



MARUHA NICHIRO

お問い合わせ先

株式会社マルハニチロホールディングス
CSR統括部 CSR担当

〒135-8603 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロント
TEL 03-6833-4127 FAX 03-6833-0396
(月～金 10:00～17:00 祝祭日除く)



Webサイトのご案内

マルハニチログループのCSR活動の詳細は
Webサイトで公開しています。ぜひ、ご覧ください。

<http://www.maruha-nichiro.co.jp>



MARUHA NICHIRO

マルハニチログループCSR報告書2013
活動ダイジェスト版

世界に美味しいしあわせを



未来が変わる。日本が変わる。 **25** チャレンジ
マルハニチログループはチャレンジ25キャンペーンに参加しています。



Introduction

世界に美味しいしあわせを 届け続ける責任を。

心のこもったおいしい食事に、思わず「にっこり」。
 バランスのとれた食生活で体調が良く、いつでも「にっこり」。
 そんな食事を家族そろって楽しめるから、みんなで「にっこり」。
 こうした笑顔にあふれる毎日を送ること、それが、
 私たちマルハニチログループが考える「おいしいしあわせ」です。
 近年、「食」をめぐる状況が、世界中で大きく変わりつつありますが、
 どんなに時代が変わっても、私たちの願いに変わりはありません。
 食を通じて、世界中の人々に「おいしいしあわせ」を届けたい——
 その願いを実現し続けること、それが私たちの社会的責任です。



INDEX

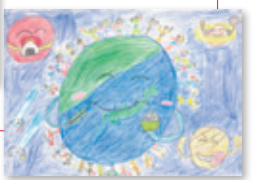
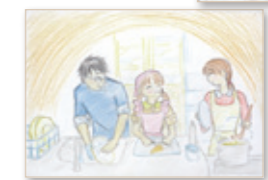
Introduction	1
視点①お魚は大切な資源	3
視点②安心して食べられる食品づくり	5
視点③人々の健やかな暮らしを支える	7
Top Message	9
マルハニチログループの事業分野とバリューチェーン	11
特集1 水産資源の安定供給と生態系の保全	17
おいしいカツオを食卓に届け続けるために。	
特集2 “安全・安心”な食品の提供	23
“あたりまえのこと”を心を込めて、丁寧に。	
特集3 健康への貢献	29
“DHA”っていったいナンド?	
Highlight in 2012	33



表紙の絵 ～「おいしいしあわせ」をテーマにした絵画コンテストより～



マルハニチログループのスローガンである「おいしいしあわせ」をテーマに、従業員とその家族を対象に絵画コンテストを実施しました。表紙には最優秀賞を受賞した森田紗名さん(9歳)の作品を中心に、各賞を受賞した作品3点を配しています。なお、最優秀作品は本社総合受付に掲示し、全応募作品はマルハニチロホールディングスWebサイトからご覧いただけます。



マグロ、大好き。



でも、そのうち食べられなくなるってホントかな？

視点① お魚は大切な資源

おいしいお魚を、これからもずっとお届けするために、
水産資源を大切に守り、育てていきます。

石油や石炭など、限りあるエネルギー資源を大切に使うという機運が、世界中で高まっています。これは、お魚などの水産資源でも同じこと。世界の人口が増加するなかで、このまま無制限にお魚を獲り続けられれば、いずれは食べられなくなってしまうかねません。ただし、お魚などの水産資源は、エネルギー資源と違って、成長して子を産み、増えていくもの。こうした“生命の循環”を大切に守り、育みながら、海からの大切な贈り物であるお魚を、未来へとつないでいく——それが、私たちマルハニチログループの使命です。



お子さまに安心して与えられる食品を
心を込めて、きちんと作り、食卓にお届けし続けます。

いくらおいしい食べ物でも、少しでもからだに悪い影響を
およぼす可能性があれば、絶対に食べさせたりしない。
それが、子どもの食事を考えるお母さんたちの“あたりまえ”。

子どもたちに安心して与えられる食品づくりは、
食品会社にとっての「大前提」であり、「生命線」でもあります。

そこで問われるのは、特別な技術やノウハウよりも、
一つひとつ食品に心を込めるという“あたりまえ”のことを、

一人ひとりが愚直に、誠実に続けていくこと。

“あたりまえ”の想いに、“あたりまえ”の取り組みで応える――

それが、私たちマルハニチログループの約束です。

質の良い
原材料を
仕入れる

工場の
品質管理を
徹底する

安心して食べられる
食品をお届けするために

鮮度管理を
徹底する

商品情報を
きちんと
伝える



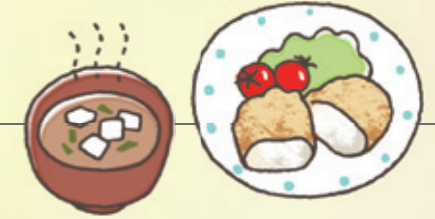
お弁当のおかず。

おいしいものを食べさせたい。
からだにいいものを選びたい。

アレルギー
品目

原材料

生産地



変わりゆく世界のなかで、 変わることなき使命を果たし続けます。

日本の食文化の要である「魚」を安定して調達・供給することで、人々の生命と健康を支える豊かな食生活を守ること。これは、私たちマルハニチログループが創業以来1世紀以上にわたって果たし続けてきた使命であり、当社グループに受け継がれるDNAと言えます。

この使命は、今日においても普遍性をもっていますが、その一方で、水産資源を取り巻く情勢は大きく変化しており、私たちにも変化への対応が求められています。

世界では、爆発的な人口増加を背景に魚需要が急増しており、ヘルシーフードとしての魚食人気の高まりもあって、グローバルな規模で魚の争奪戦が始まっています。その反面、国内では少子高齢化による人口減少に加え、食の欧米化による「魚離れ」が進み、魚の消費量が減少傾向にあります。

変わりゆく社会に対応しながら、変わらぬ使命を果たし続けるために、私たちは今、何を大切にすべきか、しっかりと見極め、取り組んでいかなければなりません。

水産物の安定調達・供給と生態系の保全に向けて—— 「持続可能な漁業」と「育てる漁業」の両面から。

私たちがまず大切にすべきこと、それは「水産物の安定調達・供給と生態系の保全」です。

おいしい魚を食卓に届けるという責任を将来にわたって果たし続けるためには、世界各地の漁場へのアクセスを強化する一方で、水産資源の枯渇を防ぐための配慮が求められます。このため当社グループでは、漁場の生態系保全を重視しており、例えばカツオの主要漁場である中西部太平洋で現地政府との合併会社を設立し、周辺諸国の定める環境規制を守りながら、日本への供給力を強化しています。(→P.17 特集1参照)

このように、生態系に配慮した持続可能な漁業に取り組む一方で、育てる漁業、すなわち養殖にも積極的に取り組んでいます。なかでも、世界に先駆けて取り組んできたクロマグロの養殖では、稚魚からではなく、人工孵化からの「完全養殖」に挑んでおり、国内外から大きな注目を集めています。

“安全・安心”な食品の提供に向けて—— あたりのことを大切に作る風土を。

私たちが大切にしている第2のテーマが、“安全・安心”な食品の提供です。

食品会社にとって、“安全・安心”は事業継続の生命線とも言えるものであり、この点を疎かにする会社は、消費者の皆さまからの信頼を失うことになります。

“安全・安心”の実現には、品質保証体制や原料管理システム、原料トレーサビリティといった体制づくりは当然として、その体制に依存するのではなく、一人ひとりが常に

緊張感をもって品質を見守り続けるという“あたりまえ”のことを徹底する必要があります。

当社グループでは、持株会社、各事業会社、そして各工場にそれぞれ品質管理の部署を設けており、互いに連携しながら何重にもわたるチェックを実施しています。(→P.23 特集2参照)

