

2004

社会・環境報告書



～豊かな自然の恵みと共に～



株式会社マルハグループ本社

INDEX

会社概要 2

ごあいさつ 4

経営理念／経営ビジョン／行動指針

＜我々の事業を支えて下さる 皆さまからの信頼を得る為に＞

●株主・投資家さまからの信頼 6

コーポレートガバナンス／コンプライアンス／
コミュニケーション

●お客さまからの信頼 8

品質保証／コミュニケーション

●地球からの信頼 12

環境活動／コミュニケーション

●社会からの信頼 20

社会貢献活動／伝統文化継承活動／各種寄付活動
地域活動／青少年の育成

●社員からの信頼 22

雇用・労働環境／コミュニケーション

第三者の意見 23

マルハグループ環境活動の歩み

編集方針 他

＜表紙写真＞

カクレクマノミ

水中写真撮影が趣味で、世界中の海を潜っています。最近では珊瑚の減少が顕著になったことと、透明度が悪くなったことを肌で感じています。ただ、表紙の写真のように、日本にもまだこのようなきれいな海があります。いつまでも、この自然と魚達と共にありたいという、強い願いのもと、写真を投稿しました。



(株)マルハグループ本社
品質保証担当

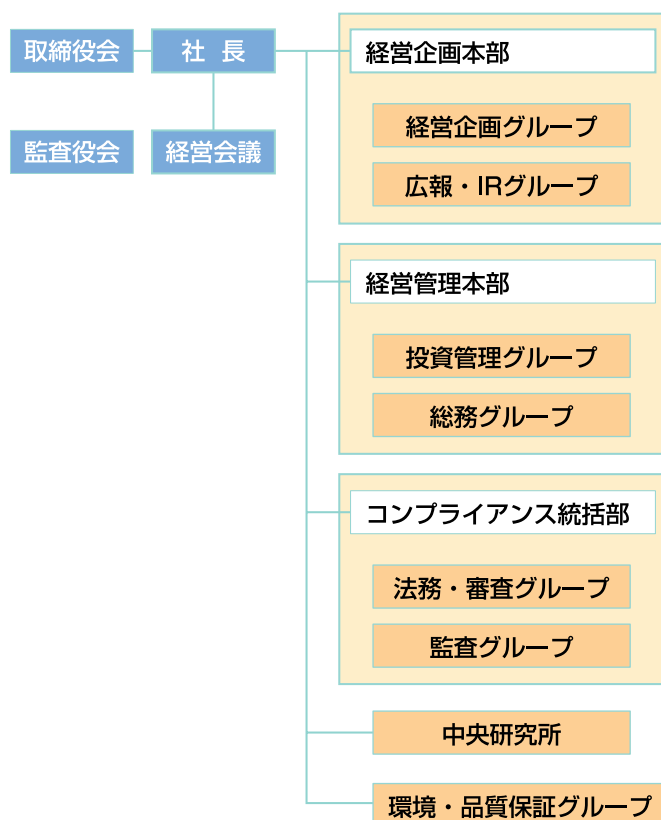
中島 浩 副参事

会社概要

本店所在地	東京都千代田区大手町1-1-2
設立	2004年4月1日
資本金	250億円
従業員数	40人
グループ会社数	168社（国内109社、海外59社）

(2005年3月31日現在)

(株)マルハグループ本社 組織図

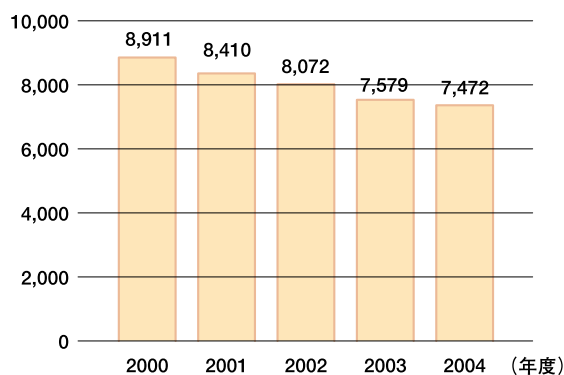


マルハグループは、「世界の魚屋」「フードワンダーランドマルハ」をキャッチフレーズとする、水産事業、食品事業、保管物流事業他を営む、国内外168社（国内109社、海外59社）からなる企業体です。マルハグループでは、戦略的事業分野となる以下の3つの「戦略セグメント」を定め、戦略セグメントを中心としながらコア事業への集中と強化をはかり、各セグメントにはそれぞれに「事業ユニット」を設置し、グループ全体の企業価値の最大化をはかっています。

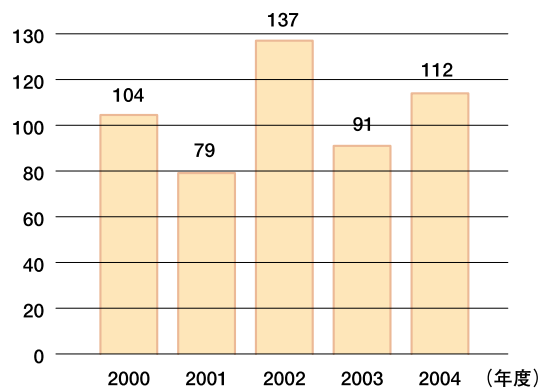
注：会社数は2005年3月31日現在

戦略セグメント	事業ユニット	事業内容	主なグループ会社
水産セグメント	漁業・養殖ユニット	国内外で漁業・養殖を行います。	マルハ、大洋A&F 他
	北米ユニット	北米の水産資源を生かし、原料魚の漁獲、すりみやカニ棒他への加工ならびに世界市場向け販売を行います。	マルハ、Westward Seafoods Inc. 他
	水産商事ユニット	海外ネットワークを通じ、世界の魚を調達し国内外市場に販売します。	マルハ、大洋A&F 他
	荷受ユニット	生産者と消費者の間において、国内外から集まる大量の水産物を適正に評価し、迅速に流通させます。	大都魚類、神港魚類 他
	戦略販売ユニット	水産加工品を中心に、顧客の業態に即した販売を行います。	マルハ、琉球大洋、新洋商事 他
食品セグメント	業務食品ユニット	水産ならびに農・畜産品原料の冷凍加工品を中心に、業務ルートに向けて商品提案・販売を行います。	マルハ、大洋A&F、マルハミートアンドデリカ 他
	市販食品ユニット	在詰・フィッシュソーセージから、ちくわ・カップデザートまで幅広い商品を、量販店など市販ルートに向けて提案・販売します。	マルハ、デージー食品工業、青森缶詰 他
	化成品ユニット	主に魚由来の原料を生かし、調味料・健康食品から医薬品・化粧品原料の製造・販売を行います。	マルハ、大洋A&F 他
	アジア・オセアニアユニット	タイ・中国にある生産拠点をグループ内加工機能の要とし、さらに、中国を中心とした巨大市場に向けて、水産物および業務食品・市販食品の販売を拡大します。	マルハ、Kingfisher Holdings Ltd、舟山興業 他
保管・物流セグメント	保管・物流ユニット	冷蔵倉庫を中心に、保管から加工・配送までさまざまな顧客ニーズに対応する総合物流サービスを行います。	マルハ物流ネット 他
その他		レストラン事業など、新しい価値の創造を戦略的に行います。	マルハ、マルハレストランシステムズ 他

連結売り上げ 5カ年（億円）



連結経常利益 5カ年（億円）



ごあいさつ



株式会社マルハグループ本社
マルハ株式会社

代表取締役社長

五十嵐 勇二



私たちマルハグループは1880年(明治13年)の創業以来、今年で125年になります。その間、魚の買付けに始まり、冷蔵保管、漁業、加工食品の製造、及び、これらに付帯する広範な事業(造船、製糖、プロ野球、外食、その他)を展開しつつ、時には拡大し、近時は撤退縮小し、今日を迎えております。お客さまや株主の皆さま、取引先、地域社会の方々の永年に亘るご支援に深く感謝致しますとともに、過去から現在に至る役職員の奮闘に敬意を表します。

マルハグループは昨年2004年度、「負の遺産」を処理し、41年振りの資本増強を実施し、第2次マルハグループ中期経営計画「ニューウエーブ21」を策定し、新たな発展への基礎を固めました。永きに亘りご支援いただいておりますステークホルダーの皆さまの期待に応えられる企業グループを目指し、役職員一同決意を新たに致しております。

経済のグローバル化が進み、「資本の論理」「経済合理性」「企業価値の最大化」の名目のもと、企業としての選択肢が広がり、活動分野にしても活動方法にしても、企業毎に個性が目につく時代になりました。そんな中でマルハグループは「魚」をコア・アイデンティティとして「健康・本物・簡便を旨とする安心・安全な食の提供により社会に貢献する」という経営理念をマルハグループの個性として大切にしていきます。社会に必要とされる企業であり続けるために、経済合理性から見れば多少迂遠な活動、例えば、由緒正しい食品を供給するための多様な検査や膨大な資料蓄積、及び環境への配慮を優先した食品容器の開発等にも誇りを持って取り組んでおります。

「魚」は無論のこと、すべての食品は地球環境が護られてこそ継続的供給が可能と考えており、その意味では環境保全は、私たちマルハグループが事業活動を継続していく上で欠くことのできない重要課題です。企業グループとして環境保全や社会貢献を重視しながら、本来の企業活動で生み出す利益は、「持続可能な社会」を健全に運営していくための資源となり、必要条件であることは自覚しております。また一方で、文化に貢献し、人権尊重など社会的取り組みがあつてこそ、社会的に存続が許され、発展も可能なのだと認識しております。

マルハグループ プラットフォーム

マルハグループ経営理念

健全な事業活動を通じて、「健康」・「本物」・「簡便」を旨とする「安心・安全」な食の提供により社会に貢献する。

マルハグループ経営ビジョン

「魚」をコア・アイデンティティとして、トレーサビリティが明確で高品質な食品・素材或いはサービスを、魚と向かい合って1世紀を超えるマルハグループの創意を添えて、お客様にとって「価値あるもの」としてお届けしてまいります。

※ コア・アイデンティティ → P.20、トレーサビリティ → P.9 をご参照ください。

マルハグループ行動指針

企業行動指針

- ① 私たちは、常にオープンでフェアな企業活動に努め、社会から信頼される企業グループを目指します。
- ② 私たちは、広く食品を扱う企業グループとして、環境に留意しつつ常に「健康」と「安心」を提供します。
- ③ 私たちは、世界の国や地域の文化を尊重し、国の内外を問わず社会に貢献する企業グループを目指します。

