTENTS 目次

CHAPTER 1 トップメッセージ

社長インタビュー ——— 02

CHAPTER 2 会社概要・価値創造

事業概要 ——— 04
価値創造モデル ——— 05
サプライチェーン全体 ——— 06

CHAPTER 3 サステナビリティ戦略

基本的な考え方 ——— 07
マテリアリティ ——— 08
推進体制 ——— 09

CHAPTER 4 ステークホルダー

ステークホルダー ——— 10
対話と改善事例 ——— 11

CHAPTER 5 重要課題別の取り組み

環境

CO_2削減 ——— 12
食品ロス・資源 ——— 13
再生エネルギー・環境投資 ——— 14

社会

品質・食品安全 ——— 15
労働安全 ——— 16
安全文化の醸成 ——— 17
人財戦略 ——— 18
人的資本 ——— 19
地域社会 ——— 21

ガバナンス

ガバナンス体制・役員紹介 ——— 22
コンプライアンス・リスク ——— 23
グローバル対応 ——— 24

CHAPTER 6 組織と実務報告

組織と実務報告、会社概要 ——— 25



社長インタビュー



日世株式会社　代表取締役社長

吉田　文治　Fumiharu Yoshida

笑顔のみなもと NISSEI

事業を通して「笑顔あふれる幸せづくり」に貢献していく

社長として経営への思い

私は、日世という会社を「笑顔あふれる幸せづくり」を体現する存在にしたいと考えています。その中心にあるのは、NISSEI WAYにも掲げる「人を大切にする」ということです。社員一人ひとりが持つ可能性を信じ、その成長を支え、安心して挑戦できる環境を整えることこそが、私の経営の原点です。ソフトクリームは、ひとつのコーンの上にクリームを丁寧に積み重ねてこそ美しい形になりますが、会社も同じだと思っています。一人ひとりの努力と挑戦が積み重なって、初めて“日世らしい美しい未来”が立ち上がる。その土台をつくるのが、私の役割だと思っています。

日世が描く成長戦略

私たちが目指すのは、財務価値と非財務価値が統合された“幸せづくり企業”になるための進化です。そのための成長エンジンは次の3つです。

① ソフトクリーム総合サービスのグローバル展開

伊藤忠商事との強いパートナーシップを活かし、中国・アジア市場への進出を加速させます。“世界に日世のソフトクリーム文化を広げる”という挑戦です。

② サステナビリティを基盤とした製品イノベーション

環境配慮型資材、低GWP冷媒フリーザー、アレルギー対応ソフトクリームなど、「食の安全・安心・楽しさ」を提供する新価値を創造します。

③ 営業利益率を維持する事業計画

利益をあげることは目的ではありません。社員の雇用と給与を守り、現場環境へ投資し、挑戦できる舞台を広げるための“燃料”であると考えています。あしもとの事業環境では、原材料の高騰、エネルギー価格の上昇等、外部環境の厳しさが増していますが、この”燃料”を今後も継続して投入し、幸せづくり企業への進化を実現するために、2026年5月 に部門長合宿を行い、「各部門の中長期行動計画」を明確化しました。

社長インタビュー

従業員の声を聴く

当社では働く皆さんの声を聴き、皆さんの思いを経営にとりいれていきたいという目的で毎年1度エンゲージメントサーベイを行っています。今年度のサーベイでは、日々現場で奮闘してくださっている従業員の皆さんから、率直で真摯な声を数多くいただきました。例えば、IT環境の使いづらさや、製造現場の暑さ、評価制度への疑問、コミュニケーションの行き違いなど、改善すべき点がまだまだあることを、改めて気付かせていただきました。私は、これらの声を“未来へのヒント”として受け止めています。皆さんからいただいた声をもとに丁寧に職場を整えていけば、もっと心地よい職場に変わっていけると信じています。

また一方で、「会社を良くしたい」「もっと挑戦したい」「他部署と交流したい」という前向きな想いも多く寄せられ、私は深い感動を覚えました。
これは、日世が「打てば響く組織」になれる強大な潜在力を持っている証拠です。皆さんの熱量が合わさり、“立ち上がる力”になる。この“立ち上がる力”こそが、当社の中長期事業計画である10年ビジョンの核であり、未来を切り拓く原動力です。

従業員の声を経営に反映する目的はただ一つ、従業員の皆さんの貴重な働く時間を、本質的でワクワクする仕事に充てて頂くためであると考えています。エンゲージメントサーベイで浮き彫りになった様々な課題（縦割り組織の課題、労働環境やITの不備、業務上の負担感、コミュニケーションの課題）――これらを解消し、「自由に発想し、相談し、挑戦できる」環境をつくることが、経営の最優先事項です。

社内コミュニケーション

私は、「なぜやるのか」を共有できて初めて、一つのチームになれると考えています。そのために、一方的な伝達や指示ではなく、双方向の対話を劇的に増やします。

- **会議の見直し**
- **役員の現場訪問**
- **車座ミーティング**
- **ヒアリングの定期化**

10年後の「連結売上高1000億円」「打てば響く組織」という目標を、全員が“自分事化”できるまで、対話を続けます。

社員の成長とキャリア支援

NISSEI WAYの「人を大切にする」の真髄は、社員一人ひとりの可能性を信じ、成長を支援することです。そのために、評価基準の明確化、ブライトスポットの即時称賛文化の定着、マニュアル作成支援や字幕動画などのIT投資、若手が挑戦できるグローバル案件や新素材開発の機会創出などを進めていきます。

誰もが活き活きと働ける職場づくり

私は、「従業員が会社から大切にされているからこそ、お客様や取引先の皆様をはじめとした他者を大切にできる」と信じています。そのために、IT刷新・業務効率化・人員配置による労働時間の削減、ハラスメント研修の定期化と相談窓口の強化、外国人向け字幕動画など、安全・安心な職場環境の整備を進めています。
一方で、制度以上に重要なのは、互いを尊重し、困ったときに助け合える温かい社風です。柔らかく、しなやかで、支え合える組織でありたいと思っています。

従業員の皆さんへのメッセージ

”人”を大切にする経営を実践する企業を称賛する『日本でいちばん大切にしたい会社』という本があります。私は社長として、当社を従業員の皆さんや社会からそのように「大切にしたい」と支持される会社へと成長させたいと本気で思っています。
皆さんが安心して挑戦できる環境、成長を実感できる機会、心から誇れる職場文化を必ず整えていきます。
そして、皆さんにはぜひ、思い切って未来を創り出す挑戦者になってほしい。ソフトクリームが巻き上がる瞬間のように、皆さんの挑戦が未来を形づくる。そのプロセスを、会社は必ず称え、評価します。



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75%※）。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。

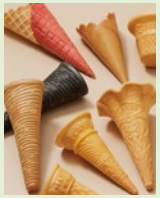


カップ充填機レンタル



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・アイスクリームなど多用途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