こうした仕組みと風土は、消費者の皆さまから選んでいただける存在となるための強みとなり、またグローバル市場における競争力ともなるでしょう。

健康への貢献に向けて—— 「魚のチカラ」をさまざまな商品に活かします。

私たちが大切にしている第3のテーマが、健康への貢献です。

健康志向の高まりを受けて、健康食、ヘルシーフードとしての魚食が世界中で注目されています。近年の研究によって、魚に多く含まれるDHAやEPAなどの脂肪酸には、中性脂肪やコレステロールの低減に加え、認知症などへの効能も確認されています。

当社グループでは、こうした魚由来の健康成分を活かした商品開発を強化(→P.29 特集3参照)するとともに、脂肪酸を原料とした医薬品素材の開発、高齢者や要介護者にも食べやすい「ユニバーサルデザインフード」の開発など、さまざまな側面から人々の健康に貢献していきます。あわせて、次代を担う子どもたちへの食育などを通

じて、魚食の良さを啓発していくことも大切だと考えています。

これまで述べてきたテーマを中心に、私たちはこれからも、消費者の皆さまをはじめとしたステークホルダーの信頼に応えるため、さまざまな視点から、企業としての社会的責任を果たし続けていきます。

世界においしいしあわせを届け続ける当社グループの取り組みに、これからもご期待ください。



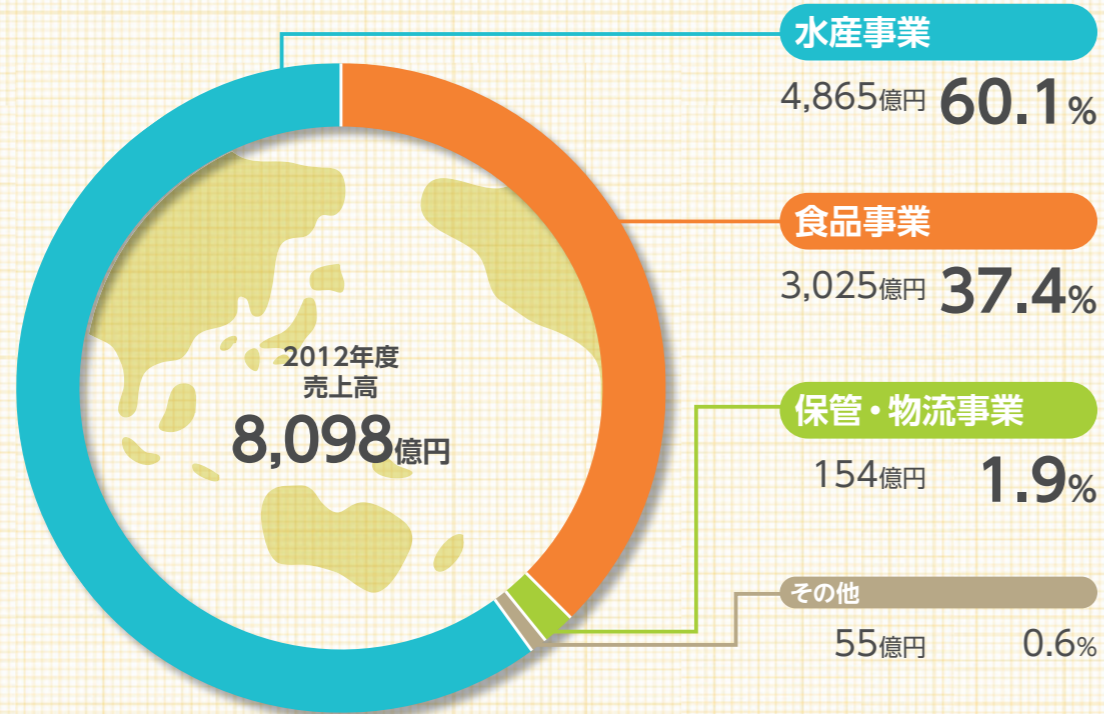
世界においしいしあわせを これからもずっとお届けし続けるために——



株式会社マルハニチロホールディングス 久代 敏男
代表取締役社長

3つの事業の総合力を活かして

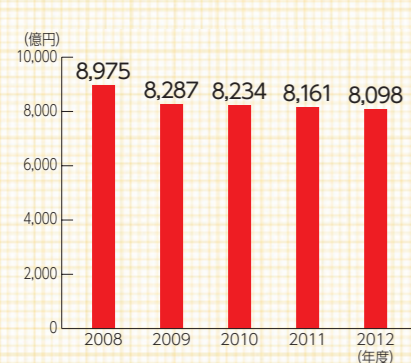
私たちマルハニチログループは、ともに創業100年を超える食品メーカー、マルハとニチロが2007年10月に経営統合して誕生しました。経済のグローバル化を背景に、“食”に関わるニーズの多様化・高度化が進むなか、私たちは長い歴史の中で磨き上げてきた知識とノウハウ、そして「水産」「食品」「保管・物流」という3つの事業の総合力を活かして、世界中に「おいしいしあわせ」をお届けし続けます。



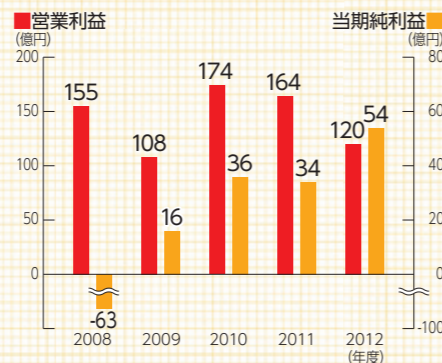
会社概要 (2013年3月31日現在)

商号	株式会社マルハニチロホールディングス	所在地	東京都江東区豊洲三丁目2番20号 豊洲フロント
英文名	Maruha Nichiro Holdings, Inc.	代表者	代表取締役社長 久代 敏男
設立年月日	2004年4月 (2007年10月に、株式会社マルハグループ本社から株式会社マルハニチロホールディングスに商号変更)	資本金	310億円
グループの主な事業内容	水産事業、食品事業、保管・物流事業	決算期	3月31日
		グループ従業員数	12,335名
		グループ会社	115社(国内67社、海外48社)

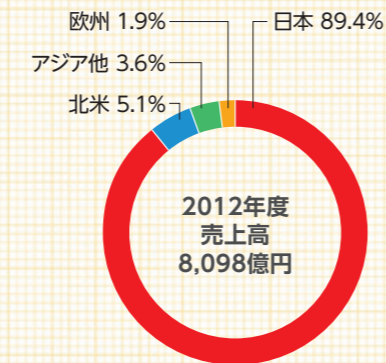
売上高



営業利益/当期純利益



地域別売上高構成比率



水産事業



グローバルな調達ネットワークを誇る水産サプライヤーとして

世界最大規模の水産物取扱量を誇る企業グループとして、水産物ニーズのグローバルな高まりに対応。従来からの「獲る漁業」だけでなく、「つくり、育てる漁業」にもいち早く取り組み、“安全・安心”で高品質な水産物の調達と供給に努めています。

●主なグループ会社
(株)マルハニチロ水産/大洋エーアンドエフ(株)/大都魚類(株)/Westward Seafoods, Inc./Peter Pan Seafoods, Inc. など



食品事業



さまざまな加工食品を提供する総合食品メーカーとして

世界中から調達した厳選素材をもとに、冷凍食品や缶詰、レトルト食品など、さまざまな食品を開発。近年では介護食品や健康食品、医薬品素材、調味料にも領域を拡大し、より付加価値の高い商品づくりに挑んでいます。

●主なグループ会社
(株)マルハニチロ食品/(株)マルハニチロ畜産/(株)マルハニチロ北日本/(株)アクリフーズ/(株)ニチロサンフーズアジア(株)/Kingfisher Holdings Ltd. など



保管・物流事業



鮮度管理の行き届いた食品流通を支える保管・物流事業者として

全国各地に形成された冷蔵倉庫ネットワークの保管・収容能力は58万トン以上に及び、国内有数の規模を誇ります。このネットワークを駆使して、商品の鮮度と安全性、おいしさを守りながら、お客さまのもとにタイムリーにお届けしています。