社員行動指針

- ① 慣例・慣行に流されず、新たな視点で日常を見直し、改革する勇気を持ちます。
- ② 公私のけじめは勿論のこと、公正・公平を心がけ、周囲や社会から信頼される行動をとります。

いよいよ京都議定書が発効となり、環境対策も世界的取り組みが実行に移される時期になりました。こうした大枠とは別に、環境問題の基本は一人一人の自覚にあると改めて教えてくれた人がいました。ケニアのワンガリ・マータイさんです。環境問題への取り組みで初めてノーベル平和賞を受賞した女性です。初来日の際出会った「もったいない」という日本語に共鳴し、「この言葉を国際語にしたい」とおっしゃっています。私たち日本人は古来「もったいない」を合言葉に少ない資源、食糧を分け合い、上手に使い切ってきました。この40年間、この言葉を日本社会は一生懸命忘れよう、忘れさせようと努めてきたのではないのでしょうか。マルハグループの環境対策は企業としても、個人としても「もったいない」の言葉と行動を思い起こすことで一層前進できると考えています。

また、今年度からの新たな取り組みとして「次世代育成支援対策法」に基づく「一般事業主行動計画」を策定し、2年後の厚生労働省の認定取得に向けた活動をスタートしました。「持続可能な社会」の重要な要素として「子供を生み育てる」ことを応援できる社会環境を作ることも、CSR(企業の社会的責任)の1つの側面と考え、まずグループ中核企業であるマルハ(株)から「父親の子供出生時の休暇の拡大」「育児休業期間の延長」「小学校就学までの期間における勤務時間の短縮化」等への取り組みを始めます。

環境報告書をウェブ上で公表させていただいてから3年目になります。今年から名称も「社会・環境報告書」と改め、内容も多少幅を拡げ、ウェブ上だけでなく印刷物としても発行することに致しました。ご報告する内容に特別目新しいものは見当たらないと存じますが、マルハグループをご理解いただくための一助となれば幸いです。報告内容やマルハグループの活動についてのお問い合わせ、ご意見、ご要望をお待ちしております。

2005年5月

株主・投資家さまからの信頼

コーポレートガバナンス

明確な責任体制の下、スピードのある柔軟な意思決定を行いたい

● 執行役員制度、監査役制度

グローバルな事業環境の変化と顧客要求に対応するためには、スピードがあり柔軟に対応できる経営体制が不可欠です。会社全体の観点からの意思決定と、各事業部門での業務執行を分離することによって、意思決定権限・責任の明確化と、迅速で効率的な経営をはかることを目的とし、(株)マルハグループ本社及びマルハ(株)においては、2004年度より執行役員制度を導入しています。さらに(株)マルハグループ本社においては、社外取締役を招聘して、経営の透明性を高めるとともに、社外監査役を含む監査役が経営全般の監査を実施しています。

● マルハグループ内部統制の強化

(株)マルハグループ本社コンプライアンス統括部監査グループは、法令遵守、開示する財務諸表の適正性の担保、業務の効率性、及びその他経営に資する監査を行い、取締役会に報告します。さらに、年度毎に、例えば製品・サービスの安全衛生管理の検証など、重点監査項目を定め、変化する外部環境にも対応しています。監査結果は、経営者が企業価値を高めるための、重要な情報になることは言うまでもありません。

コンプライアンス

信頼を確固としたものにした

● マルハグループ行動指針の策定

1998年1月12日、当時のマルハ(株)中部慶次郎社長は、「企業行動倫理宣言」を発信し、企業行動倫理の精神を、具体的な企業行動の一つとして実行することを確認し、相反する事態が発生した場合は、社長自らが、原因究明、再発防止に努める旨、ステークホルダーの皆さまと約束しました。これを受け、1998年9月1日「マルハ行動指針」を定め、2001年1月19日に「マルハグループ行動指針」(P.5参照)に改定し、マルハグループを貫く基本姿勢として堅持しています。

● コンプライアンス体制

マルハグループが、企業市民として、社会において存続していく前提条件が法令遵守です。マルハ(株)は、2001年冷凍タコ関税法違反事件を起こし、各方面の皆さまに、多大なご迷惑をおかけしました。猛省自戒の上、社長自らを委員長とするコンプライアンス委員会を設置するとともに、各部署にコンプライアンス担当責任者を配置し、法令遵守の体制を整備しました。この体制のもと、様々な法令遵守活動を行っています。

● マルハグループ内部通報制度

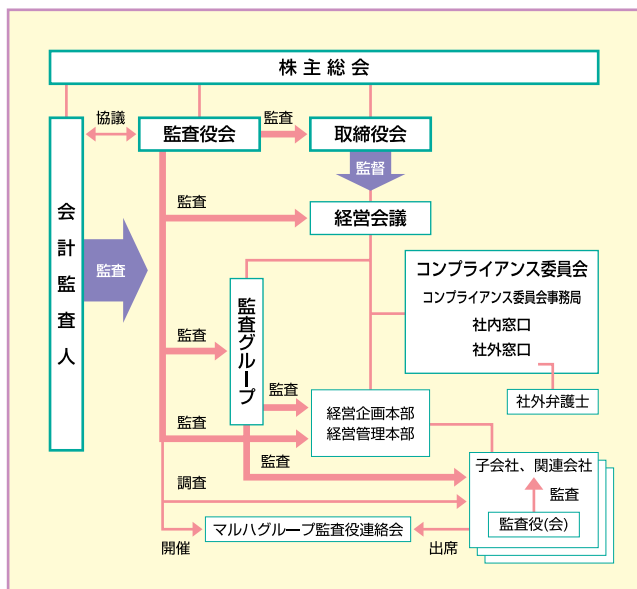
2004年6月に公益通報者保護法が公布されました。マルハグループは、2004年10月1日、法令違反の「未然防止」と「自浄作用」の機能を働かせ、マルハグループが社会から信頼される企業グループとして存続していくことを目的として、内部通報制度の運用を開始しました。通報先には、内部と外部(法律事務所)を設定し、通報が事実の場合には、マルハグループコンプライアンス委員会にて対応する制度です。専用メールアドレスも設け、窓口を広げ、多くの声を吸い上げやすい環境づくりを進めました。当然、相談者のプライバシーは保護され、相談した行為を理由に何ら不利益を受けることはない制度です。



コンプライアンスって何？

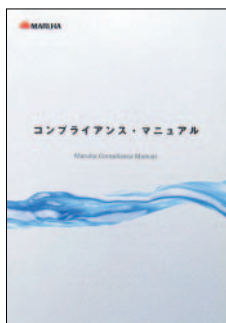
一般的には「法令遵守」と訳されますが、私たちは、法令の遵守のみならず、企業経営倫理を含めた広い意味で使用しています。社会の秩序を乱したり、社会からの信頼を損ねる行動をしないことです。

コーポレートガバナンス模式図



「コンプライアンス・マニュアル」、「行動倫理の道標」の配付

マルハ(株)は、企業が社会的責任を果たすための基本は、法令遵守は勿論、従業員一人ひとりが、高い倫理観を持って行動することだと考えています。常に、自らの行動と照らし合わせることができるように、行動規準30カ条を定めました。また、毎年、適宜コンプライアンス研修を計画し、実行しています。このような活動の中で、マルハの組織風土「マルハDNA」を醸成し、後世に引き継いでいきたいと考えています。



「コンプライアンス・マニュアル」
社員全員配付2003年2月



ポケット版「行動倫理の道標」
社員全員配付2003年4月

ちょっとあなたもやってみませんか？

私達は判断に迷った時、次のコンプライアンステストを行います。

- ①その行動は、家族や友人に胸を張って話せますか？
- ②その行動は、見つからなければ大丈夫とっていませんか？
- ③その行動は、第三者として、ニュースで見たらどう思いますか？

コミュニケーション

数字だけではない、本当の姿を伝えたい

マルハグループは、マルハグループの事業を支えてくださる方との対話なくして、事業を持続していくことはできません。コミュニケーションの代表的なツールとしては、公式ホームページ (<http://www.maruha.co.jp>) に、財務情報、マルハグループ新中期三カ年経営計画「ニューウェーブ21」の概要等を掲載しています。また、会社案内やIRレポート等の各種印刷物を発行し、さらに、下記のようなコミュニケーションの機会を持ちました。決算発表においては、ただの数字の説明ではなく、背景である事業内容等をご理解いただけるよう努めています。

2004年	■ 5月17日	2004年3月期 通期 (連結・単独) 決算発表
	■ 5月28日	2004年3月期 通期 アナリスト向け決算説明会
	■ 6月29日	株主総会
	■ 8月11日	2005年3月期 第1四半期 (連結) 決算発表
	■ 1月15日	2005年3月期 中間期 (連結・単独) 決算発表
	■ 2月22日	「ニューウェーブ21」マルハグループ中期三カ年経営計画 アナリスト向け説明会
2005年	■ 2月14日	2005年3月期 第3四半期 (連結) 決算発表
	■ 3月 9日	臨時株主総会

お客さまからの信頼

品質保証

「安全」を徹底的に追求し、お客さまに「安心」を届けたい

● マルハグループ品質保証理念・方針

2003年3月に制定し、マルハグループ各社に周知徹底する中、理念・方針に基づいた数多くの活動を行っています。マルハブランドを通じて、マルハグループがお客さまとお約束する事を文章にしています。

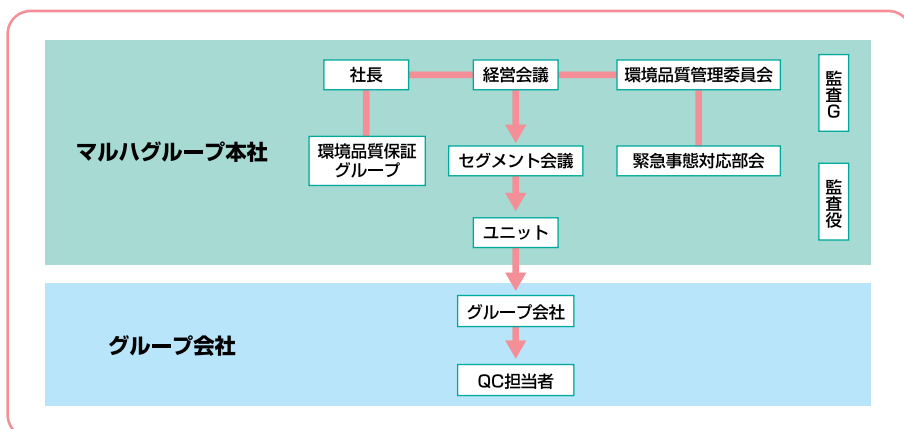
マルハグループ品質保証理念

私たちマルハグループは、提供する商品とサービスについてお客様の視点に立って顧客満足度を高める為の総合的な品質保証の確立を目指します。

マルハグループ品質保証方針

- ① 法規を遵守し、安全および安心を最優先にした商品とサービスの提供に努めます。
- ② 良質かつ魅力的な商品とサービスの創造を目指します。
- ③ 提供する商品とサービスに関し、お客様が必要とする情報の開示に努めます。
- ④ 社会的ニーズに対し、的確な対応をします。
- ⑤ 商品とサービスに関するリスク管理を強化します。

徹底したマルハグループ品質管理体制



ISOって何?