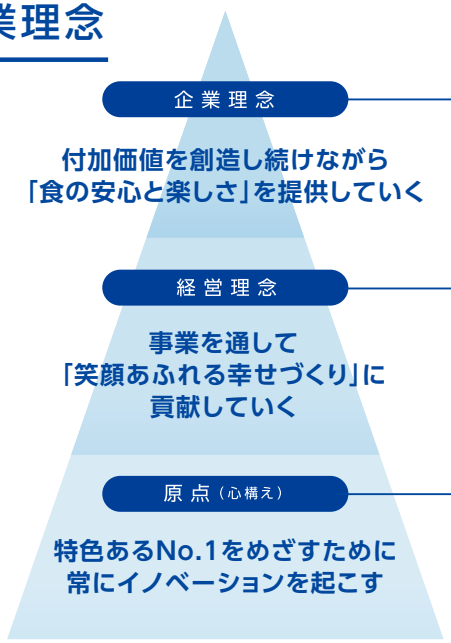
各部門の専門技術を活かし、シェークミックスやデコレーションアイテム、ホイップクリーム、さらには市販商品など、多様な商品を取り揃えています。



※出典：「2024年度ソフトクリーム市場調査」株式会社富士経済

社会や事業環境が激しく変化するなかにおいても、私たちが揺るぎなく大切にしている価値観、それが「企業理念」と「行動指針」です。
私たち一人ひとりがこの理念と指針を日々の業務の中で体現し、課題解決に真摯に向き合うことで、社会への価値創造と持続可能な未来の実現に貢献してまいります。

企業理念



企業理念

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わくわくをお届けすることを約束します。

経営理念

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）

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。

価値創造プロセス



外部環境リスクと機会

- 日本人口減少
- 人件費高騰
- 人財確保難
- 健康意識、環境配慮

各種投入資本

- 財務資本
- 製造資本
- 知的資本
  （無菌ミックス技術）
- 人的資本
- 社会・関係資本
  （大口顧客との取引基盤）
- 自然資本

ステークホルダー

- 顧客
- 従業員とその家族
- 取引先とサプライヤー
- 社会

ビジネスモデル

ソフトクリームビジネスモデルを軸とした3事業

- ソフトクリーム事業
  （ミックス・コーン・フリーザーの三位一体提供＋保守・販促）



- フルーツ加工事業



- 生産資材事業



- カップ充填機レンタル
- その他新規事業



アウトプット

- ソフトクリーム総合サービスの更なる向上と充実
- 付加価値の高いフルーツ加工品・飲料素材
- モナカ等の高シェア生産資材
- 他の関連する美味しい商品の提供

アウトカム

お客様
安全・安心・美味しさへの信頼感

従業員
成長、満足感の向上
エンゲージメントの向上

取引先様とサプライヤー様
安心・安全な取引

社会
環境負荷の低減
地域社会へのプラスの貢献

サプライチェーンの概要

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。



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。

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。

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。CO_2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。



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。

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。

SMETA監査を通じた責任あるサプライチェーンの推進

持続可能なサプライチェーン構築と人権尊重を強化するため、世界最大のプラットフォーム「Sedex」の会員となり、国際的監査手法「SMETA」を受審しています。グローバルな環境下で倫理的な調達や透明性が求められる中、当社は従来の品質管理に加え、「労働環境」「健康と安全」「環境」「ビジネス倫理」の4本柱で第三者評価を得ています。SMETA受審の目的は単なる適合証明ではなく、客観的な強み·課題の可視化と組織的な改善の加速です。特定された是正事項は、部門横断で是正計画(CAP)を策定し、着実に実行しています。このPDCAを回し続けるプロセスにより、一層働きやすく透明性の高い職場環境を醸成します。

※ 国内の自社食品工場 全3工場、および国内委託先工場 1工場



「笑顔あふれる幸せづくり」を実現するために

私たちは、「笑顔あふれる幸せづくり」という経営理念のもと、
あらゆる事業活動を通じて社会に貢献することを目指しています。
この理念を未来にわたって体現し続けるためには、
事業を取り巻く多様な社会的責任と真摯に向き合うことが不可欠です。
人々の豊かな暮らしや持続可能な社会の実現に向けて、
自社が関わるべき重要な社会課題を深く認識し、
その解決に向けた取り組みを推進してまいります。



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して豊かな人間性をはぐくみます。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します。

2 働きがいの向上と多様性の尊重

多様な人財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。

マテリアリティ特定プロセスとその結果

持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指し、2026年1月にマテリアリティを特定いたしました。
これは、当社が社会と共に持続的に成長していくための羅針盤となるものです。
特定にあたっては、4つのステップで体系的に進めました。

STEP1
SDGs、GRIスタンダード、SASBスタンダード、TCFD、国連グローバル・コンパクトなど国際的に認知されたフレームワークを参考に、中長期的なメガトレンドを踏まえた社会課題・環境課題のロングリストを作成しました。

STEP2
当社の企業理念、経営理念、行動指針との整合性を検証しました。同時に、同業他社のマテリアリティも参照し、食品業界における共通課題と当社独自の課題を見極めながら、優先的に取り組むべき課題を抽出いたしました。

STEP3
抽出した課題をE(環境)、S(社会)、G(ガバナンス)の3つのカテゴリーに分類し、環境分野2項目、社会分野9項目、ガバナンス分野4項目の計15の課題を整理しました。

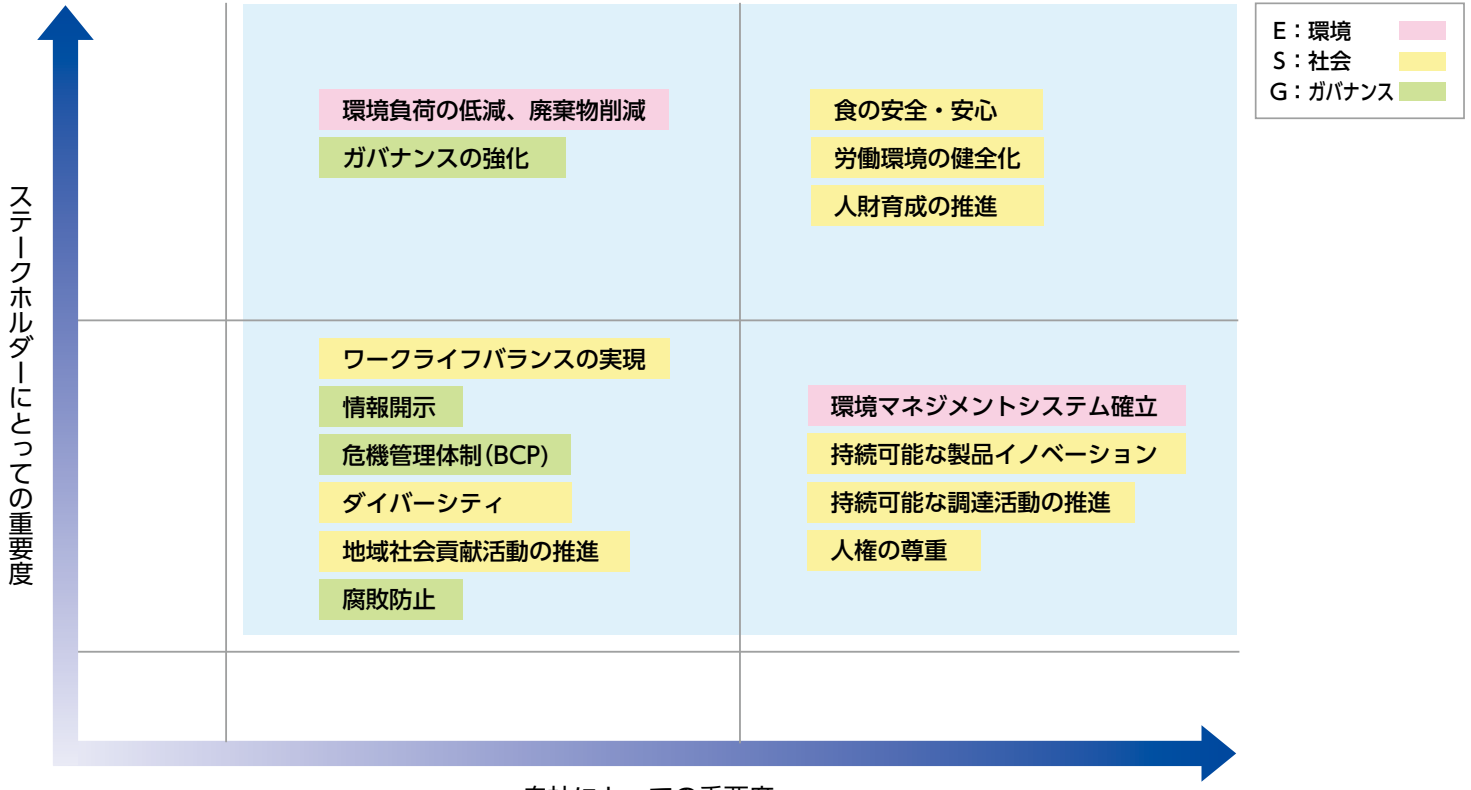
STEP4
「ステークホルダーにとっての重要度」と「自社にとっての重要度」の2軸でマトリクス評価を実施し、両軸において高評価となった課題を重要課題として特定いたしました。