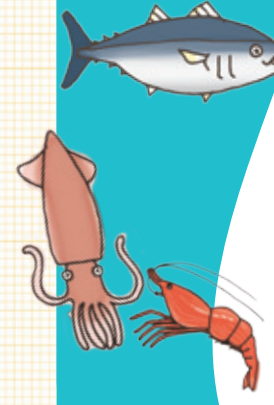
●主なグループ会社
(株)マルハニチロ物流 など



おいしさを世界に届ける バリューチェーン

世界中の自然の恵みを、世界中の食卓へお届けする——
水産物をコアとしたグローバルなバリューチェーンを通じて、
この使命を果たし続けることが、
私たちマルハニチログループにとって最大の社会的責任です。

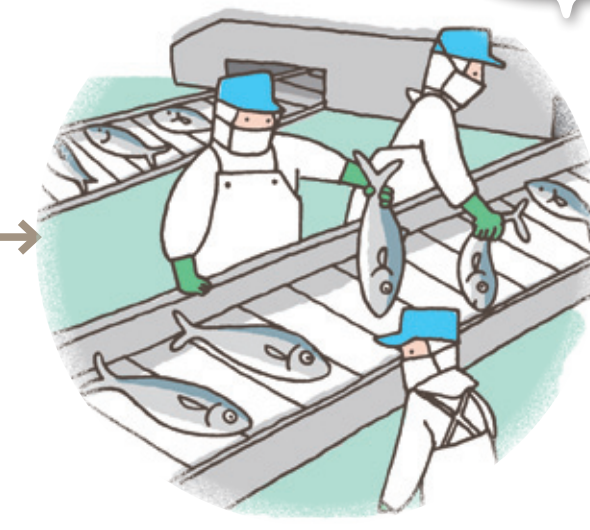
水産事業



マグロはえ縄漁や
沖合まき網漁などに加
え、クロマグロなど付加価値
の高い魚の養殖を、海外合併事業も含め
てグローバルに展開。世界70カ国からの
買付も含めて、世界最大規模の水産物調
達力を誇ります。



お魚を加工する



POINT
“安全・安心”な
商品の加工

北米・アラスカ・タイ・中国を中核とし
た生産・加工ネットワークを基盤に、鮮
度とおいしさを保つさまざまな加工技
術を活かして、世界各地から調達した
水産物を高付加価値・高品質な商品と
して消費者にお届けします。

保管・物流 事業



お魚を保管・輸送する



保管・物流

保管、輸送に加えて通関、流通加工なども含めた“総
物流サービス”を展開。品質と安全を守りつつ、タイム
リーな配送を追求するのはもちろん、輸送の効率化によ
るCO₂の排出削減など、地球環境への配慮も徹底して
います。

商品を保管・輸送する



POINT
鮮度管理の徹底

POINT
わかりやすい
商品情報の開示



小売店

外食店



市場へ

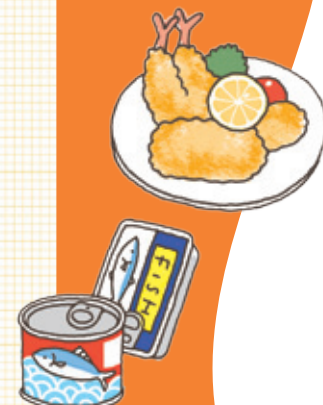
食卓



国内の中央卸売市場を通じた流通から、外食・中食業
界を中心とした国内外ユーザーへの直接販売、さら
には商社や流通業者、小売業者などのパートナーを通
じた販売まで、国内外のネットワークを活かして、世界
中の食卓に「おいしいあわせ」をお届けしています。

調達

食品事業

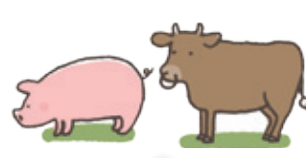


水産物はもちろん、農産物や畜産
品なども含め、幅広い調達力をグ
ローバルな規模で発揮。消費者の
“安全・安心”を確保するため、食の
プロフェッショナルとして厳しい視
線で見つめるとともに、ト
レーサビリティを確立しています。

飼育状況を管理する



栽培状況を管理する



POINT
安全で良質な
原料の調達



生産・加工

食品を生産する



POINT
“安全・安心”な
商品の製造

冷凍食品、缶詰、レトルト食品、健康食
品、化粧品など、消費者のご要望に応える
高付加価値な商品を幅広く開発。「マルハブ
ランド」や「あけぼのブランド」などの伝統を
受け継ぎながら、新たな「マルハニチロブ
ランド」を創造しています。

商品を開発する

POINT
健康に貢献する
商品開発



おいしいカツオを食卓に届け続けるそのために。

ミクロネシア連邦との「海外まき網合併事業」が拓く、これからの漁業

マルハニチログループの水産事業における中核企業、大洋エーアンドエフ(株)は、日本の海外まき網漁業の先駆者として、半世紀以上にわたって中西部太平洋でのカツオ漁業を担ってきました。日本の食文化に欠かせないカツオの安定供給を維持するため、同社は2012年、ミクロネシア連邦との海外まき網合併事業をスタート。この特集では、カツオをめぐる世界の現状とともに、同社の海外合併事業の可能性について紹介していきます。



日本の食文化に欠かせない「カツオ」は、どこから来るのでしょうか？

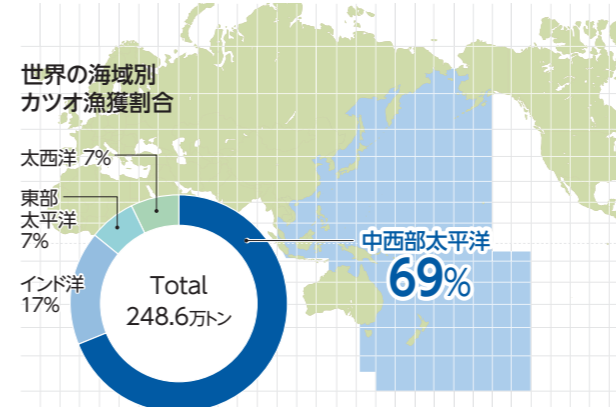
「目には青葉、山ホトギス、初カツオ」の俳句で知られるように、カツオは日本の魚食文化を代表する存在です。刺身やタタキといった生食だけでなく、カツオ節としてお味噌汁や煮物のダシに使用されており、まさに日本食の“味”を根底から支える、重要な食材だと言えるでしょう。

では、そのカツオが皆さんの食卓までどうやって運ばれてくるか、ご存知でしょうか？「土佐の一本釣り」のイメージから、太平洋近海を思い浮かべる方が多いかもしれませんが、実は、近年では漁場変動にともなう来遊量の減少や後継者不足などから、近海での漁獲量が減少しています。現在のカツオ供給の大半を担っているのが、日本から遠く離れた海外での遠洋漁業です。なかでも世界のカツオ漁獲量の約7割を占めるほどの中核漁場となっているのが、中西部太平洋であり、そこで主体となっているのが「まき網漁業」です。

海外まき網漁業の日本におけるパイオニアが、マルハニチログループの大洋エーアンドエフ(株) (以下、TAFCO)の母体となった大洋漁業グループです。同社は戦後間もない1948年に海外まき網漁業をスタートして以来、中西部太平洋における操業法の確立や、日本初の海外まき網漁船の建造など、先駆的な取り組みを続けてきました。現在、この地域では同社の漁労部門を引き継いだTAFCOを含めた日本の海外まき網漁船が34隻、合併船が6隻操業しており、年間で約20万トンものカツオを日本に搬入しています。

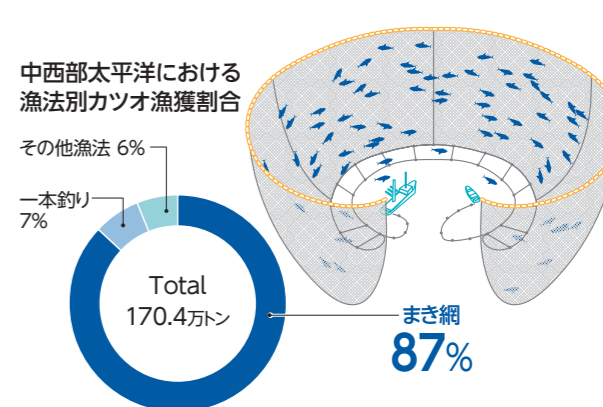
このように、TAFCOの海外まき網漁業は、日本の食卓にカツオを届け続けるうえで、大きな貢献を果たしてきました。しかし近年では、カツオの安定供給を脅かしかねない、2つの大きな変化が生じています。