ISOとは国際標準化機構の略称（正式名称は、International Organization for Standardization）のことで、製品やサービスの世界的な標準化を推進し、その関連活動の発展を図ることを目的に1947年に設立され、本部をスイスのジュネーブにおく民間国際機関です。現在では、日本をはじめ世界130国以上が加盟しています。

● ISO9001の取得

ISO9001とは、品質マネジメントシステムの国際規格のことです。ISO9001は、「品質」という名称から、一部には、製造工場の製品に関して、取得するものという誤解をされている方がいらっしゃいます。ISO9001は、製品の品質を含む経営の品質、つまり顧客満足を追及するための経営全般の管理制度であり、経営のツールなのです。従って工場だけでなく、どのような組織でも取得できます。工場はISO9001導入の結果、必然的に製品の品質の向上にも繋がります。マルハ(株)の直営工場においての取得は完了し、現在マルハグループ会社及び、主要委託製造会社において取得を進める方針を確認し、活動を推進中です。ISO9001は、取得が目的ではなく、お客さまに安心・安全をお届けする手段の1つなのです。

マルハ(株)化成食品事業部	2000年7月
マルハ(株)仙台工場ちくわ事業	2003年5月
マルハ(株)宇都宮工場	2003年9月
マルハ(株)下関工場	2003年9月
日本サイロ(株)	2005年3月
マルハ(株)仙台工場全事業	2005年6月

ISO9001認証状況

トレーサビリティシステム

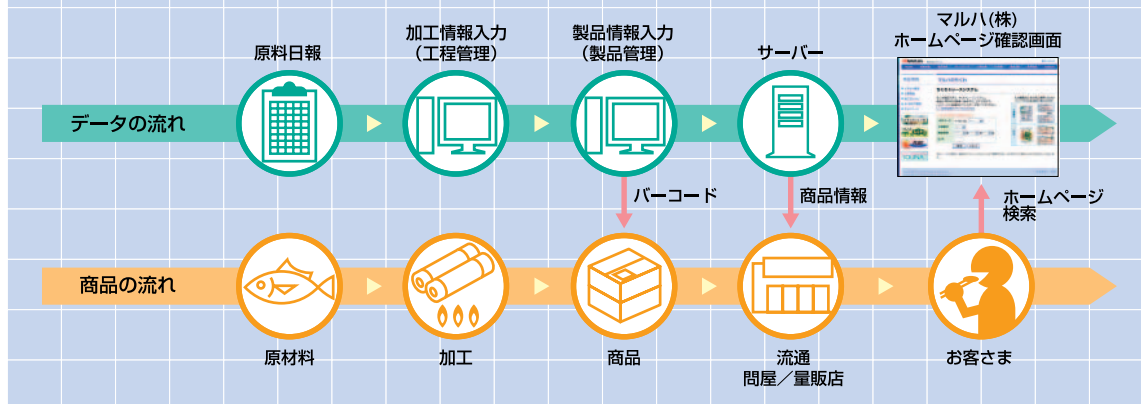
食中毒事故、BSE(牛海綿状脳症、狂牛病)の国内発生や残留農薬・抗生物質問題などが立て続けに起こり、また大手企業・団体などが原産地の偽装表示をしていた事実も明らかになり、お客さまの食品に対する不信任が、かつてない程に高まりました。これらの事件は、メーカーや小売店が製品に使われている原料由来を詳しく知ろうとせず、取引先任せで使用・販売しているケースが多かったことも発生の一因です。そのためマルハ(株)では自社製品の安全性を保証するため、使用する原料を農場や漁場まで遡り、生産履歴や由来を明らかにして安全性を検証すると同時に、お客さまが知りたい時に知りたい情報を提供できるトレーサビリティシステムを構築してきました。

トレーサビリティの構築と一言でいいますが、導入現場では大きな努力が払われています。まず使用される原料を生産者や収穫日毎に区分して、製品には区分済のどの原料が何時使用されたかの記録を残し、また海外ではシステム導入・運用に際して言葉の壁を越えての理解と協力を得ることが不可欠でした。

現在マルハ(株)は水産、農・畜産品と幅広い商品を取り扱っていますが、世界中から集める原料素材・および加工された食品に対し、インターネットを利用して履歴情報を蓄積し、どこからでも検索できるシステムを稼働させています。またバーコードを利用して業種を超えてのトレーサビリティ情報伝達にも取り組んでいます。なお、現在お客さまに直接販売している商品として、ちくわ、缶詰、冷凍野菜、ピュアカップなどの情報が既にご利用になれますが、他の商品にも順次拡大をはかっています。

これらシステムの導入と運用には多大な労力とコストが必要ですが、当グループの経営理念である「安心・安全」をお客さまに届けるために、無くてはならない重要なツールと認識しています。

例) ちくわトレーサビリティシステム



適正な表示

食品のパッケージには、原産地、内容量、アレルギー、添加物、パッケージ材質といった様々な情報がところ狭しと記載されています。これらの表示はJAS法、食品衛生法、景品表示法、資源有効利用促進法など様々な法令が根拠となっています。マルハ(株)でも専門知識をもった社員が表示内容をチェックするシステムを構築しています。しかし内容を単にチェックする以上に大事なことは、例えばアレルギー表示を間違え、お客さまが発作をおこされたらどのようなことになるのか、お客さまの望む情報は何かということに、商品に携わる社員が常に思いを馳せ、行動することだと考えています。

検査精度検証



(株)マルハグループ本社中央研究所
における検査風景

工場から出荷する製品は、マルハブランド等を冠する前に、種々の規格基準の適合検査を行います。また販売後にお客さまの疑問にお応えするため、出荷製品と同じロットを保存して、経時変化を含めた様々な検査を行います。最近では、農薬や抗生物質、各種添加物等、検査項目は多岐に亘り、検査方法も極めてデリケートかつ専門的な技術が要求される時代となってきています。そのため国内外主要工場の検査室でも検査能力・精度を高く維持しておかなければ、お客さまに安心をお届けできないばかりか、輸入や流通時のモニタリング検査で違反を引き起こす原因となってしまいます。マルハグループは、検査精度の定期検証を品質保証の重要な要素と位置付け、専門機関や研究所との緊密な連携をはかりながら、活動を続けていきます。

2004年度工場確認実績

確認種類		件数
定期確認	国内	28
	海外	21
事前確認	国内	20
	海外	5
衛生指導	国内	3
	海外	11
特別確認	国内	1
合計	国内	52
	海外	37

定期確認：原則3年に1度
 事前確認：新規工場採用時
 ：重要な原材料や設備の更新時
 衛生指導：基本的な品質管理指導
 特別確認：重要な製品事故、クレーム発生時

● サプライチェーン工場確認

マルハグループ製品の生産を委託している、グループ外企業については、(株)マルハグループ本社環境・品質保証グループ又は、グループ会社である(株)中央すりみ研究所の専門員が、継続的に立ち入り検査を行い、改善を指導する仕組みになっています。

靴の履き替え方、手洗いの設備と洗い方、毛髪混入の防ぎ方、照明の埃、ハカリの錆、金属探知機の精度、記録の保管等々、食品事故を防ぐために必要な全てのソフト・ハード面のチェックを、長い間培ってきた、食品生産工場運営のノウハウを集結したチェックリストを用い、行います。このチェックリストも定期的に見直し、リスクの変化やお客さまの要望に対応できるようにしています。



タイのエビ工場



チリのサーモン工場

トピックス

冷凍食品事業部
 冷凍野菜の徹底した取り組み

マルハ(株)は、確かな品質と安全安心な冷凍野菜をお客さまにお届けするため、様々な徹底した取り組みを、中国浙江省の専用農場で行っています。



農薬使用を減らすため、広大な農場にネットをかけました。

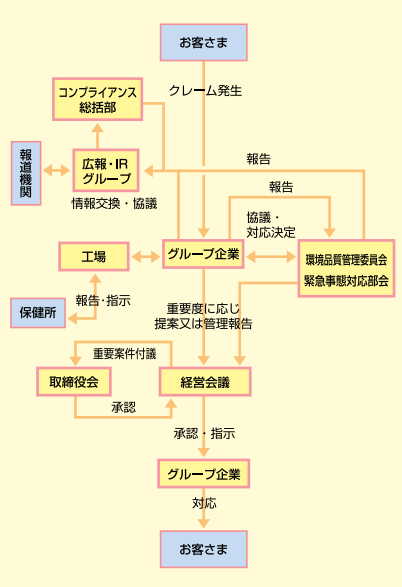
- ①安全な土地の確保(土壌・水質検査、残留農薬検査)
- ②栽培管理(使用農薬・肥料の確認と記録)
- ③安全管理栽培(専門組織による農薬肥料の一括購入と散布)
- ④自社検査体制(検査施設、人材の拡充)
- ⑤トレーサビリティ(2次元コードマルハフードトレースシステム)

以上のような取り組みに加え、さらに、

- ①害虫被害を防ぐ
- ②農薬の使用量を減らし安全性を高める
- ③異物である虫の混入を防ぐ

ため冷凍野菜生産工場として初めて、30万坪の専用農場の内、5万6千坪もの広大な農場にネットを張りました。ネットは機械で設置できません。お客さまへの安心は、こうした膨大な手作業を伴う徹底した取り組みにより、届けられるものと考えています。

緊急事態対応システム



● 緊急事態への対応

マルハグループは、品質的な問題や食品事故を防止するため、サプライチェーンを含めた監視体制の仕組みを2層3層で整えています。しかし、万が一問題が発生した場合、健康被害・重大事故を防ぐため、お客さまの安全を最優先に考えた、極めて迅速な対応が求められます。

情報は、様々な方面、例えば、お客さまから、納入業者さまから、工場から、24時間365日インプットされます。アンテナを広く張り、予兆を捉え、緊急事態と判断した場合は左記の「緊急事態対応システム」に入り、経営層、広報・IRグループ、当該事業部等、全ての責任者が、真夜中であろうと対応を協議決定します。マルハグループには、このように緊急事態に対し、迅速かつ適切な意思決定を行う仕組みがあります。

残念ながら、2004年度は、下の3件の回収を行いました。本システムのもと迅速適切な対応を実施できたと考えます。対応終了後は、問題の是正予防策の水平、垂直展開を行い、さらに実施したは正予防を、一定期間後評価します。

お客さま、関係者の皆さまには、大変ご迷惑をおかけし誠に申し訳ございませんでした。

- 2004.10.21 / 「ハバナ入りリチーズかまぼこ」回収
- 2004.08.11 / スクウィナ「アミノシャンプー」「ヘアトリートメント」回収
- 2004.06.10 / 業務用冷凍「ボークフランク骨付」「黒豚ワンハンドソーセージ」「黒豚ミニワンハンドソーセージ」回収

Q&A

サプライチェーンって何?