特定された重要課題

この結果、最重要課題として「食の安全・安心」「労働環境の健全化」「人財育成の推進」をはじめ、「環境負荷の低減・廃棄物削減」「ガバナンスの強化」(危機管理体制、腐敗防止)「持続可能な製品イノベーション」「環境マネジメントシステム確立」等計15個のマテリアリティを特定いたしました。

次年度に、各マテリアリティに含まれるKPI及び各目標を設定してまいります。



サステナビリティ推進体制

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の役割

- サステナビリティに関する全社方針策定
- サステナビリティ推進に関わる目標及びKPI管理
- サステナビリティに関する各種施策のモニタリング
- サステナビリティレポートの発行

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。

サステナビリティ経営への挑戦
生産・開発・IT部門から紐解く
統括役員インタビュー

「笑顔のみなもと」である食の安全を第一に考え、
働く人々の環境を整えること。そして、デジタル技術の活用や
環境配慮への取り組みを通じて持続可能な社会への貢献を果たすこと。
生産・開発・ITを統括する常務取締役 平田 亘宏が、
当社のサステナビリティにかける思いと今後の戦略について語ります。



常務取締役　平田 亘宏

SUSTAINABILITY STRATEGY

持続可能な成長に向け、優先すべき課題は何でしょうか？

消費者の方々に安全な製品をお届けする「食の安全」と、従業員の労働環境が安全で衛生的である「労働安全衛生」です。食の安全を支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。国内全4工場でISO45001認証を取得し、労働災害リスクの低減に努めています。

ENVIRONMENT & INNOVATION

環境対応における最大の課題と、その対策を教えてください。

最大の課題はCO_2排出量の削減です。2030年までに2013年比で46%削減という目標達成へ向け、製造ラインの効率化や省エネ設備の導入を進めています。また、各工場で太陽光発電やバイオガスボイラーなどの再生可能エネルギーを導入しており、今後は設備更新と運用最適化を徹底していきます。

FOOD SAFETY & IT

**食の安全と、それを支えるITやシステム活用について
お聞かせください。**

品質管理体制の徹底が最重要です。
FSSC22000取得に基づく高度な衛生管理を維持し、「重大品質事故ゼロ」を継続します。また、原材料調達から製品出荷までの追跡可能性（トレーサビリティ）を保証する仕組みも不可欠であり、特に生産ラインにおけるデータ取得や記録の効率化が今後の大きな課題になると認識しています。

SOCIAL RESPONSIBILITY

**地域社会との共生やサプライチェーンへの
責任についてどうお考えですか。**

フードバンクや地元農家との連携など、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いては、サプライヤー管理を含むガバナンスの徹底が必要です。安定供給を維持しつつ、環境配慮も両立することが、私たち生産部門の重要な責務です。

HUMAN CAPITALとFUTURE VISION

**人財育成で重点となる分野と、
生産性向上のための今後の投資について教えてください。**

生産部門における技能継承に加えて、デジタル化に対応できる人財（デジタルスキル育成）が重点課題です。さらに、女性の活躍推進や外国人従業員のサポート等、誰もが働きやすい職場環境の整備と、国際化が進む現場に合わせたマネジメント体制の強化を進めます。同時に、生産工程の省人化を推し進めることで、生産性の向上だけでなく、働く環境の改善など幅広い効果が期待できます。

主要ステークホルダーの分類・エンゲージメント手法

「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し、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、キッザニアへの出展 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



大阪が本社であるNISSEIは、1970年の大阪万博を機に多くの方々にソフトクリームを召し上がっていただけるようになりました。
2025年の大阪・関西万博でも、テーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」と経営理念である「笑顔あふれる幸せづくり」に基づいて、
ソフトクリームの総合メーカーとしてミックス・コーン・フリーザーのソフトクリーム3点セットそれぞれから未来へのアプローチを検討し商品開発しました。

アレルゲンフリーソフトクリームの開発検討の発端は、子ども食堂などのイベントでの、食物アレルギーがあるため食べたくても食べられない方が
多いという経験でした。そこから「食物アレルギーを持つ方やその周りの方の笑顔を見たい」という想いで、小麦不使用の米粉コーンも含めて開発しました。

結果、「一生食べられないと思っていた」「小さい頃からの夢がソフトクリームを食べること」「初めて食べるので上手な食べ方もわからず（笑）
でも美味しくて感激。私は皆と一緒に食べたい思いを叶えてくれたことに感謝、涙が出ました」など、多くの反響をいただきました。

乳・卵フリーソフトクリーム

乳・卵フリーソフトクリームは、プラントベースで乳・卵アレルゲンフリーで製造しています。また、店舗内でも乳・卵は使用しておらず、コンタミネーションが起きないように徹底して管理しており、乳・卵のアレルギーを持つ方でも安心して食べられるソフトクリームです。
一般的なソフトクリームとは異なり、乳原料の代わりに植物性原料（植物油脂、お米の糖化液、乾燥白あんなど）を使用して製造しています。あっさりとした口当たりながらも、しっかりとした風味と満足感を楽しめる、単なる乳の代替食品ではない新しい美味しさを追求したこだわりのソフトクリームです。
「一緒にいる人と同じものを食べたい」「美味しさや喜びの時間を共有したい」という願いを実現し、笑顔の輪を広げたい、そんな想いで開発に取り組みました。



米粉のコーン

70年以上前から可食容器として愛されてきたソフトクリームのコーン。これまでの一般的なコーンは、主原料に「小麦粉」を使用していました。大阪・関西万博に出品した米粉のコーンは、主原料に「米粉」を使用しています。小麦粉を主原料としないコーンの開発は、当社でも初の試みでした。食品としての美味しさはもちろんのこと、「米粉」を主原料とするからには、「米らしい香り」「米らしい素朴な色調」なども表現した、米粉ならではの魅力も喜んで頂けるようなコーンを妥協なく目指しました。