世界で最もカツオが獲れる海域「中西部太平洋」



カツオの漁場は太平洋や大西洋、インド洋など世界中に広がっています。なかでも世界の漁獲量の約7割を占めるほどの中核漁場となっているのが、日本からはるか南に位置する、中西部太平洋の赤道付近です。

中西部太平洋で最もカツオ漁に使用されている「まき網漁業」



まき網漁業とは、魚群を網で囲んだ後、網を徐々に狭めて捕獲する漁法で、操業時の網の直径は数百メートルにもなります。日本の漁獲量の約3割を占める主要漁業であり、中西部太平洋では約9割までを占めています。

出典：水産庁・水産総合研究センターHP「平成23年度国際漁業資源の現況」
※グラフはいずれも2010年の暫定値

高まる魚需要を背景に、世界規模で激化するカツオ争奪戦。

カツオを取り巻く大きな変化の1つが、世界的な魚需要の高まりです。

近年、日本では「魚離れ」などと言われるように魚の消費量が減少傾向にある一方で、海外では魚食人気が急激に高まっています。

例えば欧米では、健康志向を背景に、ヘルシーフード、長寿食として「SUSHI(寿司)」や「SASHIMI(刺身)」といった日本食が注目されています。また、中国などの新興



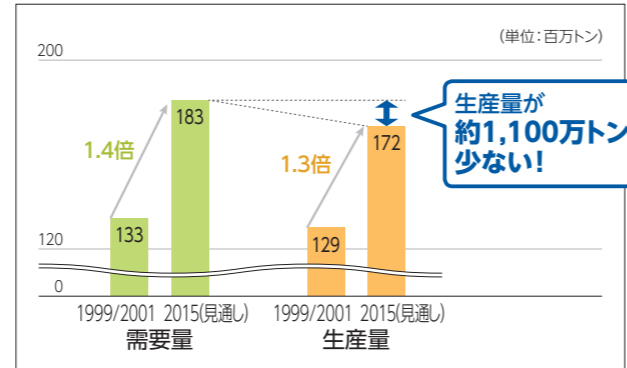
SUSHI(寿司)を食べる外国人

国でも、経済成長を背景に個人所得が増加したことで食の多様化が進んでおり、日本食ブームの到来もあって魚食が増加。さらには世

界的な人口増もあいまって、高まる魚需要に供給が追いつかない状況が生まれています。こうした状況のなかで、カツオの需給動向はどうなっているのでしょうか？

日本では、カツオは生食やカツオ節としての消費が中心ですが、世界のマーケットでは「ツナ」に含まれ、欧米などではツナ缶の原料としての消費が主体です。世界的な

世界における魚介類の需要量・生産量

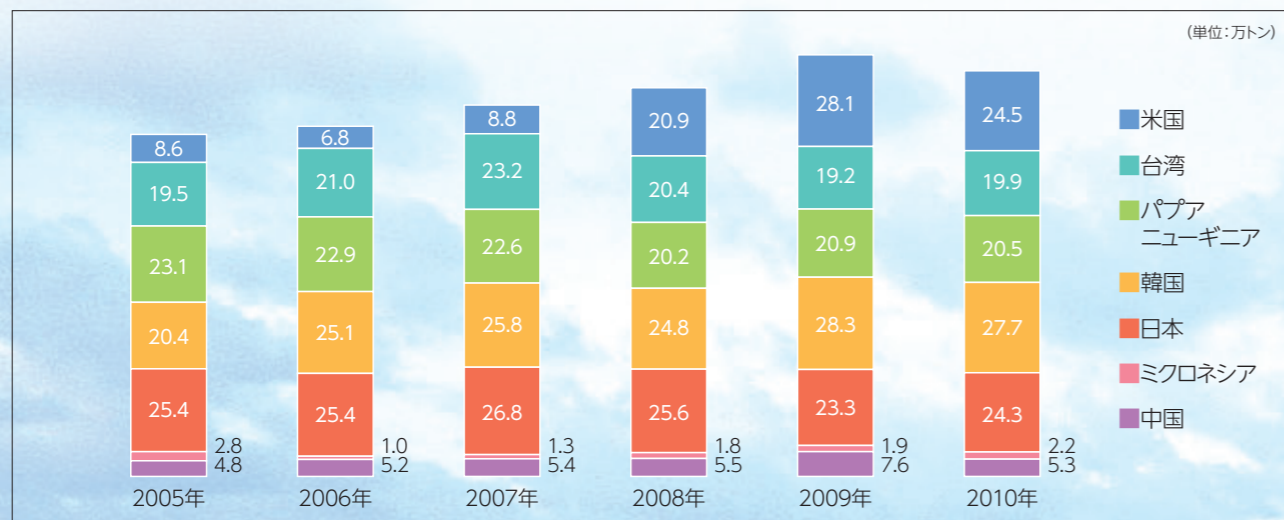


出典: FAO「The State of World Fisheries and Aquaculture 2004」

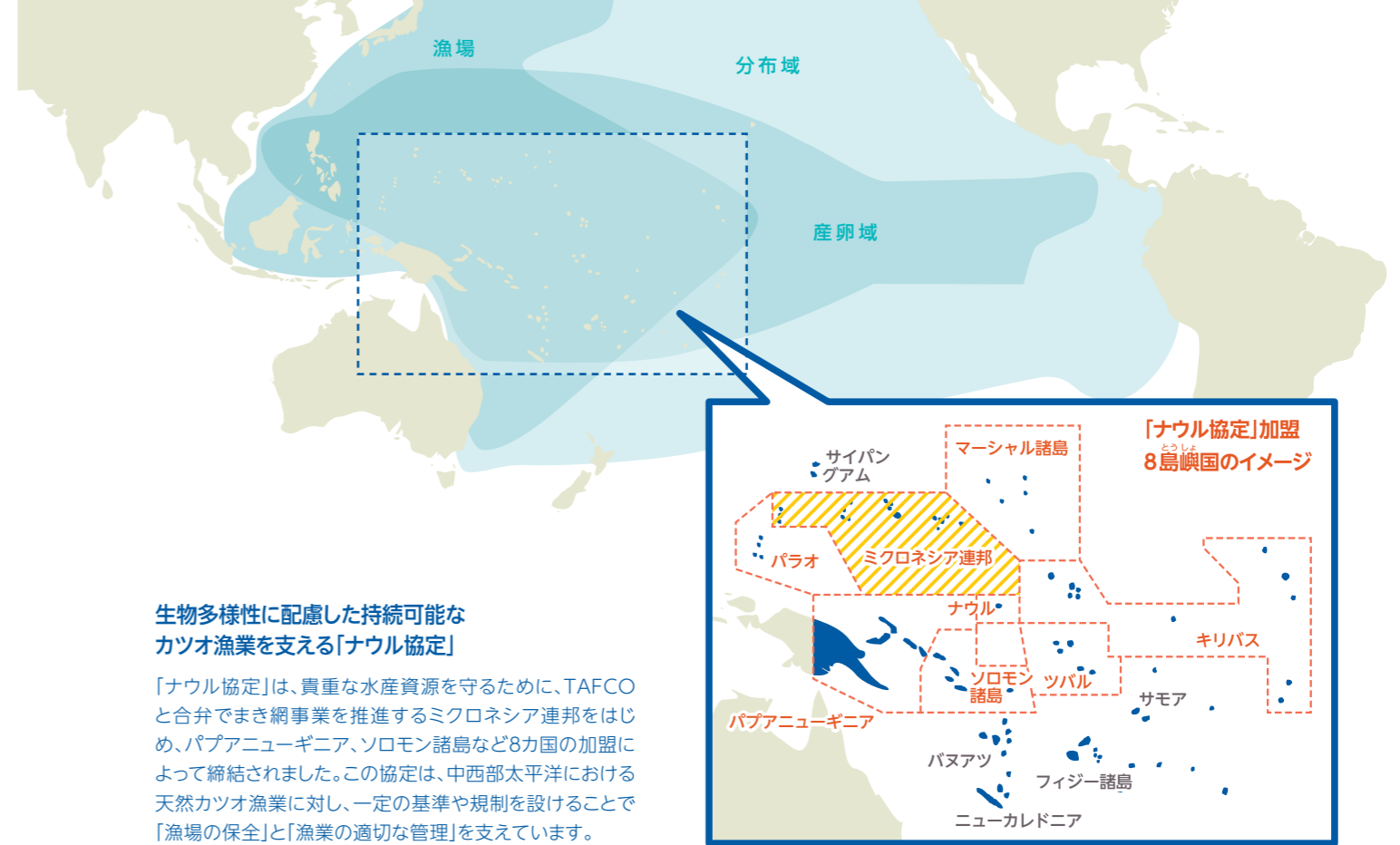
魚食人気が高まりを受けて、ツナ缶の消費量はここ10年で2倍以上に増加しています。欧米以外でもツナ缶の消費が増えたことにより、原料となるカツオの需要は年々大幅に増加。その価格も上昇を続けており、いまや世界規模での争奪戦となっています。