サプライチェーンとは供給者から消費者までを結ぶ、開発・調達・製造・配送・販売の一連の業務のつながりのことをいいます。自らの事業の上流下流の取引先とともに、業務の効率化を目指し、互いの利益になるような管理活動を、サプライチェーンマネジメントといいます。



環境・品質保証グループのホームページ

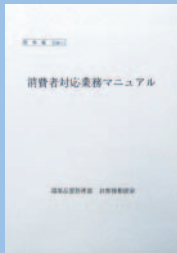
内部コミュニケーション

マルハ(株)内では、品質管理担当者会議を、業務食品については3か月に一度、市販食品については2か月に一度の頻度で開催し、品質管理情報を、横断的に全社で共有する体制を整えています。

また、(株)マルハグループ本社環境・品質保証グループでは、環境品質管理に特化したホームページを開設し、厚生労働省や農林水産省、各業界団体の最新情報を、マルハグループ全社に対しタイムリーかつ効率的に提供しています。

コミュニケーション お客様の声を経営に活かしていきたい

お客様相談室



業務の手順は社内マニュアル化され、お客さまのご意見を活用する仕組みがあります。

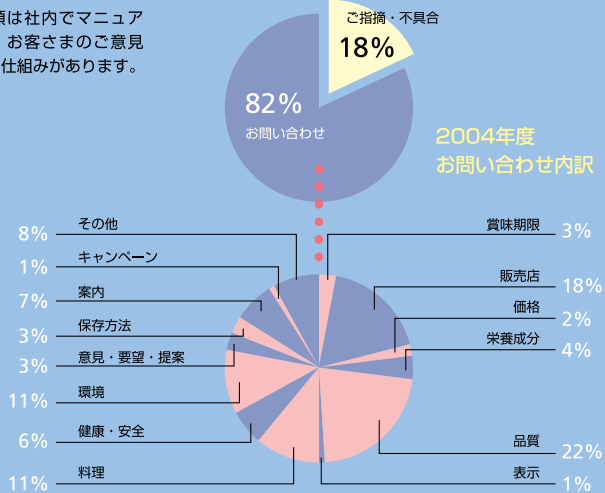
お客様相談室では、「迅速、適正、確実」を方針として、年間約16,000件(2004年度)にのぼる、お客さまからのお問い合わせや、ご指摘ご要望にお応えしています。寄せられたご指摘ご要望をもとに、商品やサービスの課題、もしくは、内部管理体制の問題を抽出し、担当事業部門に改善提案・要望を行い、事業部門、研究部門、生産部門と共に、お客さまの視点からの商品や販売活動を含めたサービスの改善等に取り組んでいます。

改善事例

2004年度の改善事例の1つとして、フィッシュソーセージの内装フィルムのはがし方がわからないとのご質問を多くいただいたことから、外装に表示することになりました。



改善後の外装



2004年度は、BSE問題を背景に、ゼラインの原材料等、品質に関するお問い合わせ、また、探しているマルハ商品の販売店に関するお問い合わせが上位を占めました。

お客さまのご意見は、多くの社外コンサルタントの意見にも勝ります。今後とも、真摯な態度で、いただいたご意見の内容の本質を掘り下げていきたいと考えています。

表彰制度

マルハグループでは、マルハのグループ会社及びマルハブランドの商品を委託製造している会社に対して、クレーム数の減少等、品質向上に努め、マルハブランドの価値を高めた成果を表彰する制度があります。2003年度の実績成果に対し2004年7月に優秀工場として、相浦缶詰(株)相浦工場、林兼産業(株)下関工場が表彰を受けました。サプライチェーンを含め、モチベーションを高め、今後とも品質向上に努めたいと考えています。



2004年表彰風景

INFORMATION

<http://www.maruha.co.jp/products/pro10000.html>

マルハ製品をご愛用いただいているお客さまからの、よくあるご質問を、ホームページ上にも製品別にわかりやすくまとめています。美味しく、安全にお召し上がりいただくための予備知識として、是非ご活用ください。

地球からの信頼

環境活動

環境への負荷を減少させたい

マルハグループ環境理念・方針

1999年11月に制定されてから、改定を経て、現在下記の理念・方針のもと、諸活動を行っています。

マルハグループ環境理念

私たちマルハグループは、食品という地球の豊かな自然の恵みを受けて、事業を営んでいます。このかけがえのない地球の環境を守り、自然の生産力を維持し、次の世代に引き継いでいくことが、私たちの責務です。



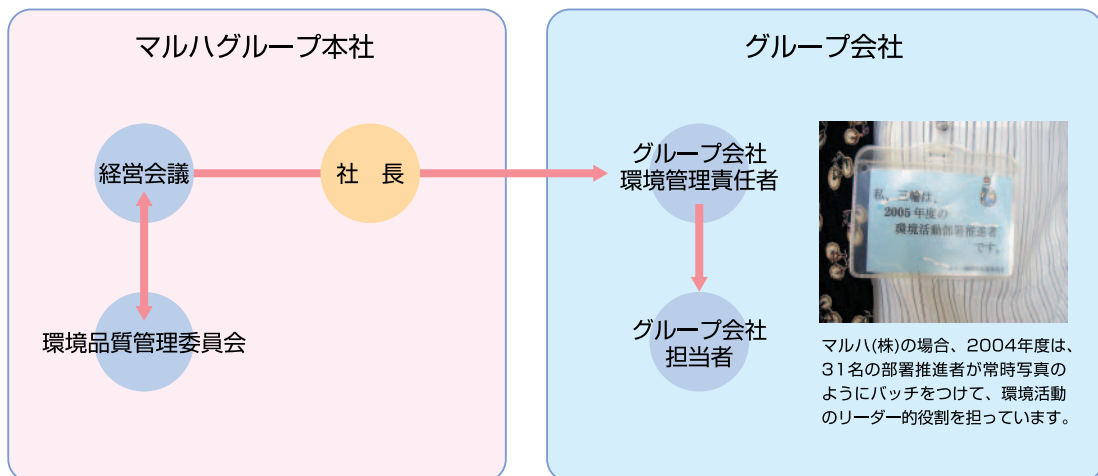
社員手帳に記載、また、事務所内に掲示し、周知徹底をはかっています。

マルハグループ環境方針

- ① 社会との共生を図り、地球自然環境の保護向上に努める。
- ② ライフサイクルアセスメントを念頭に置き、健康と安全に配慮した、環境に優しい製品、グリーン調達、生産、流通を目指す。
- ③ 省エネルギー、省資源等に努め、温暖化ガスを削減すると共に、産業廃棄物の削減、再利用等を行う。
- ④ 健康・安全・環境を守るために、水質保全、土壌汚染防止、有害化学物質の管理を行う。
- ⑤ 環境関連の法規制を遵守する。
- ⑥ 環境情報を適切に開示し、社会とのコミュニケーションに努める。
- ⑦ 環境教育及びグループ内広報活動を通じて、従業員の環境保全意識の向上を図る。
- ⑧ 本方針を推進するために、環境マネジメントシステムを構築し継続的改善を図る。