開発秘話

参考にできる類似商品はほとんどなく、焼く前の生地の粘度や、焼き上がりのコーンの重量の基準が存在しないため、適正な値を求めて試行錯誤を繰り返し、試作では、40パターン以上の配合を検証しました。
米粉を使用するだけではなく、可食容器であるコーンとしての強度も重要であり、成形性と強度のバランスを取るために、原料の配合率を細かく調整しました（成形性を向上させると、強度が低下するなど）。品質評価の検証では、「食品としての品質」と「容器としての品質」の両立の確保は困難を極め、さらに、試作室での配合の目処がたっても、生産ラインで順調に生産できるように漕ぎ着けるまでは試作室と生産機の間の物理的なギャップにも悩まされました。製造ラインでのテストを通常の3倍程度実施し、最終的な配合が決定したのです。
これまでコーンの主原料としていた「小麦粉」の性質の素晴らしさにも改めて気づかされるなど、コーンのプロフェッショナルである我々にとっても大変価値のある開発となりました。小麦コンタミネーション有りとしても、できるだけその程度を抑えることを求め、製造工場での生産方法と生産運用の見直しも行っています。

持続可能な社会の実現に貢献

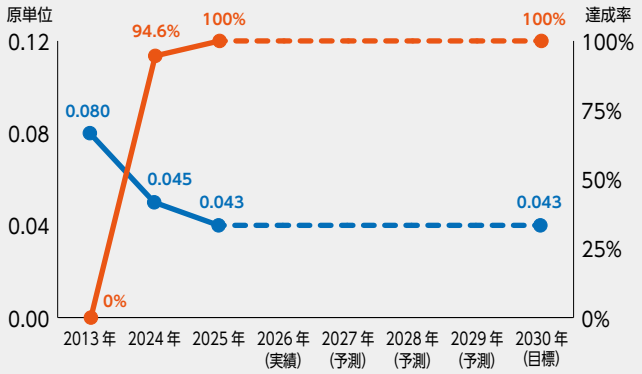
持続可能な社会の実現に貢献するため、事業活動におけるCO_2排出の削減を重要な環境課題の一つとして掲げています。
2021年8月には「CNN(Carbon Neutral NISSEI)」プロジェクトを立ち上げ、地球温暖化対策推進法に基づく計画に沿って「2030年までに2013年比46%削減(原単位)」という高い目標を設定し、バリューチェーン全体での省エネルギー化や物流の効率化を推進しています。

2025年度の進捗としては、高槻工場が2030年度目標を早期にクリアし、びわ湖工場も達成に向けて順調に推移しています。
一方で、南アルプス工場における需要拡大に伴う連続増産や、東松山工場における焼成ラインの断続的な稼働に伴うオペレーションの最適化など、各工場の生産環境に応じた課題への対応も継続しています。
また、近年の気候変動に伴う熱中症対策として長期にわたる空調管理と、エネルギー消費抑制の両立が新たな課題となっています。

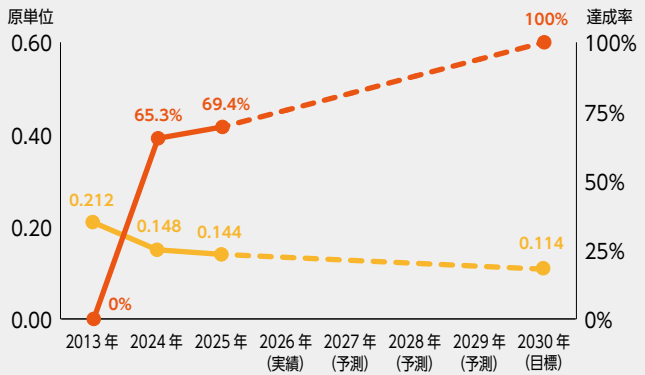
このような課題に対し、2026年より非化石証書の活用による環境価値がついた電力への切り替えを順次進めており、電力使用に伴うCO_2排出量(Scope 2)の削減につなげています。
今後は、さらなる脱炭素化に向けて、主要熱源である「ガス」の効率的な運用と最適化を最重要テーマとして取り組んでまいります。



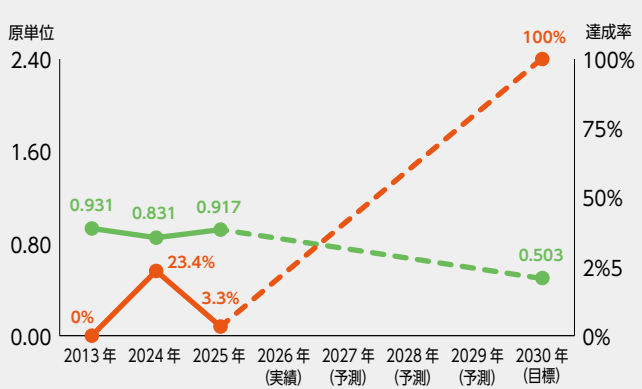
高槻工場



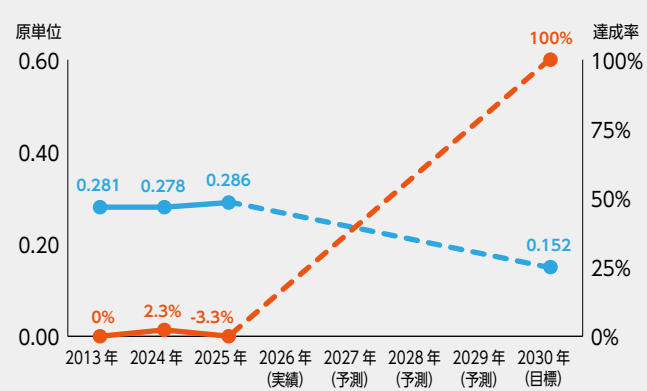
びわ湖工場



東松山工場



南アルプス工場



	2013年			2024年			2025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	生産物量	CO_2排出量	原単位	目標原単位
高槻	3,649台	292t	0.080	4,389台	199t	0.04534	4,974台	216t	0.043	0.043
びわ湖	27,232㎥	5,764t	0.212	38,664㎥	5,706t	0.148	41,609㎥	5,971t	0.144	0.114
東松山	7,198/十万個	6,701t	0.931	8,723/十万個	7,249t	0.831	7,331/十万個	6,720t	0.917	0.503
南アルプス	24,946t	7,014t	0.281	23,943t	6,668t	0.278	23,836t	6,807t	0.286	0.152

廃棄物圧縮機の導入による、物流負荷の低減

使用済みの一斗缶やプラスチック資材の対策として、新しく圧縮機を導入しました。廃棄物をコンパクトにプレスすることで、運搬車両への1回あたりの積載量を増やし、回収回数の削減を進めています。保管スペースの効率化と同時に、トラックの走行回数を減らすことで、輸送に伴うCO2排出量の抑制につなげています。

水の気化熱を利用した室外機冷却による、夏場の電力削減

工場内の空調・冷凍設備の省エネ対策として、エアコン室外機の吸込口に「間接冷却装置」を導入しました。フィルターに水道水を散水し、水が蒸発する際の「気化熱」によって冷やされた空気を送り込むことで、運転効率を向上させています。これにより、夏場の高負荷時における消費電力を抑え、設備の安定稼働と省エネを推進しています。

