

ダブルウェーブレポート 2022

マルハニチロ株式会社 株主通信

第78期 2021年4月1日 - 2022年3月31日



MARUHA NICHIRO

海といのちの未来をつくる

「経済価値」「社会価値」「環境価値」を
一体となって創出していくために
不断の改革を推進してまいります。

代表取締役社長 **池見 賢**



業績は回復傾向へ

2021年度は、中期経営計画「Innovation toward 2021」の最終年度でした。一昨年、業績を大きく棄損した新型コロナウイルスの影響は、行動自粛が徐々に解消されたことで外食やホテルの需要増による業務用食品市場が回復基調にあること、魚価の回復により水産資源事業の収益が大きく改善したこと、さらに海外事業が好調に推移したことなどにより、2021年度期初の計画に対して増収増益となりました。

最終的には売上高は8,667億円、営業利益が238億円、経常利益が276億円、当期純利益は169億円となりました。

このように業績が回復傾向にあることは間違いありませんが、前中期経営計画で掲げた計画値に対しては売上高・営業利益ともに未達に終わり、目標達成には道半ばと言わざるを得ません。

また、今年度に入ってから、原油価格の上昇や感染症拡大による原材料の価格高騰、インフレ懸念、さらに欧州における地政学リスクの発生など、まさにVUCA*の時代が到来した

ことを実感させられます。

このような状況のなか、私はこの1年、2022年4月からスタートする新たな中期経営計画にどのような指針を定めるべきかを考え続けてきました。

*VUCA: Volatility(変動性)・Uncertainty(不確実性)・Complexity(複雑性)・Ambiguity(曖昧性)の頭文字を取った造語。社会やビジネスにとって、未来の予測が難しくなる状況のことを意味する。

経営戦略とサステナビリティ戦略を統合し、Maruha Nichiro Value (MNV) を創造

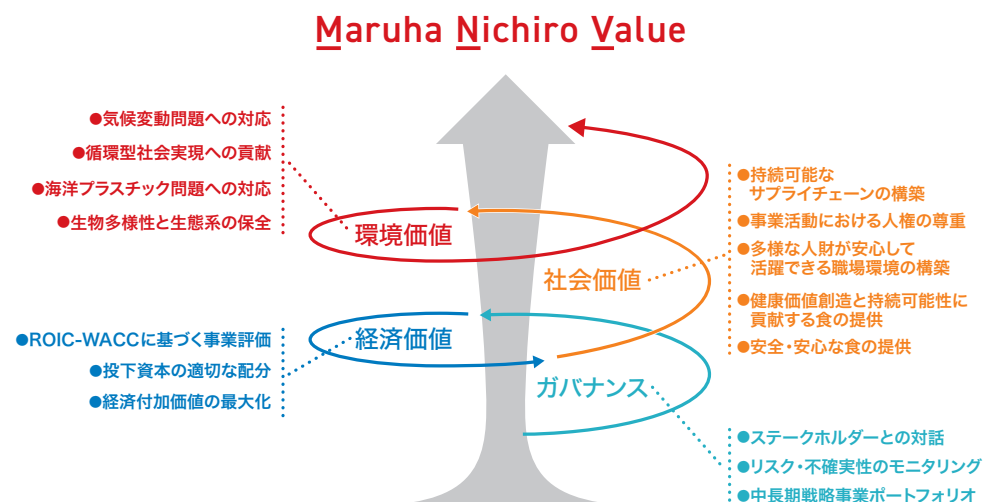
確実に言えることは、これまでのように市況や需給バランスによって単年ごとに業績が左右されるような事業構造では、先行きの見えない、変化の激しい時代を生き抜いていくことはできないということです。また、昨今の気候変動に伴う異常気象や平均気温の上昇に伴う天然資源の減少をふまえると、サステナビリティという視点をこれまで以上に意識して戦略に組み込んでいく必要があると考えます。

こうした考えをもとに、当社は経営戦略とサステナビリティ戦略に分かれていた長期経営ビ

新長期経営ビジョン(～2027年度)



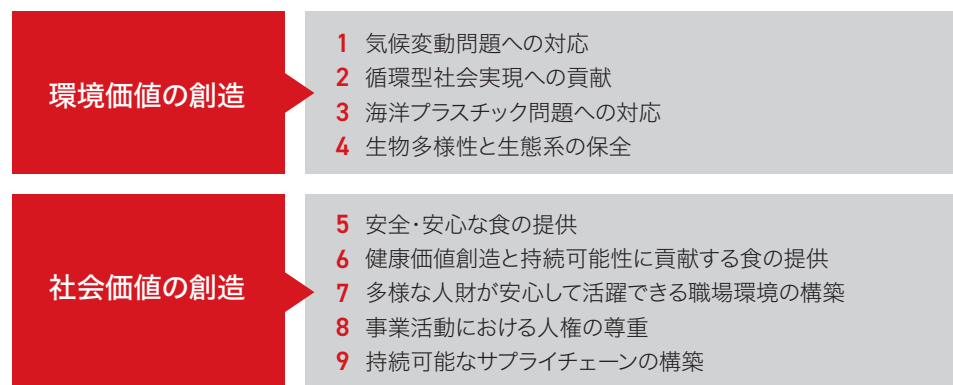
MNVの創造



ジョンを統合し、「新長期経営ビジョン」として再定義しました。そして、透明性の高い戦略的なガバナンス体制を基盤に、稼ぐ力である「経済価値」を創出しながら、人権や労働に配慮した、安全・安心に資する商品をお届けする「社会価値」、地球環境の保全・共生や持続可能な漁業を実現する「環境価値」を三位一体で創出していくこと、そのために前例にとらわれることなく改革に挑戦していくという決意を新たにしています。

同時に、成長戦略の指針となるマテリアリティ(重要課題)の見直しにも着手しました。マルハニチログループにかかわる500近い項目をリストアップしたうえで、社員アンケート、外部ステークホルダーとのダイアログの実施を通じて、社会からの期待・要請に応えながら経済価値を創出していくという観点で重要度の評価を繰り返し、最終的に9つをマテリアリティとしました。マテリアリティごとに、KGI(2030年のありたい姿)・KPIを定め、取組みの進捗を公表し、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションに生かしていきます。