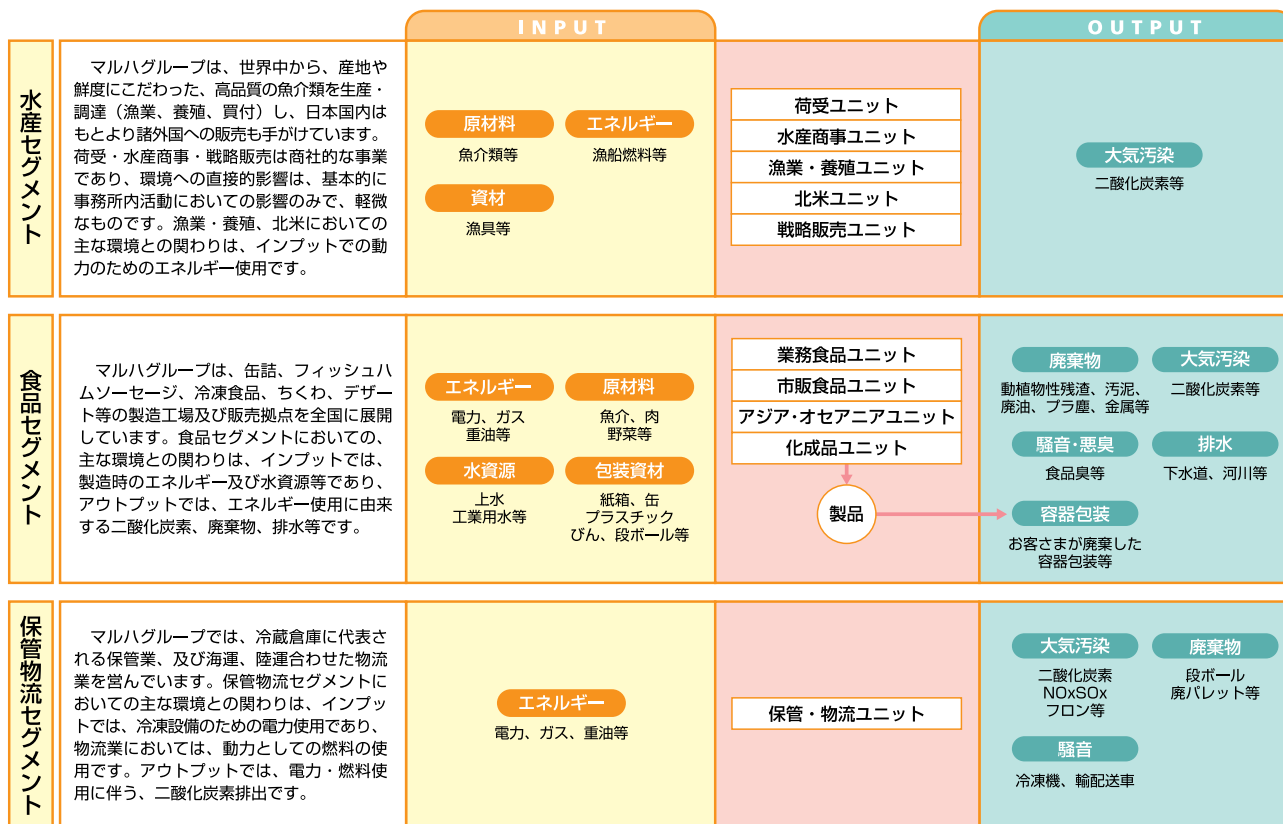
マルハグループ環境管理体制

環境管理に対する、責任体制を以下のように定めています。



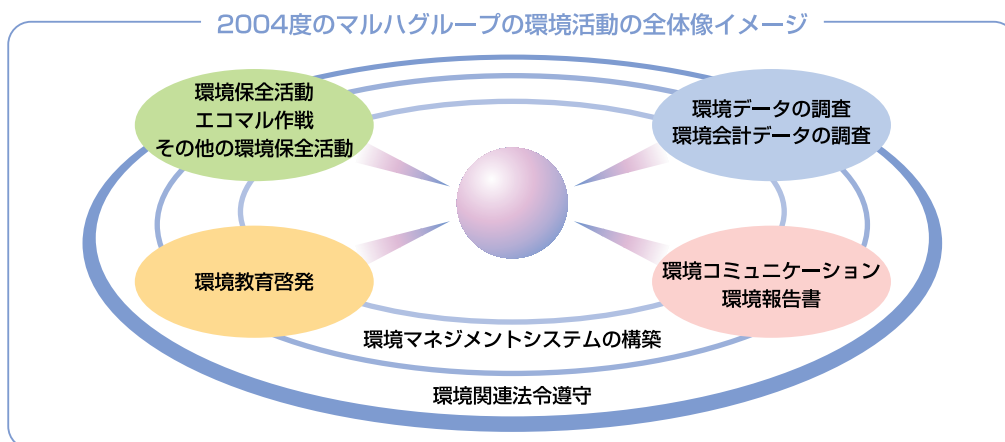
マルハグループ環境影響

マルハグループの3つの戦略セグメントの環境影響のイメージを下記に示します。



マルハグループ環境活動の全体像

マルハグループにおいては、現在、様々な環境活動を行っていますが、全社規模で統一的に行う、省エネ、省資源、省ゴミ等の環境保全活動を、特に「エコマル作戦（ECO MARUHA作戦）」と称し、2000年度より継続しています。エコマル作戦開始当初は、社内の環境に対する意識が希薄なことから、「環境啓蒙」的色彩が強い活動でしたが、近年は目標を定量化し、活動プロセスを重視する中で、環境負荷を削減する実効のある活動を推進しています。また、目標を定量化すると、必然的に各種環境データを調査収集することとなり、環境データ（エネルギー量・廃棄物量等）の蓄積も充実してきています。マルハ(株)においては、ABC3つの目標を設定し、活動状況は、随時、社内イントラネットに掲載され、各部署間において競争意識を持ちながら活動を展開し、活動優秀部署に対しては、環境品質管理委員会委員長より表彰が行われています。マルハグループ各社においては、G目標を設定し、各社の特性、事情に合わせた活動を行っています。



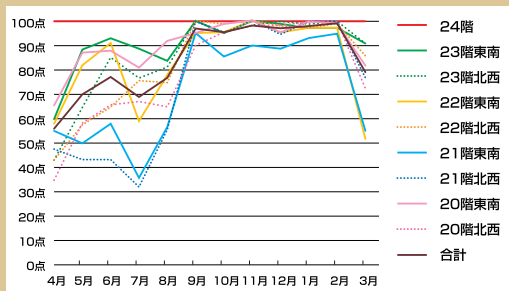
ECOMARU

A

マルハ(株)

エコマル作戦A目標

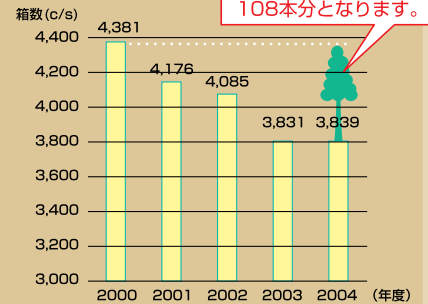
エコマル作戦A目標は、「環境意識の向上をはかること」を目的としています。従って、多くの人を取り組める身近な活動を中心に行っています。しかも、きちんと目標を立て、監視をする、マネジメントの手法を保ちながら推進しています。2003年度の目標は、事務所内の、コピー用紙の5%削減でした。2004年度は、コピー用紙の削減活動は、実施するものの、目標を立てず監視するだけとし、かわって、ゴミの分別に目標を立て取り組みました。本社地区においては、各フロアーに2カ所ある、給湯室内の6種類のゴミ箱の分別状況を、毎日2回、回収業者の方をお願いして、3段階評価をしてもらいました。評価を数値化し分別評価点とし、期中で85点という目標を設定しました。結果は、左下グラフのように、右肩上がりに改善され、最終年間分別評価点平均は84点となり、年間目標85点に1点足りませんでした。支社等の事業所は、自治体や入居ビルによりゴミの分別区分が違うので、それぞれの地区に適したゴミの分別活動を行いました。



ゴミ分別評価点



ゴミ箱



コピー用紙購入量年推移

ECOMARU

B

マルハ(株)

エコマル作戦B目標

エコマル作戦B目標は、「環境マネジメントシステムの構築」を目的としています。全社の中では、環境に直接影響を与える度合いが高い、生産工場から、環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の取得活動を開始しました。2004年9月30日に、化成食品事業部(宇都宮地区)が認証を受け、現在、宇都宮工場、下関工場が認証取得に向けマネジメントシステムを構築中です。



ISO14001登録証



化成食品事業部 ISO14001構築風景

ECOMARU

C

マルハ(株)

エコマル作戦C目標

エコマル作戦C目標は、「事業の特性に合わせ環境負荷を低減すること」を目的とし、2003年度から継続されている2年越しの活動です。2003年度は、プロフィットセンターである各事業部が、事業の上下流を含め、環境に与える影響を考慮し、自らが管理できるもしくは影響を及ぼせる環境活動のうち、取り組めるものを1つ決定し、目標を設定しました。そして、2004年度は目標達成に向けた活動を行いました。エコマル作戦C目標トピックスとして、水産第四部の地中海マグロ蓄養事業における環境配慮活動と畜産事業部のe-びーふ活動を次にご紹介します。

エコマル作戦C目標 トピックス

★水産第四部

水産第四部は、スペインの地中海側の都市カルタヘナに、ヴィアンカ(株)という合併会社を設立し、日本に地中海クロマグロを輸入販売しています。地中海は、ジブラルタル海峡を介し大西洋と繋がっています。クロマグロは、産卵のため、大西洋から地中海に入り、産卵後大西洋に出て行きます。資源の保護の観点から、地中海から出て行く産卵後の痩せたマグロを狙って施網で捕獲し、それを生簀内で投餌飼育し、太らせて、相場のタイミングを見計らいながら出荷しています。生簀の下の海底には、マグロの糞や餌の破片などが堆積しますが、環境配慮の一環として、海底の底質の監視活動を継続的に行っています。2004年度は、4回/年潜水調査をする計画を立てましたが、生簀の移動等があり3回/年の調査となりました。



海底堆積物調査報告書



スペインマグロ畜養場

★畜産事業部

畜産事業部は、5年前より、資源循環型牛肉生産への取組みとその技術の普及をはかることを目的に、北海道を舞台とし、環境リサイクル肉牛協議会（以下協議会）の運営に積極的に参画し、エコロジーエコノミービーフ（e-びーふ）活動に取り組んでいます。協議会発足の直接的背景及び動機は、BSE、遺伝子操作穀物の飼料原料の出現、飼料へのダイオキシン混入などにより、輸入飼料穀物への過度の依存に危機感を感じ、本来の自然のリサイクル循環の中での畜産事業が模索できないかと考えた

ことでした。生産者、畜産試験場、帯広畜産大学、流通業者、消費者等、まさに官民学がコラボし、シンポジウムの開催や機関紙の発行など活発な活動をしています。例えば、国産じゃがいもを主原料とするお菓子メーカーから排出される、イモ皮を発酵させ、それと飼料とを混ぜ投与した牛の、飼養成績、枝肉成績、肉質評価の試験をしています。また、国産飼料自給率の高い牛（e-びーふ）の認証制度も整備し、2004年8月現在、2生産者約80頭の牛が e-びーふと認証され釧路などで飼育中です。



飼育中の e-びーふ



リサイクル飼料 イモ皮サイレージ（乳酸発酵）



環境リサイクル肉牛協議会機関紙「アグリサイクル」

未利用資源が活用でき、環境に配慮できることも、もちろん重視していますが、地域の関係者が目標に向かい、共益を考慮しながら、活動を継続しています。こうした素晴らしい人達を応援できることがとてもうれしいです。

北海道畜産営業所 花房所長



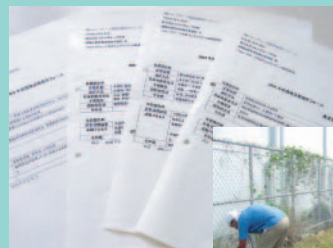
地球からの信頼

ECOMARU
G

マルハグループ各社

エコマル作戦G目標

2004年度は、マルハグループ各社に環境管理体制を構築した初年度であり、各社で、取り組みに温度差があることは否めません。従って、問題の掘り下げや、事業の上流や下流への広がりがまだまだの部分ではありますが、マルハグループ環境理念及び方針に基づき、活動可能ところから、取り組みを始めています。



各社の取り組み



琉球大洋(株) 地域清掃

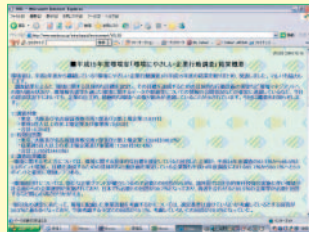
環境教育・啓発

コンプライアンスも品質管理も環境も、より良い方向に会社が向くためには、制度や責任体制を含めた仕組みづくりが大変重要です。そしてその仕組みに血を通わせるのは、個人の意識、及び、意識から生まれる行動です。過去の企業の不祥事も、個人々の意識の欠如が要因となっているケースがあります。バルブやスイッチを操作するのは、一人の人の手です。そういう意味において、マルハグループは環境教育研修の時間を重要視しています。