製造計画の最適化による、資源ロスと使用エネルギーの削減

原材料を無駄なく大切に使い切るため、需要予測に基づいた日々の生産量の見直しを継続的におこなっています。適切な生産量を維持することで、製造工程における製品ロスや原材料の廃棄を未然に抑制。廃棄物の発生を防ぐとともに、製造にかかるエネルギー消費の削減にもつなげています。

持続可能な製品イノベーションによる環境配慮

プラスチック削減を実現する食べられるスプーン

プラスチック削減と廃棄物削減を目指し、コーンカップ素材で作られた「Eスプーン」を開発しました。従来のプラスチックスプーンに代わり食べられるスプーンとしてソフトクリームやアイスクリームに最適な硬さと食感を実現し、環境に配慮しながらもお客様の満足度を損なわない品質を追求しています。
これらの製品イノベーションを通じて、事業活動における環境負荷を削減するとともに、お客様が環境に配慮した選択をしやすい製品づくりを進めてまいります。



「国内資源肥料フォーラム」に登壇 びわ湖工場が実践する「地域循環型リサイクル」について発表

食品メーカーとして「作った責任」を果たすための取り組みとして、工場のプラント技術を活かした排水汚泥の堆肥化と、その肥料を用いた地域農業への貢献について発表しました。
工場の排水処理の過程で発生する残渣（汚泥）は、本来であれば産業廃棄物として処分されていました。
この残渣を「有機資源」としてアップサイクルする取り組みを開始し、地域の農家の方と連携し、資源循環に繋がる体制を構築しました。
また製造の過程で発生していた廃棄糖類においても、育苗や展着剤の用途で利用できることから現在は無駄にすることなく活用しています。





太陽光発電

国内4工場と本社物流センターに太陽光発電を導入しています。
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、大幅な電力削減に貢献しています。
また南アルプス工場の新工場において、新たに太陽光発電の導入を予定しています。



バイオガス発電

南アルプス工場では、排水処理の過程をアップデートした「バイオガス発電設備」を導入しています。
当工場では、もともと環境負荷の低い「嫌気性排水処理」を採用しており、処理の過程で汚泥がほとんど発生しないという優れた強みを持っていました。
この強みをさらに活かし、処理の過程で生まれる「メタンガス」を貴重なバイオマス資源として再定義。
大気に放出されていたこのメタンガスから発電機で電気と熱を生産し、工場内で利用しています。



コージェネレーションシステム

びわ湖工場では、製造工程における効率化や、エネルギーを効率的に利用できる「コージェネレーションシステム（熱電併給設備）」を導入しています。ガスを燃料として工場内で発電をおこなうとともに、その際に発生する廃熱を温水として回収し、工場内の空調の熱源として有効利用しています。
電気と熱を同時に生み出して無駄なく活用することで、エネルギー効率の向上とCO2排出量の削減を図っています。



持続可能な製品イノベーションによる環境配慮
温室効果ガス削減を実現するフリーザーの開発

2025年2月、温暖化対策フリーザーとして、ソフトクリーム用卓上機「CI-9731WT」とシェークサーバー「CI-5758WT」を発売しました。これらの製品は、従来の冷媒R404Aから地球温暖化係数（GWP）を6割以上削減した「R448A」を採用しています。従来のR404Aは二酸化炭素の3,920倍の温暖化作用を持つのに対し、新冷媒R448Aはオゾン層を守りながら温室効果を大幅に削減します。


【ソフトサーバー CI-9731WT】


【シェークサーバー CI-5758WT】

安全・安心への取組み

「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を食品3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

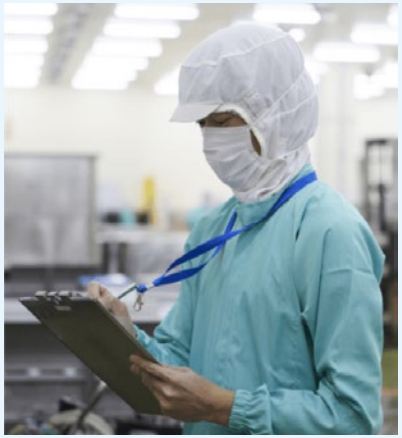
2025年度は重大な品質事故の発生はなく、安全・安心な製品提供を継続しています。微生物検査や異物管理などの徹底した予防的取り組みが効果を発揮しています。



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。



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。

- ISO9001とは、1987年に制定された品質管理及び品質保証の国際規格のことで、顧客満足度を向上させるために、品質方針と、良い製品を作るための手順を規定し、その結果を記録し、常に作業改善を実行することで、お客さまに納得いただける品質システムを維持し、安全な製品の提供を行うものです。
- FSSC22000(Food Safety System Certification 22000)とは、2004年に設立されたオランダの食品安全認証財団によって開発された、食品製造組織に向けた新しい食品安全規格です。国際食品安全イニシアチブ(GFSI)により、食品安全の認証スキームの1つとして承認されました。

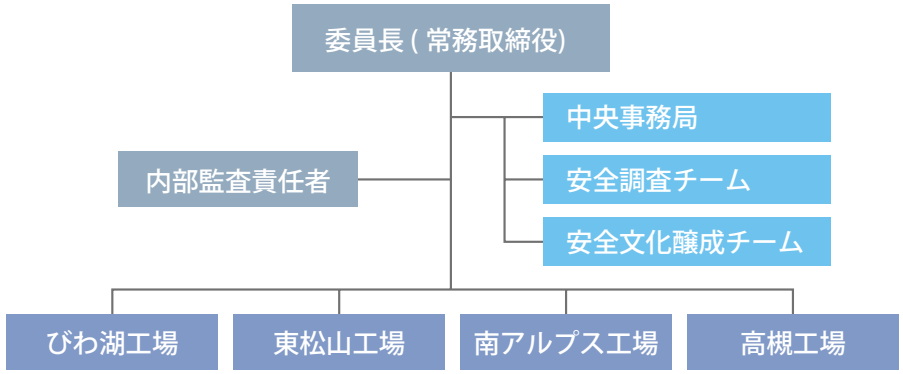
安全・安心な働きやすい環境づくり

労働安全衛生基本理念を代表取締役社長名で全社従業員に周知し、
常務取締役を委員長とする中央労働安全衛生委員会を中心に、労働安全衛生活動を推進しています。
従業員が安心して就業できるような安全管理を徹底し、快適な職場環境の形成を図っています。

労働安全衛生基本理念

「安全はすべてに優先する。私たちは日世で働くすべての人の健康と安全を約束します。」

■労働安全衛生　推進体制





日世では国内全４工場合同で、国際規格であるISO45001認証を2025年8月に取得し、労働安全衛生マネジメントシステムに基づいた安全衛生活動を行っています。

工場における安全衛生教育

工場に勤めるすべての従業員は、法令で定められた入職時教育や作業内容変更時教育に加え、定期安全衛生教育を年に1回必ず受講し、労働安全衛生の重要性や、労働安全衛生方針・目標に関する理解・認識を深め、労働災害の防止を図っています。

労災を未然に防ぐ取組

設備や機器を導入する際にはリスクアセスメントを実施し、リスクの程度が基準以下であることを確認してから稼働することによって、労災を未然に防いでいます。
また、国内4工場の相互内部監査を年1回実施し、労働安全衛生に関する取組が適切に実施されているか確認し、効果的にPDCAを回す仕組みとしています。