9つのマテリアリティ



責任ある水産事業者として

新長期経営ビジョンを実現し、経済・社会・環境の3つの価値が三位一体となった「Maruha Nichiro Value(MNV)」を創出する取組みの象徴と言えるのが水産資源事業です。

現在、世界的な人口増加に伴って、新興国では水産物が良質なたんぱく質として需要が高まっています。一方、先進国においては、健康志向の高まりから、水産物が改めて注目を集めて

います。これら世界的な需要の高まりのなかで、水産物の争奪戦が激化しています。そのなかであって、ルールに反して目先の資源確保を優先する企業がある一方で、国際的な漁獲枠を遵守し、“持続可能な水産事業”を追求する先進的な企業は市場から高い評価を得ており、付加価値すなわち経済的価値を高めています。

当社においても、MSC認証*商品の取扱いを増やすなど、水産物の持続可能性に配慮した水産資源の供給に取り組んでいますが、残念ながら日本ではまだこうした商品が先進国並みに評価され積極的に選ばれているとは言い難い状況です。また、減少の一途を辿る天然水産資源の保全と水産物の安定供給に不可欠な養殖事業は、業績面では苦戦する状況が続いています。このように水産資源事業は、一部の事業の業績低迷が続いていますが、近年のSDGsやエシカル消費への関心の高まりとともに社会的意義が認知されていくことで、中長期では経済価値が高まっていくと確信しています。この考えのもと、今後も責任ある水産事業者としての役割を果たし続けていきます。

*MSC認証：自然環境や資源の保護に配慮した持続可能な漁業の認証制度を運営・管理する国際的な非営利団体であるMSC(Marine Stewardship Council/海洋管理協議会)の厳正な環境規格に適合し、資源管理や環境保全に関する基準を満たしている漁業と、そうした漁業で漁獲された水産物を適切に管理する企業にのみ認められる認証のこと。

事業ポートフォリオ改革を断行

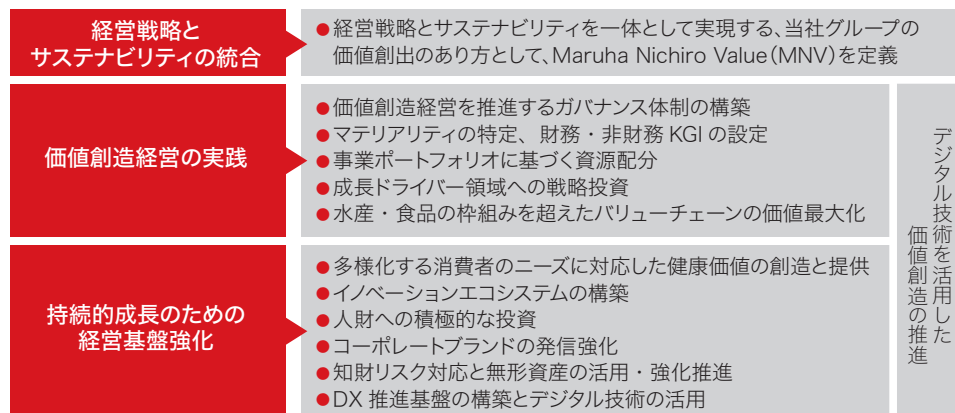
新中期経営計画「海といのちの未来をつくる MNV2024」では、前中期経営計画で掲げた原点に立ち返り、企業価値向上と持続的成長の実現に再チャレンジします。「経営戦略とサステナビリティの統合」「価値創造経営の実践」「持続的成長のための経営基盤強化」という3つのコンセプトにもとづき、不採算事業の構造改革や将来に向けた基盤強化・投資などの観点から各施策を立案しました。

そのポイントとなる施策の1つが、「事業ポートフォリオに基づく資源配分」です。水産・食品にわたる多様なバリューチェーンは、マルハニチログループが競争優位性を発揮する源泉ですが、一方で、不採算事業の補完を可能としてきました。しかし昨今の環境変化に対応するためには、スピード感をもって事業の改革に取り組まなければ成長はあり得ません。そこで、ポートフォリオの見直しなどの意思決定のスピードを速めていくために、資本投下のルールとなる方針を明確に示し、事業継続ありきではない議論をしていきます。また、議論にあたって

は、各事業を成長度に応じて3つの領域※に分類し、資本投下の方針策定に生かしていきます。“言うは易し、行ふは難し”ですが、強い意志をもって推進していきたいと考えています。(※成長ドライバー、安定成長、リモデリング)

また、商材ごとに販売チャネルが異なることから生じる不効率が課題となっていました。そこで、水産資源と加工食品の両セグメントにわたって顧客起点の事業を推進していく「食材流通セグメント」を新設し、稼ぐ力を高めていきます。

中期経営計画の基本的な考え方



「食材流通セグメント」の新設



中長期の観点で人財育成と働き方改革を推進

足元の収益向上策とともに、中長期的な観点も重視し、人材採用・育成への投資を継続的に強化していきます。5年前から継続的に実施してきた経営幹部候補研修を一層強化していくとともに、時代の変化に応じた施策をスピーディに実現していくためのキャリア採用も積極的に進め、新しい時代のチェンジメーカー創出を目標に、組織・人財の強化に取り組みます。

また、コロナ禍を経て働き方が大きく変わりました。リモートワークの定着に代表されるように、さまざまな面でDX(デジタルトランスフォーメーション)が加速していますが、引き続きビジネスモデルの変革や企業風土の改革にデジタルを有効に活用しながら取り組み、より効率的な働き方やモチベーションの向上を追求していきます。