日付	対象	場所	参加人数
2004年 4月 5日	グループ新入社員研修	那須オオシマフォーラム	30
4月 28日	マルハ化成食品事業部	マルハ宇都宮工場	3
7月 2日	関西地区グループ会社社員	マルハ関西支社	27
7月 15日	本社地区グループ会社社員	マルハ本社	53
9月 14日	本社地区グループ会社社員	マルハ本社	48
11月 16日	本社地区グループ会社社員	マルハ本社	39
2005年 1月 19日	本社幹部	マルハ本社	33
1月 27日	グループ会社管理職	マルハ本社	27
合計			260



本社地区研修風景



「環境トピックス」

集合研修は、移動の時間や費用がかかりますし、移動は環境にもよくないでしょう。IT社会において、イントラネットを活用しない手はありません。イントラネットに、各種環境関連法令の解説や、時にはクイズを交え、楽しく学べる「環境トピックス」を2回/月掲載しています。マルハグループ各社間においても情報を共有できる体制を整えています。

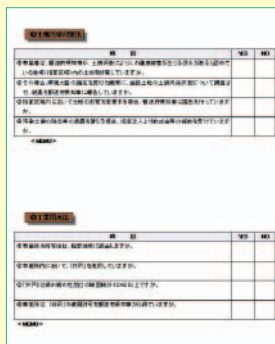
将来は、講座卒業形式、もしくは、テスト形式のウェブを作成し、マルハグループに関わる全ての方の、環境に関する自覚を高めたいと考えています。

環境法令遵守

コンプライアンス (P6~P7) の一部ですが、環境関連法令遵守のため、詳細が検索可能な解説とチェックリストを整備しています。残念ながら2004年度はマルハ(株)宇都宮工場が、宇都宮市より、一収集運搬業者との契約に関する、産業廃棄物処理委託規準違反を指摘され、同様の課題がないか、グループ会社にも横展開する中で、確認是正を行いました。



マルハグループ環境関連法令の解説及びチェックリスト



環境配慮製品

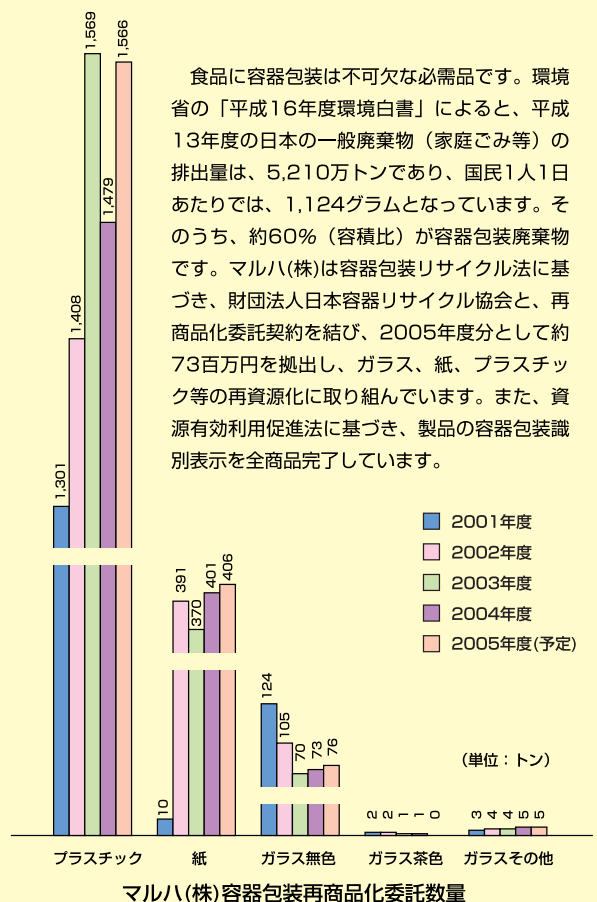
特殊な製法により、骨も頭もヒレも食べることができ、カルシウムや不飽和脂肪酸が摂取できるマルハ「骨までおいしい魚」は、2004年度の日本経済新聞優秀製品サービス賞MJ賞を受賞しました。骨まで食べられるので、台所からの生ゴミを減らすことができます。



マルハのフィッシュソーセージ「いわしのチカラ。」は、いわしのすりみを23%配合し、魚由来のDHAを400mg(1本あたり100mg)含んだ、魚の栄養を強化した商品です。保存料・発色剤・着色料も使用していません。この商品のパッケージは、有機溶剤の含有量の大変少ない水性インクを使用した、環境に優しい印刷を施しています。

容器包装への取り組み

食品に容器包装は不可欠な必需品です。環境省の「平成16年度環境白書」によると、平成13年度の日本の一般廃棄物(家庭ごみ等)の排出量は、5,210万トンであり、国民1人1日あたりでは、1,124グラムとなっています。そのうち、約60%(容積比)が容器包装廃棄物です。マルハ(株)は容器包装リサイクル法に基づき、財団法人日本容器リサイクル協会と、再商品化委託契約を結び、2005年度分として約73百万円を拠出し、ガラス、紙、プラスチック等の再資源化に取り組んでいます。また、資源有効利用促進法に基づき、製品の容器包装識別表示を全商品完了しています。



グリーン購入

マルハグループにインプットする製品や活動やサービスを、環境に配慮すれば、自ずからマルハグループからのアウトプットも環境に良くなるはず。供給者、請負者と協働する中で、環境負荷を削減するため、2004年7月に、「マルハグループグリーン調達指針」を策定し、実行に移しています。

大きな意味では、委託物流も含まれます。マルハ(株)食品企画管理部においては、生産工場から、ストックポイントまでのモーダルシフトを9割以上達成し、さらに、ストックポイントの統合や、共同配送の実施を進めています。また、八都県市排ガス規制適合車を利用し、排ガス削減を推進しています。

本社地下駐車場においては、東京都環境確保条例第54条に基づき、アイドリングストップの掲示をしています。



マルハグループグリーン調達指針



2004年11月新設稼働 東日本物流センター



本社ビル地下駐車場

Q&A

モーダルシフトって何？

トラックによる幹線貨物輸送を、「地球に優しく、大量輸送が可能な海運または鉄道に転換」することをいいます。

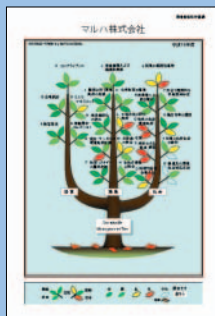
コミュニケーション

環境活動の見直しに繋がりたい

マルハグループと社会との、環境コミュニケーションの代表的なツールが、本書「社会・環境報告書」です。昨年の「環境報告書2003」に対しては、読者の方から、環境データの詳細について等のご質問が4件寄せられ、環境報告書ホームページアクセス数は、2004年4月～2005年3月末まで、5,219件（昨年対比249件増）でした。今年度は、初めて冊子化し、より能動的にコミュニケーションをはかる努力をしました。

また、「社会・環境報告書」の発行のみならず、NGO/NPO等の他の組織の環境への取り組みに参加支援することや、マルハグループの環境活動に関する調査アンケートに協力することも、大事な環境コミュニケーションと考えています。2004年度は、第8回日経環境経営度調査に協力し、マルハ(株)は非製造商社その他部門で、20位にランクされました。

さらに、環境経営格付機構が、環境省、文部科学省、経済産業省の管轄と予算のもと実施した、環境経営格付評価に昨年、一昨年に引き続き参加しました。環境経営格付は、経営者へのインタビューや、経営・環境・社会の観点からの調査票により、いわゆるサステナビリティな視点で環境経営を総合的に評価しようとするものです。その格付ポリシーは、企業のランキングを作成することを目的とせず、企業努力に対する社会の認識を高めて、企業の環境経営の進路を示し、企業自らの努力を惹起することを目的としています。評価結果は、マルハ(株)の活動の貴重なベンチマークとなりました。



格付評価ツリー



トップインタビューを受ける五十嵐社長

2004年度、マルハ(株)のお客様相談室に寄せられた、環境関連のご質問ご要望は、製品容器のリサイクルのご質問を中心に、29件頂戴致しました。

■ 2002年度	75件
■ 2003年度	47件
■ 2004年度	29件

マルハグループ環境会計

マルハグループ環境保全コスト

事業 エリア内 コスト		2004年度 (a)		2003年度 (b)	
		投資額	費用	投資額	費用
事業 エリア内 コスト	公害防止 コスト	46,022	408,007	47,423	380,329
	地球環境保全 コスト	47,664	5,525	58,607	9,536
	資源循環 コスト	4,654	293,385	0	285,056
上・下流コスト		0	47,541	0	21,431
管理活動コスト		0	39,204	0	38,734
研究開発コスト		0	0	0	0
社会活動コスト		0	869	0	437
環境損傷コスト		0	0	0	0
合計		98,340	794,531	106,030	735,523

(単位：千円)

マルハ(株)環境保全コスト

事業 エリア内 コスト		2004年度 (a)		2003年度 (b)		(a)-(b)		備考	参照
		投資額	費用	投資額	費用	投資額	費用		
事業 エリア内 コスト	公害防止 コスト	15,000	171,885	37,960	188,914	-22,960	-17,029	2004年度投資 - 宇都宮工場 ボイラー設備変更	
	地球環境保全 コスト	0	0	0	495	0	-495		
	資源循環 コスト	0	116,290	0	115,835	0	455		
上・下流コスト		0	46,416	0	20,064	0	26,352	容器包装リサイクル 再商品化委託料増	P16
管理活動コスト		0	32,133	0	33,124	0	-991		P12~17
研究開発コスト		0	0	0	0	0	0		
社会活動コスト		0	610	0	0	0	610		P20~P21
環境損傷コスト		0	0	0	0	0	0		
合計		15,000	367,334	37,960	358,432	-22,960	8,902		

(単位：千円)

集計期間：2004年4月1日～2005年3月31日

集計範囲：上表と下表と年度で、下記のように異なります。(株式会社、有限会社の表示を省略しています。順不同。)