実際、世界的なカツオ漁場である中西部太平洋では、現在、日本以外にも韓国、台湾、中国、米国、EUなどの遠洋漁業国とパプアニューギニア、ソロモン諸島国などの周辺国まき網船が約270隻も操業し、漁獲を競い合っています。こうしたなかで、いかに水産資源を守りながら、世界各地での需要増に対応していくかが問われています。

中西部太平洋における主要漁獲国のまき網によるカツオの漁獲量推移(暫定値)



出典: 水産庁・水産総合研究センターHP「平成23年度国際漁業資源の現況」



生物多様性に配慮した持続可能なカツオ漁業を支える「ナウル協定」

「ナウル協定」は、貴重な水産資源を守るために、TAFCOと合併でまき網事業を推進するミクロネシア連邦をはじめ、パプアニューギニア、ソロモン諸島など8カ国の加盟によって締結されました。この協定は、中西部太平洋における天然カツオ漁業に対し、一定の基準や規制を設けることで「漁場の保全」と「漁業の適切な管理」を支えています。

中西部太平洋諸国で高まる水産資源ナショナリズムに対応するために。

もう1つの大きな変化が、漁場となる中西部太平洋に位置する国々での水産資源ナショナリズムの高まりです。

「資源ナショナリズム」とは、資源保有国が、自国の資源に関する権利を最大限に活用して、自国の発展に役立てようとする動きのこと。一般的には、石油や金属などの地下資源に関する動きが知られていますが、中西部太平洋の諸国のほとんどは、国土が小規模な島々で構成される「島嶼国」であり、周辺海域で獲れる水産物が唯一ともいえる資源なのです。

この貴重な自国資源を守るため、1982年に現地8カ国で締結されたのが「ナウル協定」です。この協定は、加盟国の権益確保に加え、乱獲による資源枯渇の防止や生物多様性の保全を目的としたもので、入漁隻数の制限や算定方式の変更にもともなう入漁料のアップ、監視体制の強化など、外国漁船への規制を年々強めています。その一方で、外国船であっても合併事業などで自国化した場合には、規制緩和などの優遇措置を講じており、外資をともなった漁船やノウハウの導入によって自国での漁獲量を

高めたり、自国民の雇用を創出しようとの動きも見られています。

TAFCOがこれまで通りにカツオの安定供給を維持し続けるためには、こうした現地国の取り組みを理解し、尊重しながら、互いにとって有益となる関係を築いていこうとする姿勢が不可欠です。

そこで、TAFCOは2010年頃から、ナウル協定に加盟する各国との間で、合併事業の可能性を模索。その結果、2011年12月に、ミクロネシア連邦との合併事業がスタートしたのです。



合併事業の実現に向けた会議



ミクロネシア連邦との合併会社を設立し、カツオ漁業の新しいカタチへ。

2011年12月19日、TAFCOはミクロネシア連邦国営漁業公社との合併契約に調印し、2012年1月5日に合併会社を設立。TAFCOから海外まき網船1隻を同社に売却し、船籍をミクロネシアに移すことで、ナウル協定水域における安定的なカツオ操業の実現に向けて、大きな一歩を踏み出しました。

合併会社の設立から船籍の移管までには、日本の水産庁や、ミクロネシア連邦の国家海洋資源管理局、運輸・通信・インフラ省、資源開発省など関係各所から許認可を得る必要がありました。TAFCOのまき網漁業にとっては初の海外合併事業であり、ミクロネシア連邦にとっても前例が少ないことから、当初は難航も覚悟していました。

しかし、ミクロネシア連邦では国民の20%がルーツを日本に持つなど歴史的に親日国であることに加え、「日本とミクロネシア連邦、双方の利益に貢献したい」というTAFCOの姿勢が理解されたことから、手続きは順調に進展。早くも2012年5月には初出漁に至り、1ヵ月後には

1,000トンを超えるカツオを積んで帰港するなど、順調なスタートを切りました。

以降も好漁に恵まれ、初決算となる2012年度は計画を上回る好業績となったことから、同国の漁業会社として初の株主への配当を実施。創業1年目から現地に利益を還元する姿勢が高く評価され、政府広報、地元経済誌などでも大きく紹介されました。



合併契約調印式の様子。前列左から、TAFCOの安部社長、ミクロネシア連邦マリオン・ヘンリー資源開発大臣、後列左から在ミクロネシア日本大使館の鈴木大使、ミクロネシア連邦ローリン・ロバート外務大臣。



合併会社に転籍した日本初の商用大型海外まき網船「ふじ丸」。新しい船名は、TAFCOの社名と、ミクロネシア連邦の首都が位置する島名を冠して「TAIYO POHNPEI」としました。

合併会社の概要

会社名 Taiyo Micronesia Corporation
 設立年月日 2012年1月5日
 資本金 30万米ドル
 株主構成 大洋エーアンドエフ(株) 75%
 ミクロネシア連邦国営漁業公社 25%
 社長 安部 敏男(大洋エーアンドエフ代表取締役社長)
 保有まき網船 「TAIYO POHNPEI(タイヨウボンベイ)」
 (旧「ふじ丸」)国際トン数 1,788トン

ミクロネシア連邦ってどんな国?

ミクロネシア連邦は太平洋の中央、赤道の北沿に点在する600以上の島々と環礁からなる美しい国です。国土の総面積は約700km²で、日本の奄美大島と同規模ですが、東西約2,500km、780万km²にわたる海域にまたがっています。

人種的にはミクロネシア系に分類され、公用語は英語ですが、各地域固有の言語や文化や慣習が混在する多様性に満ちた国です。第一次世界大戦以降、日本の統治下において農業や漁業が発展したことから、今も親日家が多く住んでいます。



ステークホルダーメッセージ

ミクロネシア連邦のまき網漁業に対するTAFCOの誠実な支援を高く評価しています。

ミクロネシア連邦国営漁業公社(以下NFC)は、我が国における漁業の発展推進を目的として1984年に設立され、国内外の漁業関係者との協力、提携などを担ってきました。私は四半世紀にわたり漁業に関わったあと、国会議員としてのキャリアを経て、2011年12月にNFCの社長に就任しました。ちょうど大洋エーアンドエフ株式会社(以下TAFCO)と合併会社の話し合いが行われていた時期でしたが、NFCとしてはTAFCOの企業姿勢を信頼しており、早期に操業を始めたいとの考えでした。私自身もTAFCOの評判は長年聞き及んでおり、異存はありませんでした。合併会社大洋ミクロネシアの設立に携われたこと、また操業初年度の成功を大変うれしく思っています。