名実ともに世界No.1へ

再定義した新長期経営ビジョンの中の事業ビジョンには「世界No.1の水産会社としての地位を確立する」と明記しています。この世界No.1は現状、経済価値の一部である売上高において、という注釈をつける必要があると私は考えています。経済価値とともに、MNVの「社会価値」「環境価値」のKPIを達成し、名実ともにNo.1の水産会社へと舵取りをしていくことが、コロナ禍とともにCEOに就任した私の使命と考えています。旧来のやり方・慣習にとらわれず、新たな挑戦を続けるこ

とで化学反応を起こし、マルハニチログループの次の100年の礎となるべく、新中期経営計画・新長期経営ビジョンの実現に全力を傾けてまいります。



おいしさと健康。
食の可能性を追求しながら、
外的要因に左右されない
「強いマルハニチロ」を創ります。



Q1

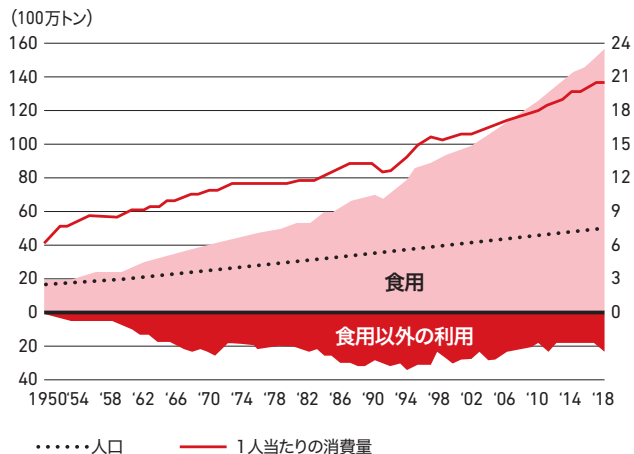
VUCAの時代。
こうした時代を勝ち抜く
マルハニチロの強みは何でしょうか。

A1

我々の強みは水産物。
強みをより強く、磨きをかけることで
勝機を見出します。

コロナ禍は、収束の見えないなか3年目を迎えました。未曾有の感染症は、生活様式や働き方などに大きな影響を及ぼしましたが、人々の健康意識にも変化をもたらし、国内外で健康重視の傾向が一層強まっています。この傾向は、当社にとってある意味追い風と考えています。コロナ以前から海外では、水産物は健康食材として位置づけられ、需要が高まり続けており、2020年の世界の1人当たりの魚介類消費量は約20kgで、30年前の約2倍になっています。こうしたグローバル市場のニーズの変化に対応していけば、必ず勝機は見出せると考えています。

人口と食糧供給



出典：FAO「世界漁業・養殖白書2020年」

Q2

海外では、水産物の需要増が続く一方で、
日本では、魚食離れの傾向が続いています。
どのように捉えていますか？

A2

日本人の長寿を支えてきた魚食。
その健康価値を再評価していただく
取組みを推進します。

2020年、生鮮魚介類の1世帯当たりの年間購入量が、2002年以来18年ぶりに増加しました。これは、新型コロナウイルス感染拡大に伴い外食支出が減った一方で、家庭向けの需要が伸びたことが要因です。私は、今後日本では高い商品力があるものしか売れなくなると考えています。原材料やエネルギー価格の高騰で値上げが続くなか、「価格に見合う」、「お金を出してでも欲しい」と思っただけの商品を作っていく必要があります。では、消費者は何に価値を見出すか？それは、「健康」志向だと思います。実際、DHA、EPA、スクワラン、コンドロイチンなどを提供する化成品事業は、この数年好業績が続いています。しかしこの一方で、魚本来の健康価値の認知度は低く、調理の不便さなどから敬遠される傾向にあります。敬遠されるポイントを見直し、食べやすい工夫・加工に取り組むとともに、「魚は身体によい健康的な食べ物」という訴求を強化して、水産物需要の増加を牽引したいと考えています。



Q3

食品事業は堅調が続いていますが、
次の成長に向けては
どのようにお考えですか？

A3

「おいしさ」と「健康」。この消費者
ニーズをしっかり掴んでいくことで、
伸びしろはまだあると考えています。

新型コロナウイルス感染拡大防止の巣ごもり需要により、冷凍食品市場はコロナ前の2019年比で2割程度伸張し、現在もまだ伸びています。外食機会が減るなか、家庭で、おいしい食事を手軽に楽しみたいというニーズに合致したほか、個食化や単身世帯の増加といった食を取り巻く環境変化も要因となっています。しかし、食べる頻度が高くなると、「おいしさ」だけで消費者ニーズに応え続けることは難しく、プラスアルファの価値が必要になります。そこで、マルハニチロの水産商材を生かした「健康」に貢献する商品開発が成長への鍵になるのではないかと考えます。また、ブランディングも重要な鍵を握ると捉えています。「おいしい」だけじゃないマルハニチロブランドを確立し、「新しい冷凍焼売を店頭で見かけたから買ってみよう」ではなく、「マルハニチロが新商品を販売したから食べよう」と思ってもらえるブランドをめざします。



Q4

養殖事業の改善の進捗と
今後の展望を教えてください。

A4

マルハニチロでないとできない。
自負と使命感をもって
挑戦し続けていきます。

世界の水産物需要が拡大する一方で、天然の水産資源の漁獲量はおよそ30年前からほぼ横ばいの状態が続いています。天然資源の保護に向けて、完全養殖の取組みは不可欠であり、当社グループが果たすべき社会的責任と捉えています。採算改善への努力を続けながら継続していく方針です。昨年以降、養殖技術の高度化に注力しており、クロマグロの育種分野で日本国内の研究をリードする国立研究開発法人水産研究・教育機構との協働を開始したほか、ビッグデータ/AIを養魚の育成や数量把握に生かす取組みやマリントックベンチャー企業への出資など、当社グループだけでは解決が難しい課題の改善に向けて取り組んでいます。養殖事業は、資金が必要で大規模にできる企業は限られます。完全養殖のパイオニアとしての自負と使命感をもって挑戦を続け、世界の食卓にマルハニチロの養殖魚を届けていきたいと思えます。