【上表2003年度】	大都魚類、大東魚類、大京魚類、神港魚類、熊本魚、北九州魚市場、佐賀魚、鹿児島魚市、大洋エアーアンドエフ(石巻工場のみ)、大洋冷蔵、広洋水産、大洋食品、デージー食品工業、鷗洋水産、青森罐詰、土谷食品、新日本ワールド、大洋冷凍、梅田冷蔵、奄美養魚、アクアファーム、三和養魚、玄海養魚、及びマルハ、のマルハグループ24社です。
【上表2004年度】	大都魚類、大東魚類、大京魚類、神港魚類、熊本魚、北九州魚市場、佐賀魚、鹿児島魚市、マルハ九州魚市ホールディングス、広洋水産、デージー食品工業、青森罐詰、大洋冷蔵、土谷食品、大洋エアーアンドエフ(石巻工場のみ)、大洋食品、マルハミートアンドデリカ、新日本ワールド(現マルハ物流ネット)、大洋冷凍(現マルハ物流ネット)、梅田冷蔵(現マルハ物流ネット)、中京冷蔵、日本サイロ、日新タンカー、新長門運送、新洋商事、東北サービス、琉球大洋、マルハレストランシステムズ、大興製菓、奄美養魚、アクアファーム、三和養魚、玄海養魚、熊野養魚、マルハ、及びマルハグループ本社のマルハグループ36社です。
※現在、環境会計をマルハグループに拡大導入中であり、上記のように集計範囲が大きく異なるため、2003年度と2004年度は比較していません。	
【下表】	マルハグループの中核会社である、マルハのみです。

・費用には人件費と減価償却費を含んでいます。

・人件費や設備投資額において、全額を環境保全コストと判断できない場合には、差額集計もしくは比率集計を行っています。

・環境省の環境会計ガイドライン2005年版及び環境保全コスト分類の手引き2003年版を参考に作成しています。

・環境保全効果及び、環境保全対策に伴う経済効果については、今後情報を提供できるよう、精査に取り組んでいます。



環境保全コストって何？

公害防止コストとは、7公害(大気汚染、水質汚濁、土壌汚染、騒音、振動、悪臭、地盤沈下)他を防止するためのコストです。

地球環境保全コストとは、地球温暖化防止及び省エネルギーのためのコスト、オゾン層破壊防止他のコストです。

資源循環コストとは、資源の効率的利用のためのコスト、及び、産業廃棄物・一般廃棄物の処理処分・リサイクル等のためのコストです。

上・下流コストとは、グリーン購入に伴い発生した通常購入との差額コスト、環境物品等を提供するための追加コスト、容器包装等の低環境負荷化のための追加コスト、製品・商品等の回収、リサイクル、再商品化、適正処理のためのコスト等です。

管理活動コストとは、環境マネジメントシステムの整備、運用のためのコスト、環境情報開示や環境広告のためのコスト、環境負荷監視や社員への環境教育のためのコスト、事業所及び周辺の自然保護、緑化美化、景観保持等の環境改善対策のためのコストです。

研究開発コストとは、環境保全に資する製品等の研究開発コスト、製品等の製造・物流・販売段階等における環境負荷の抑制のための研究開発コストです。

社会活動コストとは、事業所及び周辺を除く自然保護、緑化美化、景観保持等の環境改善対策のためのコスト、環境保全を行う団体等に対する寄付・支援のためのコスト、地域住民の環境保全活動支援や地域住民に対する情報提供等の各種の社会的取り組みのためのコストです。

環境損傷対応コストとは、自然修復のためのコスト、環境保全に関する損害賠償等のコスト、環境損傷に対応する引当金繰入や、保険料等のコストです。

主要環境データ

マルハグループ主要環境データ

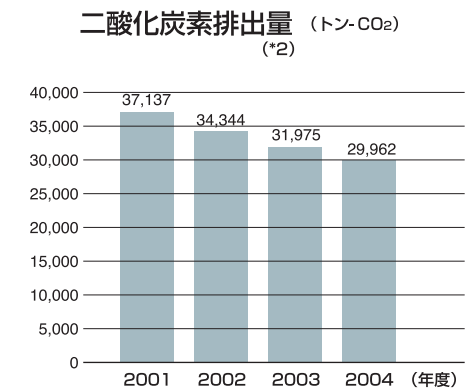
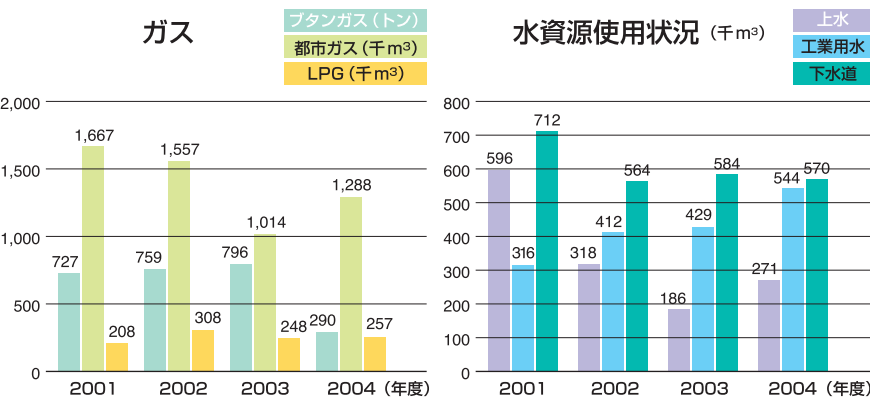
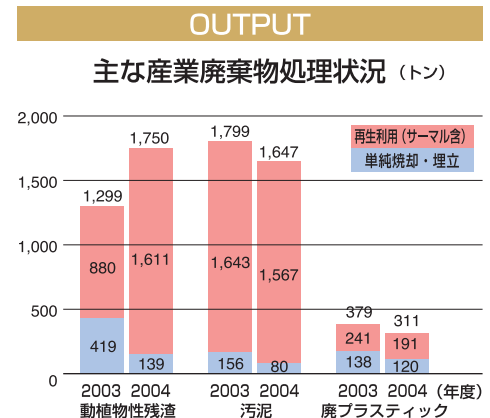
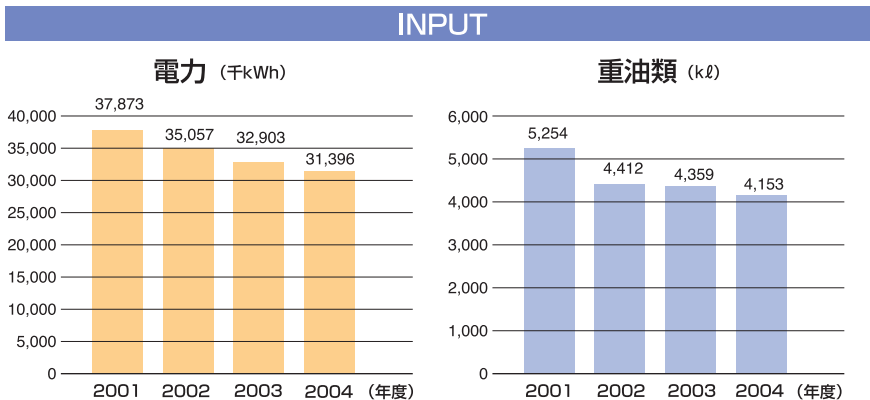
INPUT		
電力	150,698	千kWh
A重油	9,883	kℓ
B重油	2,844	kℓ
C重油	430	kℓ
LPG	286	千m ³
都市ガス	1,474	千m ³
上水	1,285	千m ³
工業用水他	1,381	千m ³

OUTPUT		
産業廃棄物	13,952	トン
産業廃棄物再利用率(*1)	72.7	%
一般廃棄物	1,373	トン
下水	1,003	千m ³
公共用水域	258	千m ³
二酸化炭素排出量(*2)	102,102	トン-CO ₂

集計期間：2004年4月1日～2005年3月31日

集計範囲：大東魚類、大東魚類、大東魚類、神港魚類、熊本魚、北九州魚市場、佐賀魚、鹿児島魚、マルハ九州魚市ホールディングス、広洋水産、デージー食品工業、青森罐詰、大洋冷蔵、土谷食品、大洋エーアンドエフ（石巻工場のみ）、大洋食品、マルハミートアンドデリカ、新日本コールド（現 マルハ物流ネット）、大洋冷凍（現 マルハ物流ネット）、梅田冷蔵（現 マルハ物流ネット）、中京冷蔵、日本サイロ、日新タンカー、新長門運送、新洋商事、東北サービス、琉球大洋、マルハレストランシステムズ、大興製菓、奄美養魚、アクアファーム、三和養魚、玄海養魚、熊野養魚、マルハ、及びマルハグループ本社のマルハグループ36社です。

マルハ(株)主要環境データ



集計期間：2004年4月1日～2005年3月31日

集計範囲：マルハ(株)

(*1) 産業廃棄物再利用率：

- ①食品製造の過程で排出される動植物性残渣を、飼料等に再利用
- ②排水処理の過程で発生する汚泥を、堆肥等に再利用
- ③廃プラスチックを、RPF (Refuse Plastic Fuel) 製造所の高炉燃料等に再利用等再利用率を、産業廃棄物排出総量で除した率です。

(*2) 二酸化炭素排出量：

二酸化炭素排出量の算定に用いる排出係数は、「地球温暖化対策推進法施行令」で規定されている数値を適用し、事業エリア内の、購入電力、燃料の購入量（重油、各種ガス）を算定対象としています。



参加者全員約400人に当社製品を配布しました。



Q&A コア・アイデンティティって何？

核となる自分達の原点の事です。マルハグループは、魚に関する製品サービスを中核とした事業を通じて社会的役割を果たします。

社会貢献活動

できる範囲で何ができるのか考えていきたい

国際海岸クリーンアップキャンペーンに初参加！

2004年9月23日(木)秋分の日、神奈川県江ノ島に近い鵠沼海岸において、マルハ、パールエース、大洋エーアンドエフ、マルハヒューマンアシスト、マルハユニオン(労働組合)のマルハグループ総勢45名が集まり、ビーチクリーンアップを実施しました。マルハグループ本社のトップマネジメント2名も参加しました。国際海岸クリーンアップキャンペーンは、アメリカの環境NGO「オーシャン・コンサーバンシー」の呼びかけに応じて、1つに繋がっている海のゴミ問題解決のための国際環境保護活動としてスタートしました。これまでに世界中で118の国と地域が参加しており、日本も1990年から連続参加で、今年で16回目となります。日本では、愛・地球博地球市民村に8月に出演するJEAN (JEAN = Japan Environmental Action Network <http://www.jean.jp>) がコーディネーターとして活動を行っており、マルハは賛助会員としてJEANの活動をサポートしています。