我が国のまき網漁業に対するTAFCOの誠実な支援に対し、我が国政府も全面的な支持を表明しています。政府の後援を受けて、大洋ミクロネシアの見通しは良好です。私はNFCの社長兼CEOとして、TAFCOと緊密に協力しながら事業を展開していることに誇りに思っています。



ミクロネシア連邦
 国営漁業公社
 (National Fisheries Corporation)
 社長兼CEO
 Mr. Peter Sitan



信頼関係をベースに、両国にとって有益な漁業を考え、実践していきます。

TAFCOの海外まき網合併事業の根底には、日本とミクロネシア連邦との共存共栄に貢献したいという想いがあります。

ミクロネシア連邦籍となった大型海外まき網船は、主要産業である漁業の発展を通じて、同国経済全体の活性化に大きく寄与することが期待されています。また、現地での事業活動を拡大することで、食糧や資材の購入、納税などによっても経済的貢献を果たしています。

さらに、合併会社では現地出身の乗組員を積極的に採用しており、陸上勤務社員を含めた雇用の創出に加えて、日本の優れた航海技術や漁撈技術(ぎょうろう)を伝える役割も担っています。将来的には、合併会社の経営への参画も期待するなど、いずれ同国漁業界のリーダーとなる人材の育成にも努めていきます。

こうした貢献をさらに拡大していくため、TAFCOではまき網事業を核とした事業の拡大を検討しています。例えば、漁獲したカツオを原料に現地でカツオ節などの加工品を生産するための事業化調査を進めています。こうした事業を通じて、雇用創出や人材育成がさらに進み、ミク

ロネシア連邦の産業振興や経済発展につながっていくでしょう。

このようにミクロネシア連邦における、TAFCO、ひいては日本への信頼感を高めていくことが、日本の食文化に欠かせないカツオの安定供給を確保することにつながります。

TAFCO、そしてマルハニチログループは、これからも水産資源国との信頼関係を重視しながら、世界各地で持続的な漁業を展開することで、水産資源の安定供給という使命を果たし続けていきます。



現地採用乗組員への技術指導

“あたりまえのこと”を 心を込めて、丁寧に。

冷凍食品事業の中核グループ会社、ヤヨイ食品における品質保証

世界においしいあわせをお届けすることを使命とするマルハニチログループにとって、“安全・安心”な食品の提供は、最優先すべきテーマであり、グループ各社が厳格な体制のもとに、より確かな品質を追求しています。この特集では、日本における冷凍食品事業のパイオニアであり、2012年6月からグループに加わったヤヨイ食品(株)の“安全・安心”に対する取り組みを紹介します。



COMPANY GUIDE

業務用冷凍食品分野で圧倒的な強みを発揮

ヤヨイ食品(株)は、戦後間もない1947年に誕生した、我が国における業務用冷凍食品の草分け的な存在です。半世紀以上にわたる実績をベースに、「安全・安心をすべてに優先して貫く」という経営理念のもと、高度な品質保証体制を構築することで、市場からの確かな信頼を獲得。コロッケやハンバーグ、メンチカツなど高付加価値な商品を生み出す開発力が高く評価され、業界で確固たる地位を築いています。



Key Personが語る ヤヨイ食品の“安全・安心”へのこだわり

“安全・安心”をすべてに優先して貫く——
企業理念を体現する「組織づくり」「人づくり」に注力しています。

当社は創業以来、「安全・安心をすべてに優先して貫く」という品質重視の企業風土を大切に守り続けてきました。その根底には、学校給食用の冷凍食品から事業の基盤を築いてきたという歴史があります。まだ給食が普及し始めた時代にあって、「子どもたちの成長に役立つ、安全・安心な食事をお届けしたい」との願いを込めて開発した冷凍コロッケこそ、当社事業の、そして品質に対するこだわりの原点と言えます。

以来、病院向け、施設向け給食や外食市場、中食市場へとフィールドを広げるなかで、“安全・安心”のための組織的な取り組みを徹底することで、社会からの信頼を獲得し、成長への原動力としてきました。

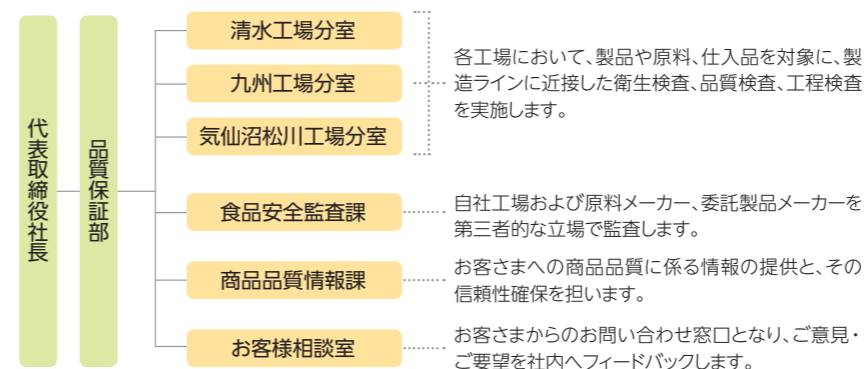
2009年には、食の“安全・安心”を実現するためのルールや最適手順などを定めた食品安全マネジメントシステムの国際規格ISO22000の認証を取得。その際、創業以来の理念を「食品安全方針」として明示するとともに、企画開発から原料調達、生産、保管・物流、市場への情報発信に至るまで、各プロセスを担う部門ごとに「食品安全

チーム」を組織し、個々の取り組みを品質保証部が統括・支援するという、全社一丸となった品質保証体制を確立しました。

こうした「組織づくり」の一方で、品質保証の担い手となる「人づくり」にも注力。実務を通じた品質管理教育を、全従業員を対象に実施しています。また、品質管理上で重要な工程の担当者には、食品業界のグローバル・スタンダードとなる基準やルールについての外部研修をはじめ、専門的な教育を実施しています。さらに、各工場において、従業員がグループ単位で品質改善に取り組む「QCサークル活動」を実施し、その成果を共有するための全社大会を開催しており、品質向上やコスト改善に確かな成果を挙げています。

今後も“安全・安心”という当社にとって“あたりまえのこと”を大切にしながら、その基盤の上に、お客さまによりご満足いただけるような価値を創出していきたいと考えています。

品質保証体制



ヤヨイ食品株式会社
常務執行役員
品質保証部 担当役員
成田 義行



“安全・安心”な食品をお届けする ヤヨイ食品の品質管理プロセス

ヤヨイ食品では、開発から調達、生産、保管・物流、さらには情報発信まで、お客さまに“おいしさ”をお届けするまでのあらゆるプロセスにおいて、厳しい自主基準を設定。この基準に基づき、入口管理や工程管理、出口管理を徹底するとともに、ダブルチェック、トリプルチェック体制によって“安全・安心”に万全を期しています。



つくる喜びを、おいしい感動へ！ ヤヨイ食品の冷凍食品

お客さまに「おいしい！」という感動をお届けするために、そして、豊かな食文化の発展に貢献するために——業務用冷凍食品に特化した高度な開発力を活かして、市場ごと、お客さまごとに求められる味や栄養素、機能を備えた高付加価値な商品を生み出し続けています。

ホクホク、アツアツでおいしい!
コロッケ



ヘルシーで味わい豊か!
煮魚・焼魚

お子さまに大人気!
ハンバーグ



サクッとジューシー!
メンチカツ

アツアツでクリーミー!
グラタン



Voice

それぞれの職場で食の“安全・安心”を支える従業員たちの想い

「何にお困りなのか?」の把握に努めています。

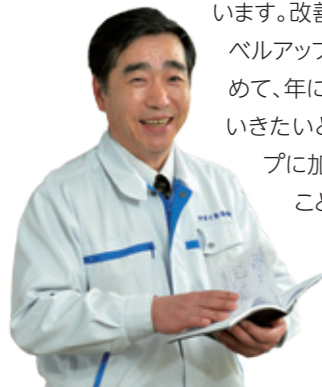
商品開発では、味や栄養素、食べやすさなど、商品を食べられる方々のニーズに加え、「保存料ゼロで、日持ちする商品」「小口ニーズに対応できるよう個別包装」など、商品を取り扱う方々のニーズへの対応が求められます。いずれの場合も「何にお困りなのか」を詳しく把握することで、多様化・高度化する食の課題にお応えしていきたいと考えています。