Q5

新中期経営計画がスタートしました。
改めて意気込みをお聞かせください。

A5

マルハニチログループは、海の恵みを
お客さまに届けるいのちのリレーのランナー。
次の100年に向けて走り続けていきます。

2018年にスタートした前中期経営計画の数値目標が、「売上高1兆円、営業利益310億円」で、現実的にそれをめざせるステージに立っていました。しかし当時の考え方には、持続性（サステナビリティ）の観点は弱く、その後現実となった厳しい環境変化に対応できませんでした。新中期経営計画では、2027年度に「売上高1兆円以上、営業利益310億円以上」を達成するためのスタートラインに戻り、「売上高9,600億円、営業利益270億円」を目標として決めました。2027年度の目標は前中計と同水準ですが、これは、前中計策定時とは異なる観点で算出したものです。短期的な利益の創出ではなく、成長分野を見極めながら、インオーガニックの事業にも積極的に投資を推進し、社会の持続性確保に向けて、経済価値・社会価値・環境価値を統合的に創造するマルハニチログループ。この姿に、納得・共感していただくことをめざして、引き続き経営に取り組んでまいります。株主の皆さま、ステークホルダーの皆さま、今後ともマルハニチログループをご支援くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。



マルハニチロの フードロス削減の取組み

SDGs目標12「つくる責任とつかう責任」として取り上げられている「フードロス」。世界の持続可能性(サステナビリティ)を確保するうえで、限りある食材や食品を無駄なく使っていくことは、世界共通の課題になっています。こうした状況をふまえ、マルハニチログループは、食を提供する企業の責任として、フードロス削減にむけたさまざまな活動に取り組んでいます。

ご存知ですか?「フードロス」

「フードロス」とは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のことです。世界中で飢餓に苦しむ人々がいる一方で、先進国ではまだ食べられる食品が廃棄されています。日本では、年間570万t(※2019年度推計値)がフードロスとして廃棄されており、日本人の1人当たりの食品ロス量は1年で約45kg、国民1人当たりが毎日お茶碗1杯分のご飯を捨てているのと近い量となります。では、なぜ、フードロスの削減が必要なのでしょう?フードロスに関する対策をせず、今のままの状況が続けば、人口増加に伴って栄養不足で苦しむ人がますます増え、貧困に拍車がかかってしまうことが理由の1つです。2050年に、世界の人口は約96億人に、食糧需給量は約69億トンに達すると推計されていますが、この時、20億人が飢餓に苦しむと言われています。また、可燃ごみとして処分される食品廃棄物を運搬・焼却する際に発生する二酸化炭素が、地球温暖化の要因となっていることも対策が求められる理由です。



国民1人あたり
毎日お茶碗1杯分
(約124g)[※]の
フードロスが発生しています。

※農林水産省・環境省の平成30年度推計より

フードロス・食品廃棄物の削減に向けて さまざまな取組みを推進しています!



01 / もらいあいマーケット

社内のフードロスを少しでも削減するための取組みの1つとして、これまで廃棄されがちな、商談用サンプルの残在庫などを捨てずに持ち帰る取組みを開始。本社の一角に専用カウンターを設置し、従業員に配布することでフードロス削減に努めています。社内にあるフードロスを持ち寄り、もらいあうことで、意識啓発・向上につなげています。



02 / 廃棄漁網を含む海洋ごみを再利用した オリジナル保冷バッグを作成

社内で発生した低温保存のフードロス品などを持ち帰りやすい環境づくりに向けて、廃棄漁網をはじめとした海洋プラスチックごみのリサイクル素材を使ったオリジナル保冷バッグを制作。従業員に配布しています。



03 / NPO 法人に缶詰を寄贈



安全に食べられるにもかかわらず、缶の凹みなどにより店頭で販売ができなくなってしまった缶詰を、2021年12月にNPO法人らいおんはーとに寄贈しました。今回寄贈した缶詰は、江戸川区内10ヵ所で子育て中のひとり親家庭などに食料支援を実施する活動「ぬくもりフードパントリー」で配布されたほか、子ども食堂で食材として使用されました。

04 / グループ会社の連携による食品残渣の利活用



完全養殖クロマグロの生産拠点(株)マルハニチロAQUAでは、2018年から(株)マルハニチロ北日本 青森工場で発生していた缶詰用サバ加工残渣を完全養殖クロマグロの飼料として使用しています。廃棄ロス削減のみならず、餌料原料の安定仕入れにもつながり、「持続可能な養殖」という観点からも非常に効果の高い取り組みです。

05 / バイオガスプラントの稼働開始



冷凍米飯や麺類を製造する大江工場において、2021年3月からバイオガスプラント*の稼働を開始しました。本設備は、2013年より稼働している下関工場に続いて2例目となります。工場が発生する食品廃棄物をバイオガス発電設備の原料として処理できるようになったことで廃棄物が大幅に削減されました。

*バイオガスプラント:工場で生じた食品残渣や端材などをメタン菌を用いてメタン発酵させ、この結果発生するメタンを主成分とするバイオガスから取り出されたメタンガスで発電機を回し、発生した電気や熱を工場施設に利用します。

マルハニチロ従業員考案!

フードロス削減に役立つレシピを大公開!
皆さんもぜひお試しください!