労働災害実績（4工場合計）

労働安全衛生マネジメントシステムの導入以降、少しずつ労働災害の発生は減少傾向にあります。2026年度は、「休業災害0件」「全度数率9.69」を目標にさらなる労働災害の抑制に取り組みます。

	2024年	2025年	2026年目標	産業平均※2
発生件数	30件 (内、休業災害3件)	26件 (内、休業災害1件)	休業災害 0件	–
全度数率※1	–	15.79	9.69	9.69

※1 全度数率：100万延べ実労働時間当たりの全労働災害による死傷者数
※2 産業平均：厚生労働省「令和4年労働災害動向調査」より抜粋「食料品、飲料・たばこ飼料製造業」の産業平均

「安全」をすべての前提に、誇りを持って働ける職場へ
ブライトスポット（良い行動）の即時称賛と、現場主体の「人づくり」

1 取り組みの位置づけ

食の安全安心に関わる重要テーマとして食品安全文化の醸成を掲げ、2024年度より全生産拠点合同での文化改善活動を推進しています。文化サーベイを基盤としたデータドリブンな改善サイクルを確立し、全社的な食品安全レベルの底上げを図っています。

2 改善サイクル

Culture Excellence社の文化サーベイを毎年実施し、結果に基づいて課題を分析し、改善アクションを策定しています。策定した施策は全拠点で展開し、経営会議で進捗と効果をレビューしたうえで翌年度の計画へ反映する仕組みを確立しています。この継続的な改善サイクルにより、食品安全文化の定着と成熟を着実に進めています。

3 目標と実績

当社では、文化サーベイ結果を主要KPIとして改善活動を推進しています。
KPI①文化サーベイスコアでは、毎年のスコア向上と3年間でのグレード1ランクアップを目標に掲げ、トレーニング強化や工場間の学び合い、マニュアル整備の効率化など、全拠点で統一した改善施策を展開しました。
KPI②称賛スコアについては、良い行動を即時に認める仕組みを導入し、日々の製造レビューで見つかったブライトスポットをその場で称賛する運用へと改善しました。
これらのタイムリーな取り組みにより、称賛スコアは前年比で10ポイント向上し、全体の文化スコアも平均3ポイント上昇しました。その結果、「2027年までにグレードを1ランク上げる」という全社目標をわずか2年で達成することができました。さらに、この取り組みは農林水産省FCPプロジェクトにおいてグッドプラクティスとして紹介されるなど、社外からも高く評価されています。

KPI項目	目標	実績（2025年度）
KPI① 文化サーベイスコア	・毎年スコア向上 ・3年でグレード1ランクアップ	4拠点平均+3ポイント向上 目標のグレードアップを2年で達成
KPI② 称賛に関するスコア	・前年比スコア向上	前年比10ポイントUP

4 主な人づくり活動

1 安全表示・人づくり活動

異業種との「安全表示・人づくり交流会」に参加、社内コンテストの開催、　その成果物が外部コンテストで最優秀賞を受賞。

2 動画コンテスト（学び合いの促進）

安全・技能伝承・品質をテーマにした動画コンテストを全社開催し、35作品・269名が参加。学び合いとエンゲージメント向上に寄与。

3 トレーニングの充実化（多様性対応）

字幕翻訳付き動画ツールやVRを活用した体験型教育を導入し、外国人労働者を含む教育の均質化を推進。
グループワーク中心のノンテクニカルスキル研修の複数開催

＜今後の方向性＞

労働安全衛生と食品安全を一体化した体制へ進化させ、現場主体の改善活動をさらに強化していきます。



従業員通用口にファインプレーを即時掲示


安全表示コンテスト最優秀賞受賞

人財への投資

各種研修制度

当社では、従業員一人ひとりがプロフェッショナルとして自律的にキャリアを形成し、
最大限の能力を発揮できる環境づくりを「人財への投資」の最重要課題と位置付けています。
企業の持続的な成長は、従業員の成長そのものであるという考えのもと、階層や目的に応じた体系的な研修制度を構築しています。

1 階層別の着実な能力開発

新入社員から管理職まで、それぞれの職位で求められる役割やスキルを段階的に習得できるよう、階層別研修を整備しています。新入社員に対しては、社会人としての基礎およびコンプライアンスや労働安全衛生に関する教育を徹底し、早期の適応と組織人としての意識醸成を支援しています。また、管理職層へは「新任管理職研修」を通じて、マネジメントスキルの習得とマインドセットの変革を促進し、組織力の最大化を図っています。

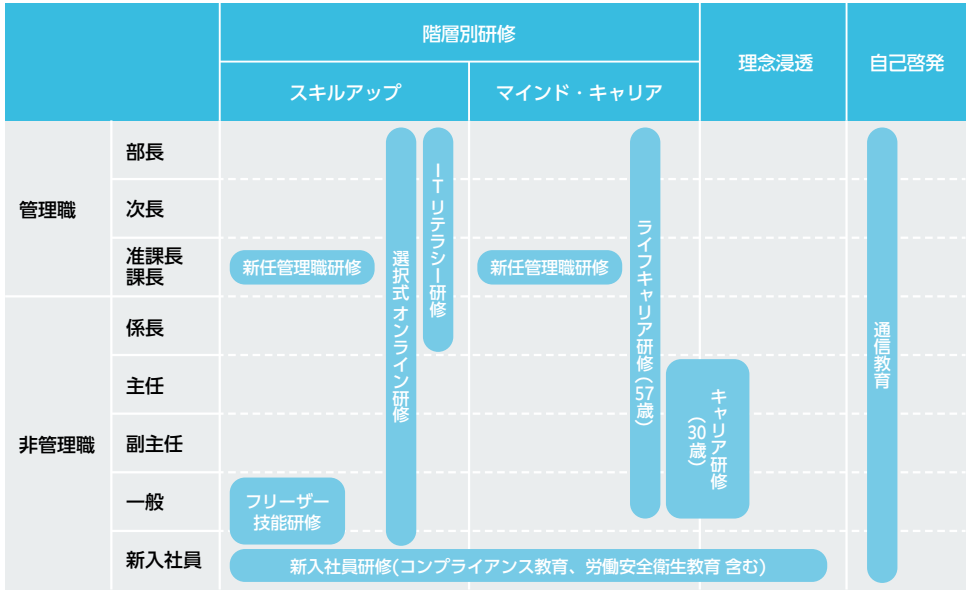
2 個別のニーズに応えるスキルアップとキャリア支援

定型的な研修にとどまらず、従業員の多様なニーズに応える環境を整えています。全社的なスキルアップを目的とした「選択式オンライン研修」や「ITリテラシー研修」を導入し、業務効率化やデジタルトランスフォーメーションに対応できる人財の育成に努めています。また、キャリア形成を目的とした研修も実施しており、30歳時および57歳時にキャリア研修を実施しています。人生の節目において自らのキャリアを再定義し、中長期的な視点で自己研鑽に取り組む機会を提供することで、従業員が生き生きと長く活躍できる環境を支えています。

3 自律的な学びの促進

組織全体の底上げに加え、個人の意欲的な学びをサポートするため、 全階層を対象とした「通信教育」制度を設けています。自己啓発を支援する体制を整えることで、従業員が主体的に自身の専門性を高め、組織に新たなイノベーションをもたらすことを期待しています。