商品開発部長補佐 兼
第3課長
米屋 雅之

従業員一人ひとりのレベルアップが課題です。

各工場分室では、お客さまからの要望や各工程での改善課題などを踏まえて、品質保証体制の継続的な改善に取り組んでいます。改善を進めるには従業員一人ひとりのレベルアップが不可欠ですので、業務の効率を高めて、年に一度は外部研修などの機会を与えていきたいと考えています。マルハニチログループに加わったことで、そうした機会が増えることを期待しています。



品質保証部長代行 兼
気仙沼松川工場分室長
小泉 安生

先輩方に少しでも近づくのが目標です。

衛生検査用や年間保存用のサンプル抜き取りから、調理前の重量確認、調理後の味や品質の検査まで、“安全・安心”な商品づくりをトータルに見守っています。同じラインを3名で担当していますが、他のお二人はいずれもベテランで、入社3年目の私とは知識やノウハウの蓄積が比べ物になりません。先輩方の仕事をお手本に、少しでも近づけるよう努力しています。



品質保証部 清水工場分室
森脇 柚花

お客さまの信頼につながるコミュニケーションを。

近年では、お客さまの意識が高まり、産地偽装や異物混入などの事件が生じると、類似した当社商品に関するお問い合わせが殺到します。こうした際にタイムリーかつ正確に回答することが、お客さまに安心、信頼いただくことにつながります。ですから、日頃から行政の通達に加えて報道などにも目を配り、必要な情報をいち早く提供できるよう努めています。



品質保証部長 兼
商品品質情報課長 兼 お客様相談室長
熊谷 文秀

従業員の“多能工化”を推進しています。

近年では、より迅速で正確な情報発信が求められるなど、お客さまの要望が高度化・多様化しています。そうした要求にお応えするには、一人の従業員が複数の役割を担える“多能工化”が不可欠だと考え、情報やノウハウの共有を全社的に進めています。従業員にとっても、仕事への意識が深まり、視野が広がっていくことが実感でき、モチベーション向上にも効果があります。



品質保証部
商品品質情報課担当課長
戸塚 秀雄

会社を代表して対応することを意識しています。

お客さまからの電話に対応する際は、自分が会社の代表として話していることを意識し、誠意ある対応を心掛けています。大切なのは、常に相手の立場で考えること。そこで、日頃から多様な立場、多様な意見の方々と会話する機会を大切にしています。最近では、スキルアップのために商品カルテの作成も担っていますが、おかげで商品知識が深まり、電話対応にも役立っています。



品質保証部 お客様相談室 兼
商品品質情報課
野島 容子

In Focus

ヤヨイ食品の食育活動

KIDS-シェフ



三國 清三シェフ



Profile

1954年北海道生まれ。札幌グランドホテル、帝国ホテルを経て20歳で駐スイス日本大使館の料理長に就任。その後、スイス、フランスの三ツ星レストランで修業後、東京四谷に「オテル・ドゥ・ミクニ」を開店。1999年に、ルレ・エ・シャトー協会の世界5大陸トップシェフ5人に選ばれ、2007年には厚生労働省より「現代の名工」を受章。日本フランス料理技術組合代表。

子どもたちに、 地元地域の本当においしいものを。

「KIDS-シェフ」のコンセプトは、21世紀を担う子どもたちに、本当においしいものを食体験させることで、味覚の発達を促すと同時に、食への関心を持たせること。また、自分たちが暮らす地域に素晴らしい食材があることを知らせ、地元の食文化・風土に誇りを持たせることも目的としています。

子どもたちに、食の喜びを伝えるために

学校給食を原点とするヤヨイ食品は、未来を担う子どもたちへの食育活動にも積極的に取り組んでいます。2000年の秋からは、日本フランス料理技術組合(代表：三國清三シェフ)との協働による「KIDS-シェフ」をスタート。全国の小学校を対象に、これまでに46回実施し、参加した子どもは約2,300人に達しています。

KIDS-シェフは、一過性の調理実習ではなく、その準備は半年～1年前から始められます。実施する学校の生徒たちは、地元の食材や食文化について学んだり、地元の生産者や工場を見学したり、自分たちで作物を育てたり、さまざまな経験を積みます。そうした経験を踏まえて、実施当日までに、地元の食材を活かしたメニューを自分たちで考えてもらいます。

当日は、味覚の授業を受けた後、子どもたちが考えたメニューを発表し、シェフの指導のもと調理に挑みます。完成した料理を試食する際には、誇らしさと満足感に満ちた子どもたちの笑顔を見ることが出来ます。



2013年2月には清水市立清水入江小学校の6年生28名を対象に実施。三國シェフをはじめ4名のシェフにご協力いただきました。



まずは三國シェフによる味覚の授業からスタート。



班ごとに自分たちの考えたメニューを発表します。



調理時間は一時間、シェフに相談しながら手際よく進めていきます。



完成した料理をみんなで試食、笑顔が広がります。

★詳細はヤヨイ食品Webサイトをご覧ください★
<http://www.yayoifoods.co.jp/responsibility/kids/index.html>

“DHA”っていったいナンダ？

人々の健康づくりに貢献する「魚のチカラ」の可能性

近年、日本人は魚を食べなくなったといわれています。しかし魚には、肉からは摂ることができない、私たちの健康に欠かせない栄養素が含まれています。その代表格がDHAです。マルハニチログループは、魚からDHAを精製し、その機能について研究するとともに、食品、薬品、化粧品など、さまざまな分野に提供しています。ここでは、DHAと健康に関する情報や、当社グループの活動について紹介します。



中央研究所
第二研究グループ
農学博士 副部長役
丸山 一輝

Q. DHAって、聞いたことはあるけれど、いったい何だろう？

人の健康の維持・増進に貢献する必須脂肪酸です！

DHA
DocosaHexaenoic
Acid
(ドコサヘキサエン酸)

DHAとは正式名称を「ドコサヘキサエン酸(Docosahexaenoic Acid)」といいます。脂肪酸という栄養素の1つで、私たちの体をつくっている脂肪のモトになります。赤ちゃんから高齢者まで、人間に欠かすことができない成分であることから「必須脂肪酸」ともいわれます。不足すると細胞機能の低下につながるものの、体内ではつくり出すことができないため、食事などによって外部から摂取する必要があります。



中央研究所 第二研究グループ
柿崎 裕介

Q. DHAには、どんなチカラがあるんだろう？

DHAには、健康に貢献するさまざまな効果があります！

DHAという「脳に良い」というイメージをお持ちの方も多いでしょう。しかし、DHAの効果はそれだけではありません。「中性脂肪、コレステロールの低下効果」「アトピーやアレルギー、がん(癌)への効果」などに加え、今では「認知症の予防への効果」も認められるようになってきました。



中央研究所
第二研究グループ 主任
後迫 亜紗美



Q. DHAは、何に含まれているんだろう？

DHAは、青魚に多く含まれています！

DHAを多く含む魚

マグロ・カツオ類 2.9	サケ 0.8	ブリ 1.8
サバ 1.8	サンマ 1.4	

可食部100gに含まれるDHA量(g)
※数字は法研株式会社「この病気にこの魚」より抜粋(一部改訂)

DHAを豊富に含んでいるのは魚。なかでもサンマやイワシなど、いわゆる青い背の魚(青魚)がおススメです。これらの魚は、DHAを含んだ脂がたっぷりだからです。理想的なDHA摂取量は、一日に1~1.5gといわれます。缶詰なども利用し、定期的な魚を食べるようにしたいものです。