“フードロス食材×マルハニチロ商品”をテーマにしたレシピコンテスト「フードロスゼロごはんwithマルハニチロ」を開催。全従業員からフードロス削減に役立つレシピを募集しました。応募されたさまざまなアイデアをシェアすることで、身近なフードロスから少しずつ減らしていこう、という従業員のフードロス削減の意識醸成を図りました。

サバ缶は汁ごと、大根は葉っぱも皮も使用しています。



魚缶のみぞれ汁

作り方

- ①大根は皮が付いたままおろす(ミキサーやフードプロセッサーを利用するとよい。様子を見て水を加えるとよりきめ細くなる)。大根の葉は、細かく刻む。
- ②鍋にごま油を入れ、大根をよく炒める。炒め途中で塩を加える。
- ③大根おろしと塩を適量、鯖缶を汁ごと入れ、ふつふつと煮立つまで火を通す。焦げないように注意する
- ④必要であれば、塩や水を加えて、味と汁気をお好みで調整する。

材料

・大根と大根葉 1/2本 ・サバ缶 1缶
・ごま油 大さじ1 ・塩(お好みで七味等)

あさり缶とキャベツを使った炒め物。
捨ててしまいがちなキャベツの外葉と芯も使用しています。



あざりとキャベツの炒め物

作り方

- ①鍋にキャベツを下茹でするためお湯を沸かします。
- ②フライパンに多めのサラダ油を引いて強火にし、溶き卵を入れてふわっと数回混ぜ、皿に取り出します。
- ③キャベツの葉は長さ5～6cmほどに切り、芯の部分は斜め薄切りにし、外葉と芯は別にしておきます。
- ④1のお湯に分量の塩を入れ、キャベツの外葉と芯を先に入れ1分ほどしたら、他のキャベツの葉を入れ全体で2分ほど茹で、ざるにあげ、冷めたら水気をギュッと絞っておきます。
- ⑤フライパンを傾けてオリーブ油(小さじ2)とにんにくを入れ弱火にかけ、にんにくが淡く色づいたら、あさり水煮を汁ごとと白ワインを入れ、ひと煮立ちしたら4のキャベツをほくしながら炒め合わせます。
- ⑥5にオリーブ油(大さじ1ほど)を入れ、フライパンを煽りながら箸を回してソースをなじませます。
- ⑦最後に、2の卵を加えひと混ぜし、皿に盛りつけます。

材料

・あさり水煮缶詰(汁含む)1缶
・キャベツ(外葉含む) 250g
→茹でるときの塩(強め) 湯量の0.5%
・卵(軽く溶いておく) 1個
・サラダ油 大さじ1弱
・にんにく(みじん切り) 1片
・白ワイン 大さじ2・オリーブ油 大さじ2
・塩コショウ 適宜

北米・スケソウダラ資源への アクセスを強化

豊富な水産資源に恵まれ、古来より魚食が身近に存在してきた日本。日本はもとより、世界中に美味しい魚介類を、いつまでもお届けし続けるための取組みをご紹介します。

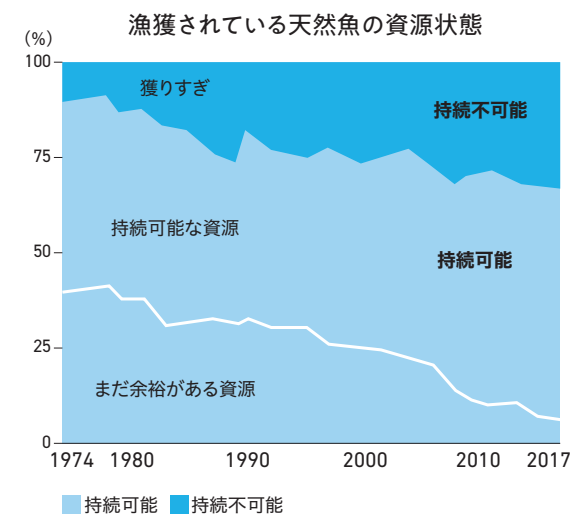
おいしい魚が食べられなくなる…!?

近年、日本では魚食離れが進んでいると言われていますが、世界の主要国・地域では、年間1人当たりの魚介類消費量は高い水準にあり、スーパーマーケットの鮮魚コーナーにはたくさんの魚介類が並び、和食店や寿司店では、新鮮なお刺身やお寿司を楽しむことができます。しかし、このようにおいしい魚を手軽・安価で食べられることは、世界的にみれば希少であると言えます。

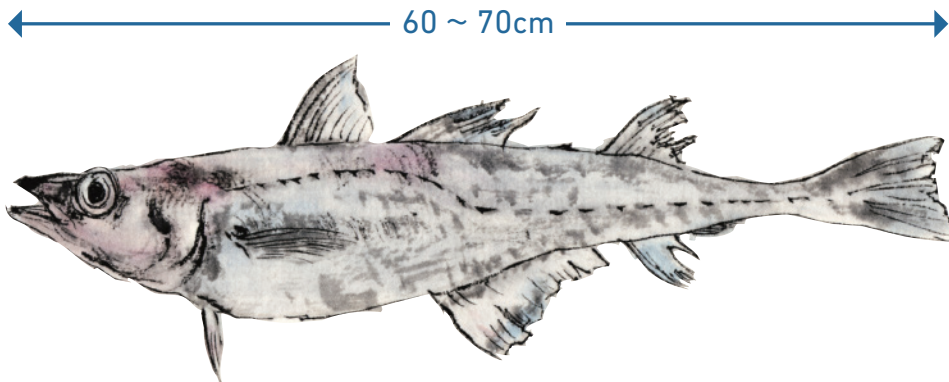
健康志向が強い欧米や経済発展が続くアジアでは、魚は良質なたんぱく源として高く評価されており、日本以外の世界の魚の消費動向は右肩上がりが増加し、魚の獲得競争が起こっています。このまま、需要の増加に合わせて魚を漁獲し続けると、いずれ天然の水産資源が枯渇し、魚が食べられなくなる日がきてしまうかもしれません。こうした事態を防ぐために、水産資源を取得するための「漁獲枠(漁獲可能量)」が定められています。天然水産資源の漁獲枠は世界的にとっても限られており、新たな取得には相当な困難が伴います。こうしたなか、北米にある当社の連結子会社 Westward Seafoods Inc.が Icycle Seafoods Inc.(ワシントン州 シアトル)から、スケソウダラ操業のための加工施設を譲り受けるとともに、Maruha Capital Investment Inc.が現地パートナーとともに新設した漁船保有会社が、Icycle Seafoods Inc. からスケソウダラ漁獲枠付き漁船9隻を譲り受けました。これにより、ベーリング海という世界三大漁場の1つで、人類の影響が少ない綺麗な大自然の海域で、スケソウダラという潤沢な資源量を持ち、かつサステナブルな資源を獲得できることになりました。