■階層別研修と目的



■研修時間に関する実績

	2024年	2025年
全社総研修時間	10,843時間	11,520時間
正社員1人あたり	14.6時間	15.2時間

働きやすい環境づくり

ワーク・ライフ・バランス

充実した休暇制度

2025年度の年次有給休暇の平均取得日数は12.7日、取得率は64.8%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
12.7日

有給休暇取得率
64.8%

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。
2025年度の育児休業取得実績は、女性は120.0%、男性では83.3%となりました。また、男性取得者の平均取得日数が43.6日（最長6か月16日）、昨年度2024年は、男性取得者の平均日数が75.2日（最長5カ月16日）でした。

育児休業取得率

女性	男性
120.0%	83.3%

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発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、2026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
9.5年
（産業平均 10.4年）

女性管理職比率
12.9%
（産業平均 6%）

月平均残業時間
14.6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

本年のエンゲージメントサーベイの結果と今後の課題への取り組み

本年のサーベイでは、事業の優位性や財務の安定性については高い評価を得た一方、職場環境や組織間コミュニケーション、配置の納得感に課題があることが明らかになりました。これを受け、以下の4つを重点施策として推進します。

1. **経営・戦略に対する信頼構築**
   ビジョンや経営判断を伝える機会を増やし、納得感のある情報共有を進めます。
2. **労働環境およびインフラの改善**
   業務効率向上に向け、ITツールの刷新と働きやすい環境整備を進めます。
3. **人事・配置の透明化**
   人事評価や配置の透明性を高める仕組みを整備し、従業員の納得感向上を図ります。
4. **マネジメント能力の継続的向上**
   管理職研修を継続し、メンバーが安心して働ける環境を支えるリーダー育成を進めます。


山中 智子









SCM推進部・ITデジタル推進部 執行役員 **山中 智子**

女性活躍・多様な働き方とDX推進で、持続可能な現場づくりを進める

Q 現在の担当業務と、部門として大切にしていることを教えてください。

A SCM推進部では生産・在庫・販売の全体最適の視点から業務を見直し、ITデジタル推進部では、安定したIT基盤の運用を継続しながら、全社のデジタル変革を牽引する部門へと役割が拡大しています。社員がより付加価値の高い仕事に時間を投下できる環境を整えることが、これからますます重要になると考えています。

Q 女性活躍や働きやすい職場づくりについて、どのように考えていますか。

A 特別な施策だけでなく、日々の課題に真摯に向き合うことが大切です。女性社員の増加に伴う設備面の改善検討や部門間の壁を取り払ったオープンな事務所づくりなど、コミュニケーションが取れやすい空間へリニューアルしました。管理職を含め長時間労働を防ぎ、しっかり休める環境を整えることが多様な人財の活躍につながります。

Q 多様な働き方について、どのように捉えていますか。

A 業務特性や個々の事情に応じ、柔軟に選択できることが重要です。40歳を迎えた社員へ介護休業制度を説明する機会を設けるなど、将来への備えも支援しています。育児・介護やシニア活用など、ライフステージに応じた選択肢があることは人財の定着にも直結すると考えています。

Q SCM部門の業務改革とDX・AI活用について、今後の方向性を教えてください。

A 個別の効率化にとどまらず、生産から販売までの流れを「つなぎ」、必要な情報へ迅速にアクセスできる環境づくりを進めます。AI活用も進め、AIに仕事を奪われるのではなく、使いこなすことで付加価値の高い業務へ注力できるようにしたいですね。また、4年目を迎えた全社システムを統合する「基盤整備プロジェクト」により、分散していたデータを一元化し、経営情報をリアルタイムに把握できる環境も整えます。

Q サステナビリティの観点から、今後大切にしたいことを教えてください。

A より大切なのは、社員が心身ともに健康で安心して働き続けられることです。そのうえで、委託先を含めたすべての関係者の皆さんが安全で働きやすい環境を整えることも重要です。パートナーの皆さんと共に改善を進める姿勢こそが、持続可能な成長につながると確信しています。

フードロス削減と地域連携による資源循環の推進

持続可能な社会の実現に向けてフードロス削減を重要課題と位置づけ、未利用食品の有効活用に取り組んでいます。
2025年度は、出荷期限を過ぎ流通へ載せられなくなった商品のうち、賞味期限に十分な猶予があるものについて、工場が立地するエリア（山梨、埼玉、滋賀、大阪）を中心に地元のフードバンクやこども食堂などへ計2.7トンを寄贈いたしました。





災害に強い工場づくりと、地域社会の防災計画への貢献（BCPの推進）

食品工場の重要な役割として、災害時における迅速な商品提供の実現を掲げ、事業継続計画（BCP）を検討してきました。検討にあたっては、大震災時にコージェネレーションシステムが電力維持に寄与した事例を踏まえ、びわ湖工場での導入を進めました。本システムにより、有事の際にも製品製造に必要な蒸気・温水・電力を自社で確保し、安定した事業継続を可能としています。また、びわ湖工場では自治体と防災協定を締結し、工業団地内初の避難所として、災害時には地域住民への飲料水や電力供給を行うなど、地域の防災体制にも貢献していきます。



食品ロス削減と地域共創を実現する体験型プログラム

子ども食堂や地域のイベントにソフトクリームフリーザーを持ち込み、環境教育も組み合わせながら、ソフトクリーム巻き巻き体験を実施しています。
食品ロス削減 と環境問題への意識啓発をテーマとしたこの体験では、主に食品ロスとなる原料を活用し、楽しみながら食品ロス削減の重要性を学ぶ機会を提供しています。
本来であれば廃棄されるはずだった商品が、地域の方々に少しでも役に立つ形で活用されていることから、環境負荷の低減とコミュニティ支援を同時に実現する有意義な取組みとして今後も継続してまいります。





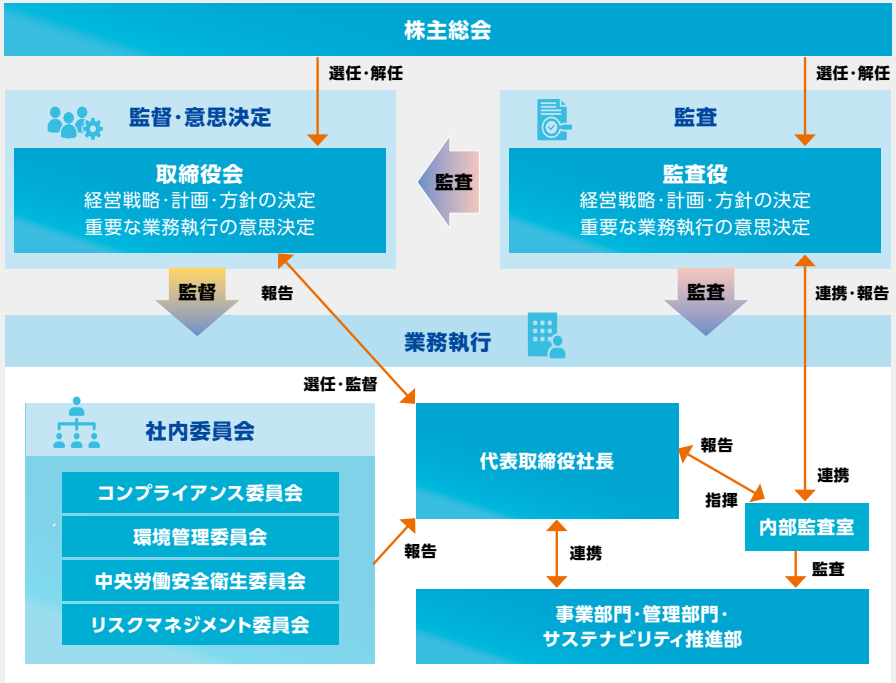
NISSEIのガバナンス

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4名および社外取締役2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。2025年度の取締役会においては、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