中央研究所 第二研究グループ
大門 拓実

マルハニチロは、DHAで 人々の健康づくりに貢献します。

Products マルハニチロのDHA関連商品

DHAの可能性を活かした
“おいしくて、健康にも役立つ商品”を開発しています。



さば水煮月花(缶詰)

「大型国産サバ」にこだわった本物志向のプレミアム缶詰で、昭和30年代の発売以来、長年にわたってご愛顧いただいています。100g当たり1,200~2,600mgという豊富なDHAを含んだ健康的な食品として、近年、さらに注目されています。



鮮味鮭たたき(業務用冷凍食品)

業務用の冷凍食品として幅広い販路を通じてお届けしているロングラン商品。とろみを出すための成分として、植物油脂の代わりにマグロから抽出したDHAを使うことで、栄養価値を高めながらマグロ本来の旨みを実現しています。

DHA入り リサーラソーセージ

1本当たり850mgものDHAを含み、血液中の中性脂肪を下げる効果が期待できるとして、2005年に特定保健用食品の認可を受けました。毎日、続けて食べることが大切ですが、リピーターの方からは「おいしいから続けられる」との声をいただいています。



DHAのチカラ いわしがに入った黒ソーセージ

「イワシが主原料」をコンセプトに、DHAを多く含む青魚イワシを9.8%も配合。保存料はもちろん、発色剤、着色料も一切使わず、いわし本来の色合いを活かしました。



イキイキDHA(サプリメント)

捕獲後すぐに急速冷凍した天然マグロやカツオの頭部を主に使った「マグロカツオ油」に、油の酸化防止を目的とした「ビタミンE」を加えたサプリメントです。魚の目や頭部に多く含まれるDHAのチカラをギュッと集め、一日わずか4粒で324mgのDHAを摂ることができます。



Topics マルハニチロのDHA関連トピックス

島根大学ほか合同グループとの共同研究で、 DHAによる認知機能低下の抑制効果を確認しました。

マルハニチロは、2008年よりDHAの認知症予防効果に対する臨床試験を島根大学などと共同で実施しました。

この試験は平均年齢72歳の健康な高齢者・約100名を対象に、2年にわたって行われました。最初の1年は被験者を2つのグループに分け、グループごとに「DHAを含むソーセージ」と「DHAを含まないソーセージ」を、次の1年は全被験者に「DHAを含むソーセージ」を、それぞれ毎日食べてもらいました。その間、認知機能・記憶力に関するテストを定期的に行った結果、「DHAを含むソーセージ」を食べることで、加齢による認知機能の低下が抑制されることが確認されました。さらに、試験終了1年後にもフォローアップ検診を行ったところ、「DHA含有ソーセージを摂取しなくなると、赤血球膜のDHAが減少し、加齢にともなって認知機能が低下する」ことや、「DHA含有ソーセージの摂取期間が長いほど、認知機能の低下を抑制できる可能性がある」ことがわかりました。

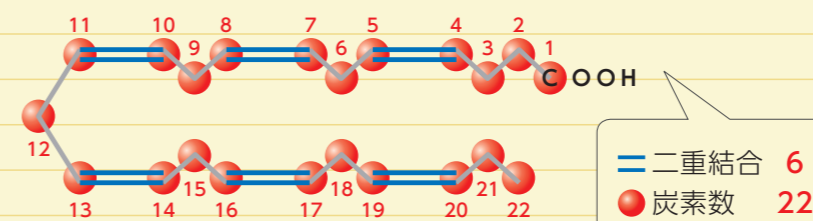
当社グループでは、こうした研究成果を受けて、健康長寿社会の実現に貢献するため、DHAのさらなる研究開発・商品化を進めています。



6月22日はDHAの日!

マルハニチロでは、DHAの認知度アップや一層の普及を目的に、毎年6月22日を「DHAの日」と制定しました。では、なぜ6月22日なのでしょう?

理由は、DHAの構造が6個の二重結合を含む22個の炭素の鎖で成り立っているからです。今後は同時に作成したDHAのロゴも活用した啓発・販促活動に取り組み、「DHA」といえばマルハニチロというイメージの定着とともに、「DHAのリーディングカンパニー」としてマルハニチロのブランド価値向上につなげていきたいと考えています。



毎日とろう!



DHAのロゴ

子どもからお年寄りまで全世代に良いことをアピールするため、やわらかなタッチで、ニコッと笑った目、健康を支える手をイメージしました。マルハニチログループのDHA関連商品に表示するのはもちろん、当社グループのDHA原料を添加している他社加工商品にもロゴ使用を働きかけていきます。



地域に馴染みのある魚を題材にした、さかなクンのおさかな講座



キッズフリーマーケットを通じてモノの大切さを学ぶ子どもたち

文化・教育

「MOTTAINAI キッズフェスティバル!」に協賛

マルハニチログループは、子どもたちに地球資源の大切さや、人やモノに感謝する気持ちを学んでもらいたいというMOTTAINAIキャンペーンの理念に賛同し、2012年4月に宮城県名取市で開催された「MOTTAINAIキッズフェスティバル!」に協賛・協力。キッズフリーマーケットや、おさかな講座、小学生理科実験教室、料理教室などを実施しました。この企画は、同年11月に大阪府堺市でも開催され、その際にも協賛・協力しました。

文化・教育

高校生の職場訪問学習を受け入れ

マルハニチログループでは、キャリア教育のための職場訪問を受け入れています。2012年12月には、長崎県の高校生が修学旅行の一環として東京・豊洲のマルハニチロ本社を訪問。従業員から仕事の楽しさや厳しさについてレクチャーを受けたり、職場を見学するなどして「仕事のやりがい」や「働く意義」について学びました。



従業員の談話に真剣に耳を傾ける高校生たち

文化・教育

「マルハニチロ^{ねぶた}俊武多会」が今年も出陣

東北三大祭の一つに数えられ、毎年300万人以上の観光客が訪れる「青森ねぶた祭り」。マルハニチロ俊武多会は、毎年この大イベントに参加しており、2012年も46回目となる出陣を果たしました。東日本大震災からの復興・再生と、この国の安寧への願いを込めた「金剛力士破邪」のねぶたは、ひとときわ注目を集めていました。



復興への願いが込められた、邪気をはらう金剛力士の英姿

食育

マグロをまるごと使った「おさかな親子料理教室」を開催

マルハニチロ水産は、次代を担う子どもたちに、魚の魅力やおいしさを知っていただくため、東京ガス「がすてなーに ガスの科学館」と協働で、2013年1月に親子料理教室を開催。当日は10組の小学生と保護者が参加し、築地から仕入れたばかりのマグロを観察した後、さばきたてのマグロを使った料理で親子でチャレンジしました。



重さ17kgのマグロに「でっかい」と驚く子どもたち

Highlight in 2012

マルハニチログループは、「食育」「文化・教育」「環境活動」「災害支援」などをテーマに、全国各地の拠点において、地域社会への貢献活動を展開しています。2012年も、ここで紹介した取り組みをはじめ、さまざまな活動を実施しました。

食育

「親子工場見学&料理教室」を開催

マルハニチロ食品宇都宮工場では、例年、量販店と共同で「親子工場見学&料理教室」を開催しています。2013年3月には、魚肉ソーセージの製造ラインを見学していただきながら、原料に触れるなどして食品づくりの現場を体感。料理教室では、できたての魚肉ソーセージを使った太巻きやサラダなどを作っていました。



貴重な経験を楽しんだ後、参加者全員で記念撮影

環境活動

荒川河川敷での「クリーンエイド」をマルハニチロ単独で開催

海から事業の糧を得ているマルハニチログループは、海洋汚染防止の取り組みを支援すべく、年に一度、グループ全体でクリーンアップ活動を実施しています。多くの従業員が参加することから、9年目を迎えた今回は、初めてマルハニチログループ単独で開催。2012年9月に荒川河川敷を清掃するとともに、拾ったゴミを集計・調査することで、海に漂着するゴミの抑制につなげています。



ゴミを数えながら拾うことで、漂着ゴミ問題の深刻さを実感