加工施設「Northern Victor(ノーザンビクター)号」



出典：FAO「世界漁業・養殖白書2020年」

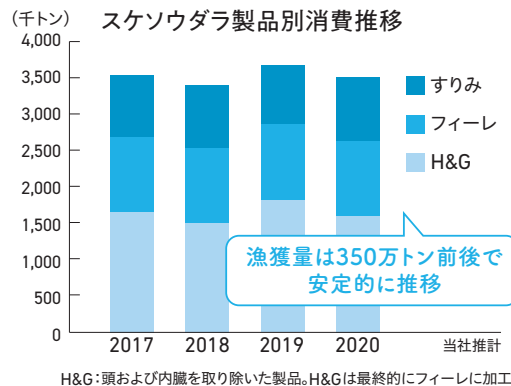


分類 タラ目 タラ科 スケトウダラ属
体長 60 ~ 70cm

スケソウダラは、タラ目タラ科に属している重要な底魚資源の1つです。鮮度の低下が早いいためマダラのような生鮮や塩蔵での出荷が難しく、長い間十分に利用されてきませんでした。1960年に冷凍すりみに加工する技術が開発されてから漁獲が急増し、1970年代には年間約300万トンの国内水揚げ（ベーリング海などにおける遠洋漁業分を含む）の大部分がすりみに加工されるようになり、ちくわ、蒲鉾などの原料の中心を担うようになりました。また、北米や欧州では「カニカマ」が定番アイテムとして定着し、アジア圏でのすりみ製品の消費も伸び始めるなど、すりみ製品は世界的に広がっています。近年は、3枚におおして骨を除いた白身魚の切り身（フィーレ）の市場が北米、欧州では、フィッシュフィンガーや白身魚フライなどとして水産物の主要アイテムとしての地位をすでに確立しており、大きな需要があります。スケソウダラの卵巣が、いわゆる「タラコ」です。

豊富な資源量を誇り、サステナブルなたんぱく源スケソウダラ

世界的な人口増加とともに、水産物の需要も長期的に大きく拡大することが見込まれます。なかでも、スケソウダラは、天然魚としてはペルーアンチョビに次ぐ漁獲量（2019年）があり、資源量が豊富な魚です。また、アラスカのスケソウダラ漁業は、持続的な管理漁業として長く実績を積み重ねており、現在、世界で最も規模の大きなMSC認証を受けている「サステナブル認証」漁業です。他の水産資源より比較的安価で大量に市場へ供給することができる持続供給可能なたんぱく源として、人類にとってますます重要になると予測されます。



ベーリング海の恵みを食卓にお届けしています。

癖のない白身で、鮮度の良いものは鍋物、フライ、ソテーとして非常に美味しく、その味はマダラ以上とも言われるスケソウダラ。マルハニチロでは、切り身・フィーレはもとより、ちくわやソーセージや冷凍食品の原料として、さまざまな形でスケソウダラを世界に届けています。



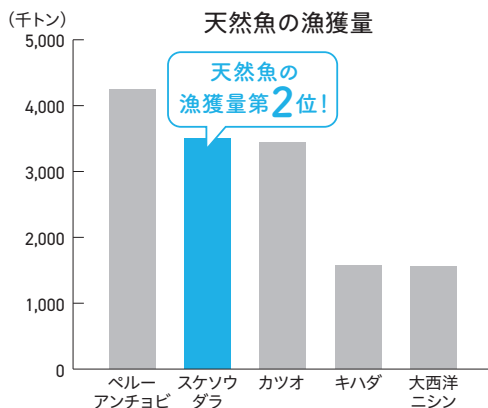
切り身・フィーレ
鮮度が落ちやすいスケソウダラを漁獲後すぐに工場加工。骨などの異物がないか丁寧に検査した上で、世界中に出荷しています。



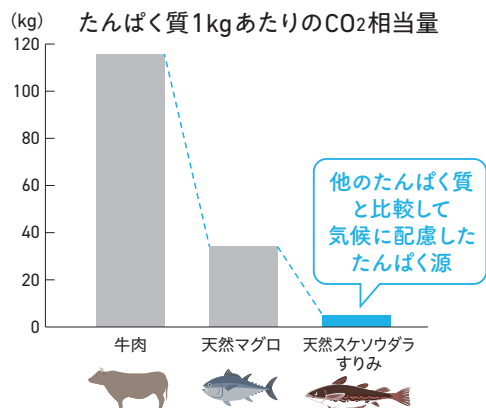
DHA入り リサ-ラソーセージ
主にスケソウダラなどの白身魚の冷凍すりみを原料に使用。1本あたりDHAを850mg配合し、血液中の中性脂肪値を下げる効果が期待できる特定保健用食品です。



白身魚タルタルソース
アラスカ産白身魚（スケソウダラ）に、コクのあるタルタルソースをのせて、サクッと軽い衣で包みました。



出典: FAO Fishstat



出典: アラスカスケトウダラ生産者協会のデータをもとに作成

Group Topics

2021年度のマルハニチログループのトピックスを紹介します！

Topic 1 病院施設やご家庭での 介護食提供をサポートする 「やさしいおかずセット」シリーズ 多彩な献立をラインアップ

平均寿命が延び、要介護人口が増える中、医療・介護施設では慢性的な人手不足が続いています。また、病院施設で介護を受ける方は、栄養士が栄養と物性を考慮した食事をとることができませんが、ご家庭で同じレベルの再現が難しい現状があります。「やさしいおかずセット」シリーズは、こうした背景をふまえて開発された「舌でつぶせる」やわらかさのムース食です。「病院施設でもご家庭でも、高栄養でおいしく豊かな献立の実現」をコンセプトに、簡単調理で高栄養なおかずのセットメニューを豊富にラインアップしています。