後列

社外取締役(非常勤)	社外取締役(非常勤)	取締役	監査役	社外監査役(非常勤)
中村　裕忠	渡邉　篤	高田　佳和	野崎　伸一	岡田　祐輝

前列

代表取締役社長	代表取締役会長	常務取締役
吉田　文治	岡山　宏	平田　亘宏

コンプライアンス意識の醸成と教育体制

当社では、全ての企業活動の基盤として「コンプライアンスの徹底」を推進しています。従業員一人ひとりが高い倫理観を持ち、公正かつ誠実に行動できるよう、全従業員に「コンプライアンスハンドブック」を配布しています。日常業務における判断の指針として本ハンドブックが活用されることを期待し、入社時教育においても内容の説明を実施して、理解を深めています。
また、万が一の不正行為や労働環境上の懸念に対し、従業員が安心して相談できるよう、ハンドブックには社内外の通報相談窓口の連絡先を明記しています。通報者のプライバシー保護と不利益な扱いの禁止を徹底することで、組織の自浄作用を働かせる体制を整えています。教育と相談環境の双方からアプローチすることで、法令順守はもちろん、社内外のステークホルダーに対する誠実な向き合い方を全員で共有し、誰もが安心して働ける健全な職場環境を維持・向上させてまいります。



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。法令違反や不正行為に関する通報だけでなく、人権侵害や社会倫理に反する行為について相談することもできます。
通報相談窓口の情報は、全従業員に配布しているコンプライアンスハンドブックに記載してい ますので、いつでも取り出して安心して相談できます。



ハラスメント研修

2025年度に、ハラスメント撲滅の取組みの1つとして、外部講師（社会保険労務士）によるハラスメント研修を実施しました。
職場におけるハラスメント撲滅のための知識をつけること、研修内容を各職場で伝授し合うことを目的に、全社計229名の社員が参加しました。
研修を通じて、ハラスメントの定義や具体例、受けた場合の相談先・対応方法を学び、職場での適切な言動や相互理解について理解を深めました。
また、研修の中で、グループディスカッションを設けました。現行施策として「内部通報・相談窓口の設置」が最も有効な対策として多く挙げられたほか、動画を含む研修制度やハンドブックも有用との意見が出されました。今後に向けては、定期的な研修の拡充、実例や曖昧な事例を用いた学び、外部専門家による面談機会の充実、相談しやすい体制づくりなどが要望されました。これらの意見を踏まえ、次年度以降の施策に反映していきます。







国際事業の紹介

日世は現在、中国（香港を含む）、ベトナム、台湾を中心とするアジア地域で海外事業を展開しています。

中国

2009年に現地に販売会社、2010年の上海万博に向けて、現地生産拠点を設立しました。今は、中国では販売統括会社を中核に、ソフトクリームミックス、フリーザー、フルーツプレパレーションの生産・販売体制を構築し、香港も含めて事業基盤を拡大しています。

- 日世(中国)投資有限公司：中国事業の中核会社。関連商材の販売統括。
- 煙台日世食品有限公司：ソフトクリームミックスの生産工場
- 日世(青島)電機有限公司：フリーザーの生産工場
- 日世(濰坊)食品有限公司：中国、東南アジア市場向け フルーツプレパレーションの製造
- 日世(昆山)食品有限公司：ソフトクリームミックス・コーンの生産工場

ベトナム

2018年に現地法人を設立。日系企業、現地企業のあらゆるお客様を対象としたソフトクリーム事業を展開しています。

台湾

2013年より、大手コンビニエンスストアを中心としたソフトクリーム事業を展開しています。台湾全土で2200店舗でソフトクリーム販売しており、その他日系外食企業、現地企業のお客様へソフトクリーム関連商材を提供しています。



ASEAN市場は、年間を通じて高温多湿な気候を背景に、コールドスイーツへの需要が旺盛な地域です。近年の経済規模の成長に伴い、当社にとっても中～高価格帯商品の伸びが期待できる、将来性の高い市場として注目しています。

NISSEI中国董事長インタビュー

事業環境が凄まじいスピードで変化し、競争の激しい中国市場では、
サステナビリティの重要性がますます高まっています。
従来の環境保護や社会貢献、ガバナンス構築といったESGの取り組みは
企業存続の土台である一方、これからの時代においては、
いかにAIをつかって継続的に付加価値を生み出すか、
またいかにそのAIを使いこなす人・組織を育成するかが重要です。



日世(中国)投資有限公司 董事長　王 偉

ESGの基盤と新たな生存要因「AI推進力」

環境コンプライアンスや社会的責任、食品安全のガバナンスといったESG要素は、当社が属する業界において存続の基盤であり、ブランドへの信頼の礎です。一つでも破綻があれば企業は決して長く生きていけません。これらを地道に継続することは大前提ですが、同時にAIを活用し、小さなコストで大きな価値を生み出す「AI推進力」を持たなければなりません。従来の要素のみに注視し、この新しい生存変数を見落とせば、激しい競争市場において企業の生存と発展の余地は急速に狭まっていくでしょう。

技術に加え「人・組織」が格差を生む

AIの真価は単に「問いに答えさせる」ことではなく、業務において「タスクを任せる」ことにあります。人はAIに対し、適切な指示を出し、出てきた結果をプロの目で審査する「管理者」としての役割を担わなければなりません。変化を恐れずAIを仲間として制御できる人財の育成と、それを後押しする柔軟な組織文化の定着が最優先課題です。

サステナビリティの核心は「組織の進化力」

AIの学習と活用を全社的に推し進めることは、当社がこれまで培ってきた「自ら現場へ足を運び、常時顧客と接する」という現場主義の文化を捨てることではありません。人が現場で顧客の真のニーズや水面下の課題を捉え、AIが効率的に実行を支えるという、人とAIの相互補完こそが目指すべき姿です。周期を超えて企業が生き残るために真に必要なのは、単一の技術への執着ではありません。AIをはじめとした競争環境を変える新たな要因をいち早く見抜き、新しいリズムにすばやく適応し続ける「組織の継続的な進化力」こそが、サステナビリティの核心なのです。



社内コア人財に対するAIに関する研修を実施

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100万元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。



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：2025年1月1日～2025年12月31日
（活動報告に一部2026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	1,194名（うち社員819名）（2025年12月末現在）
事業内容	ソフトクリームの関連資材（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
- 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

【工場】
- 東松山工場
- 南アルプス工場
- びわ湖工場
- 高槻工場

【関連会社】
東京日世フードサプライ株式会社

海外拠点
- 日世（中国）投資有限公司
- 日世（濰坊）食品有限公司
- 日世（昆山）食品有限公司
- 日世（青島）電機有限公司
- 煙台日世食品有限公司
- 日世ベトナム株式会社