1日の献立イメージ



朝食

豊富なラインアップで
毎日のお食事をお楽しみいただけます！

主菜：オムレツのトマトソース
副菜：ごぼうのごまサラダ



昼食

主菜：鶏肉の中華炒め
副菜(大)：野菜の甘酢あん
副菜(小)：さつまいものオレンジ煮



夕食

主菜：ぶりの照焼き
副菜(大)：じゃがいもの生姜あん
副菜(小)：小松菜のオーロラサラダ

Topic 2 「災害食大賞◎2021」缶詰部門 「さばのトマト煮」が最優秀賞を受賞

「災害食大賞◎」は、一般社団法人 防災安全協会によって2016年に創設され、「うまみ部門」「アレルギー対応部門」「新製品・セット部門」「ローリングストック部門」「缶詰部門」において、審査員による試食と災害時に必要と思われる食べやすさ・保存しやすさ・栄養バランス等の観点から選出・表彰するものです。2021年度は、60品目のエントリーのなかから、缶詰部門において「さばのトマト煮」が最優秀賞を受賞しました。



災害時の備蓄
としてはもちろん、
そのまま食べてもおいしく、
手軽な料理素材として
パスタやホットサンドに
お使いいただけます！

Topic 3 愛猫の腎臓の健康維持に配慮した 「国産 健康缶パウチ 腎活」シリーズを新発売！

猫は少ない水分量で生きられる仕組みの腎臓をもっています。しかし、これが原因で腎臓に負担がかかりやすい動物ともいわれ、長生きするためには「腎臓のケア」が大切であるといわれています。「国産 健康缶パウチ 腎活」シリーズは、「毎日おいしく腎活(じんかつ)」をコンセプトに、腎臓の健康維持のためDHAを配合したほか、クエン酸カリウムやビタミンなどバランスよく配合。岩手大学、アイシア、マルハニチロ中央研究所の産学共同研究によって開発されました。(特許出願中)

1袋に250mg(標準値)のDHA配合。
毎日の主食として与えられる
国産の総合栄養食です！



Topic 4 気候関連財務情報開示 タスクフォース(TCFD)の提言 への賛同を表明

2021年8月、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」による提言への賛同を表明するとともに、同提言に賛同する企業や金融機関にて構成される「TCFDコンソーシアム」への参画を決定しました。TCFDは、G20からの要請を受け、金融安定理事会(FSB)が2015年に設置したタスクフォースで、気候変動によるリスク及び機会が経営に与える財務的影響を評価し、ガバナンス、戦略、リスク管理、指標と目標について開示することを推奨しています。このたびのTCFD提言への賛同表明を機に、気候変動対策をいっそう強化し、いまよりもっと「サステナブルな企業グループ」をめざしていきます。



Topic 5 「健康経営銘柄2022」に初選定

「健康経営銘柄」は、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組む健康経営を実施する上場企業の中から、特に優れている企業を「健康経営銘柄」として経済産業省と東京証券取引所が共同して選定する取組みです。マルハニチロは、食生活、運動、睡眠の啓発など一連の流れとして健康保持増進に取り組んでいる点、パルスサーベイに加え、1on1ミーティングを全社で実施している点、在宅勤務環境向上を目的としたオリジナル動画「COCOKARA! Wellness」の配信などの活動が評価され、初選定されました。「健康経営」の実践に向けて、会社、健康保険組合、従業員が一体となった活動を推進するとともに、「食」に関するさまざまな事業活動を通じて、世界の人々の健康づくりに資することで社会に貢献していきます。



Topic 6 あなたの誕生魚は？ 気になるあの人との相性は？ 「泳げ!人生という大海を 誕生魚診断®2.0」

2021年6月に公開した「泳げ!人生という大海を 誕生魚診断®」は、ユーザーのパーソナルな魅力とともに、魚の魅力伝えるWEBコンテンツです。「おおきさん占い。」で知られる青木良文さんの監修のもと、生年月日から「おさかなエレメント」と「誕生魚」を診断し、自身の性格・特徴、アドバイスを掲載してきましたが、2022年1月、「おさかなエレメント」同士の相性診断機能を追加した新たなバージョンを公開。気になる相手や大切な人と良い関係を築くヒントを掲載しています。ご家族や友人、同僚など、皆さんで是非お楽しみください!



診断方法

あなたとお相手の生年月日をそれぞれ入力し「占う」をクリックすると、「診断結果」が表示されます。

あなたの生年月日: 2000年 1月 1日
お相手の生年月日: 2000年 1月 1日
占う!

診断内容

入力された生年月日から、マグロ、サケ、青物、甲殻、赤物、軟体の6つのパターンの「おさかなエレメント」を判定し、二人の相性を診断します。さらに、付き合っていく上でのアドバイスなどを紹介します。診断結果はSNSでシェアも可能です。



診断結果(「甲殻エレメント」と「青物エレメント」の場合)

早速あなたもアクセス!!
「泳げ!人生という大海を
誕生魚診断®2.0」





中華の名店
「赤坂璃宮」の
譚オーナーシェフ監修

家庭用冷凍食品
「新中華街®」シリーズ
「黄金の海老しゅうまい」

当社の調達力を生かし、中種に良質なエビをふんだんに配合。噛むたびにプリッとした食感をお楽しみいただけます。また、飲茶の点心で使われる黄色皮を使用し、特別感を演出。食卓に華やかな彩りを添えます。

缶詰
まいわし油漬トマト
エキストラバージンオイル

北海道で漁獲されたまいわしと相性の良いトマトペーストを合わせ、香り良く癖のない味わいのエキストラバージンオリーブオイルに漬けた素材缶詰。品質管理を徹底している北海道産まいわし原料を蒸煮せず缶に詰めるため、いわし本来のうまみがたっぷり味わえます。



商品についているQRコードから、毎日の献立作りのヒントになるアレンジメニューをご覧ください。

缶詰のオリーブオイルには、DHAやEPAなどのいわしがつ栄養素が溶け込んでいますので、そのままはもちろん、パスタやサラダなどの料理素材としてもぜひご使用ください！

INFORMATION
新商品情報
2021年度の新商品から
注目商品をピックアップ！

家庭用冷凍食品
WILDish
ガーリックめし

ガーリックを効かせた食べ応え抜群の米飯です。醤油の香りとコク、黒こしょうの後引く辛さも加わった食欲をそそる一品。お皿のいらない「スタンディングパッケージ」を使用しています。



生鮮フルーツを加熱せずに
使用することで果実本来の
おいしさをお届け



静岡県産 生三ヶ日みかん



青森県産 生りんご

カップゼリー 旬生シリーズ

フルーツの“旬”、“産地”、“鮮度”にこだわり、香り、食感、みずみずしさを追求した季節限定のカップゼリー新シリーズ。各産地の生産者とパートナーシップを構築し、国産かつ旬のフルーツを年間通じてお届けしていきます。

人気シリーズに
新メニューが登場！

会社概要 / 役員体制 / 株式の状況

■ 会社概要 (2022年3月31日現在)

会社名	マルハニチロ株式会社
所在地	東京都江東区豊洲3-2-20
設立	1943年3月
資本金	200億円
グループ会社	<p>152社(国内74社、海外78社)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 連結子会社 79社 ● 非連結子会社 18社 (うち持分法適用会社2社) ● 関連会社 55社 (うち持分法適用会社24社) <p>大都魚類、神港魚類、ヤヨイサンフーズ、大洋エーアンドエフ、マルハニチロ物流、ウェストワードシーフーズ、キングフィッシャーホールディングス、シーパック、オーストラル・フィッシャリーズ、その他</p>

■ 役員体制 (2022年6月28日現在)

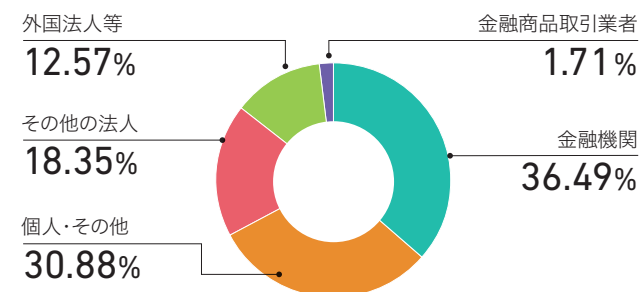
※1 社外役員
※2 独立役員

役職	氏名
代表取締役会長	伊藤 滋
代表取締役社長	池見 賢
取締役 専務執行役員	栗山 治
取締役 専務執行役員	半澤 貞彦
取締役(非常勤) ^{※1※2}	中部 由郎
取締役(非常勤) ^{※1※2}	飯村 北
取締役(非常勤) ^{※1※2}	八丁地 園子
常勤監査役 ^{※1※2}	綾 隆介
常勤監査役 ^{※1※2}	大野 泰一
常勤監査役	田部 浩之
監査役(非常勤) ^{※1※2}	兼山 嘉人
監査役(非常勤) ^{※1※2}	奥田 かつ枝

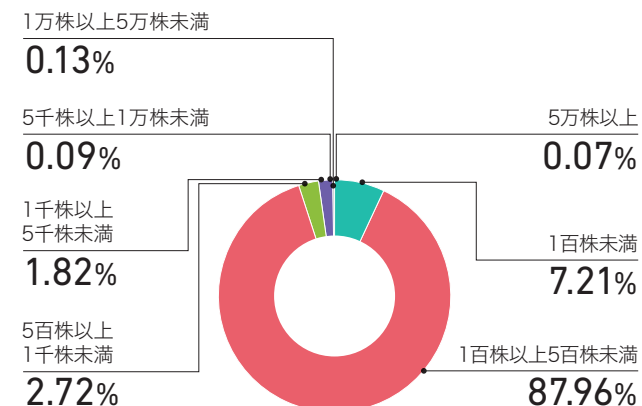
■ 株式の状況 (2022年3月31日現在)

発行可能株式総数	普通株式	118,957,000株
発行済株式の総数	普通株式	52,656,910株
株主数	普通株式	101,031名

● 所有者別株式数分布状況 (普通株式)



● 所有数別株主数分布状況 (普通株式)





いただきます!

世界のサカナごはん

世界各国で活躍するマルハニチログループ従業員から、現地ならではのレシピが届きました。ご家庭でもつくれるおいしい魚介料理をご紹介します。



中国 酸菜魚 (サンツアイユー)

材料 (4人分)

- 魚 1kg
※中国では一般的に、川魚(ハクレン、ライギョなど)を使用。白身魚で代用可
- 酸菜(白菜の漬物) 200g
- ショウガ 20g
- ニンニク 20g
- 花椒(ホール) 適量
- 唐辛子 4本

- パクチー 片手一杯
- 白ゴマ 大さじ1
- みりん 大さじ2 ~ 3
- 塩 小さじ1.5
- 中華だしの素 小さじ1.5
- ごま油 大さじ3
- 卵白 1個分
- 片栗粉 大さじ2
- 水 1.5L

作り方

1 魚を5mm幅程度にスライスする。ショウガ・ニンニクは薄くスライス。唐辛子の種を除き、輪切りにする。酸菜は刻んで水気を絞る。

2 ボールに魚を入れ、片栗粉、みりん、卵白、塩(小さじ1)の順に加え、手でからめて冷蔵庫に入れ20分待つ。



3 ごま油(大さじ3)を熱し、ショウガ、ニンニク、唐辛子、花椒を入れ、中火でほんのりきつね色になるまで炒め、その後、酸菜を入れる。



4 ショウガ・ニンニク・酸菜の良いにおいがしてきたら、水(1.5L)を追加。塩(小さじ0.5)、中華だしの素(小さじ1.5)を入れて味を調整。蓋をして煮る。魚を入れて2~3分蓋をして煮る。始めは強火、沸騰したら中火にする。



5 フライパンにごま油(適量・分量外)を熱し、白ゴマを散らしたあとに、4にかける。



6 最後にパクチーを飾る。



他にもさまざまなレシピを動画公開しています。ぜひご覧ください。
世界のサカナごはん <https://worldwideflavors.maruha-nichiro.co.jp/>