当日は、他の一般参加者約400人が集まり、ただ、ゴミを拾うだけでなく、拾ったゴミの種類を分析し、ゴミの原因追究・対策を講じるデータとしました。

マルハグループのコア・アイデンティティは「魚」です。これからもできる範囲で、魚を育む海を守っていききたいと思います。

海岸清掃に参加して

中学1年 持田 有佳里

私は、両親と妹の4人で鵠沼海岸の清掃に参加しました。人工ゴミだけを拾い集めてそれを種類別に分けて数を調べました。あまりにもたくさんのゴミが落ちていたのでびっくりしました。ゴミの多くは、砂の中に埋もれていました。拾った時間は短かったけど、海岸はとてもきれいになりました。私はゴミを拾うことも大切だけど、ゴミを捨てないことのほうがもっと大切だと思いました。

きれいになった海岸を見ながら食べたケンタッキーマンは、とてもおいしかったです。

LETTER

伝統文化継承活動

大切なものを後世に残したい



マルハのねぶた

マルハの漁労事業の歴史から、東北地方には所縁が深く、現在も数社のグループ会社や販売支社営業所があります。マルハグループは、日本を代表する青森ねぶた祭りに25年間継続して協賛しています。今後も地域の伝統文化の継承を大切にしたいと考えています。

地域活動

地域の方々と共に歩みたい



マルハ(株)宇都宮工場周辺清掃

地域の方々のご協力とご理解がなければ、マルハグループは事業が営めません。各生産工場では、敷地外の清掃活動を、計画的に実施しています。

各種寄付活動

災害に遭われた方や自然保護を支援したい

2004年度は大きな災害が続きました。新潟中越地震に対しては、マルハグループとして100万円、また労働組合と協働して募金活動を行い、あわせて140万円弱を社会福祉法人新潟県共同募金会に届けました。同様に、インド洋津波被害に対しては、マルハグループから60万円、タイやインドネシアの現地子会社から約200万円の寄付を行いました。

さらに、戦後、魚資源を通じて、優良なタンパク源を供給することを、使命としていた時代から現在に至るまでの間、海難に遭われ惜しくも命を落とされた方の慰霊祭を、毎年下関で行い、あわせて、漁船海難遺児育英基金への寄付活動を行っています。

他にも、日本においては(社)全国豊かな海づくり推進協会、(財)日本自然保護協会、(社)自然資源保護協会等へのサポートを行い、北米現地子会社では、教会や、病院の改造他に約35,000ドルの支援を実施しました。

青少年の育成

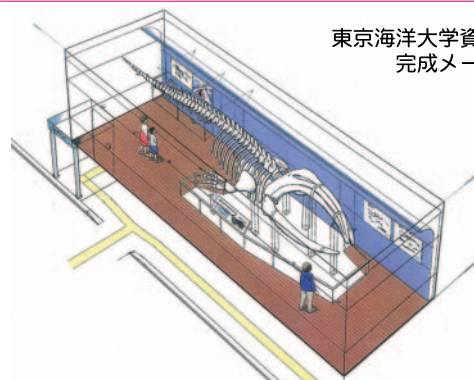
次世代を担う人を育てたい

従来より、マルハグループは、水産業界の明日を担う人材を育成するため、明石の県立高校、山口大学、東京水産大学、北海道大学、長崎大学などに講堂を寄付するなどの活動を行ってきました。2004年度も、東京海洋大学(旧東京水産大学)品川キャンパスの、セミクジラ骨格標本等を展示している資料館改築の援助を行い、この報告書が完成する7月には工事が完了する予定です。

また、マルハグループは、神奈川工科大学(神奈川県厚木市)の運営にも携わっており、次世代を担う青少年に大きな期待を寄せています。

さらに北米の現地子会社においても、青少年育成NGOや育英資金に約15,000ドルの支援を実施しています。

東京海洋大学資料館
完成メーシ図



社員からの信頼

雇用・労働環境 意気込みをもって働き、自己実現を果たしてほしい

新人事制度

マルハ(株)は、社員が意気込みをもって仕事をし、生きがいを感じることができる制度を目指し、労働組合と協議の上、「Maruha Spirit 2005」と称し、今年度より新たな人事制度をスタートさせました。以前は、職能資格型と成果型のハイブリッド型の制度でしたが、「Maruha Spirit 2005」は、年齢や勤続年数という属人的な項目からの考え方と訣別し、現在担っている役割の大きさや仕事の内容を反映した、「役割等級制度」導入が柱となっています。「役割」を基軸とし、これに伴う、個人の成果や行動を適切に反映するメリハリのある処遇制度や、成果や行動のプロセスも評価する、評価制度もあわせて整備しました。

能力開発制度

マルハ(株)は、「企業は何よりも人にある」という社訓の通り、会社が一番の資本は社員と考えています。社員各人が、自分の目指すべきキャリアに向け、常に向上心を持ち、創意工夫により習得した、知識・能力・技能を実際に活かせる人材となってもらうために、様々な支援を行っています。

能力開発制度も新人事制度の役割等級に対応した体系に変更し、新たなビジネスモデルの構築や高い目標へ挑戦することを賞賛・奨励し続ける風土につながるシステムを目指しています。



能力開発ガイドブック

6つの学習チャンス

- ① アセスメント
- ② 必須研修
- ③ 自由選択研修
- ④ 通信研修
- ⑤ 選抜研修
- ⑥ 資格取得奨励制度

人権研修 (人権全般、セクハラ・パワハラ防止のための研修 等)

マルハグループは、毎年計画をたて、人権研修を行っています。2004年度は、マルハグループの社員を対象に、全国9ヵ所において実施し延べ271名参加しました。研修を通じて自然に人権を尊重する風土、そんなマルハグループDNAを後輩にも受け継いでいきたいと考えています。



人権研修

労働安全衛生

マルハ(株)は、各事業所に、労働安全衛生委員会を設置し、年間活動計画、活動、監視、結果見直しと、いわゆるPDCA (plan do check action) のマネジメントシステムを構築しています。2004年度も、目標は労働災害件数0件でしたが、残念ながら5件(内、通勤災害2件含む)の労働災害が発生しました。

2002年	6件
2003年	8件
2004年	5件

マルハ(株)労働災害発生件数

多様性と機会

マルハ(株)の2004年度の障害者雇用率は1.37%でした。法定障害者雇用率に至らず、残念に思っています。しかし、障害をお持ちの方が、能力を最大限に発揮できる場の確保が準備できていませんと、本末転倒となります。障害者の方が、自己実現を果たすには、どのようなハードが必要で、どのようなソフトを構築すべきなのか、まずは、法定障害者雇用率を目標として今後とも検討を続けていきます。

会社には、障害者の方を含めて、多様な価値観を持った人達がいいます。その人達が互いに尊重し合いながら、女性も男性も、若年者も高齢者も、誰もが活躍できる職場づくりを進めていきます。

コミュニケーション 本音で語り合いたい

マルハ(株)とマルハユニオン(労働組合)は、1987年に労使協議制という、労使対話の仕組みを作りました。労使協議会、経営協議会、労使懇談会からなる、対話の場は、それぞれの附議事項とイニシアティブが定められ、建設的な議論をする土台となっています。また、マルハグループのトップマネジメントは、グループ会社の労働組合からなる「全マルハ関係労働組合連絡協議会」と、グループ施策について、意見交換を行っています。



全マルハ関係労働組合連絡協議会懇談会

第三者の意見

環境経営格付機構理事長
鳥取環境大学教授

木俣 信行



今回の「社会・環境報告書」は、最近、企業の社会的責任として挙げられている課題に関するマルハグループの取り組み状況を5つのステークホルダーからの「信頼」獲得のための対応を重点的に説明している。そして、夫々に対してどのようなコミュニケーションのための対策を講じているかについての説明にも工夫が見られる。これらはマルハグループが社会の関心に呼応しコミュニケーションしようという積極的な姿勢を持っていることの表れとみられる。また報告書では過去の不祥事についても触れているなど、全体として情報開示のあるべき方向に向かっていることは評価出来る。

ただ報告書の構成を見ると、品質と環境については企業としての

方針が示されているものの、報告書の中のどの部分の方針に基づくものか分かり難い。また中長期の計画も示されていない。このためにコーポレートガバナンスやコンプライアンスと言った重要な経営課題が、企業のどのレベルでの問題として捉えられ如何なる方向に向かっているのか、現在の到達点はどこなのか読者は理解出来ない。

同様に企業として取り組んでいる事業の内容に関する説明はあるものの、成果の説明に絶対値の表現が多い。これらについては認証取得工場の出荷額のシェアは全体の何%なのか、トレーサビリティは何%の商品が適用されているのか、適正表示は全ての商品について実施されているか、環境配慮製品は全体の何割に達したのかなど、基準化した表現によって読者の理解を容易にするような配慮が求められる。また(株)マルハグループ本社とマルハ(株)が併記されていてもその関係の説明が無いことも気になる。

「社会・環境報告書」を真にマルチステークホルダーコミュニケーションに役立てようとするのであれば、外部の読者が容易に理解出来るようにするための課題が残されていると言えよう。今後の活動に期待する。

マルハグループ 環境活動の歩み

1991年 10月 1日	環境委員会設置
1999年 11月 8日	マルハ環境理念制定
2000年 4月 1日	環境保全活動 (ECO MARU作戦) 開始
2001年 4月 1日	品質管理部を環境品質管理部に改組
2002年 4月 1日	環境対策課発足
2003年 3月 10日	マルハ環境理念をマルハグループ環境理念に発展
2003年 10月 10日	マルハ環境報告書を初発行 (業界初)
2004年 7月 8日	マルハグループ環境方針改訂
2004年 7月 8日	マルハグループグリーン調達指針策定

●社会・環境報告書2004の編集方針及び基本的要件

目的	(株)マルハグループ本社社会・環境報告書は、持続可能性に関わる、財務情報以外の社会・環境情報を、ステークホルダーの皆さまに、可能な範囲で開示することにより、コミュニケーションをはかり、信頼をいただき、かつ、ご意見を事業活動に反映させることを目的に製作しています。
フィードバック	ステークホルダーの皆さまからいただいたご意見は、検討後に事業活動に反映されます。皆さまの貴重なご意見をお待ちしています。同封のアンケート用紙をご利用ください。
対象読者	マルハグループの製品・サービスをご利用いただくお客さま、お取引先さま、投資家の皆さま、金融関係の皆さま、事業所周辺住民の皆さま、社員等、すべてのステークホルダーの方を対象にしています。
報告対象期間	2004年度 (2004年4月～2005年3月)。一部に2005年4月以降の活動を含みます。
報告対象範囲	基本的にマルハグループ全体を対象としますが、中核会社であるマルハ(株)中心の報告内容となっています。範囲を限定する場合は注記しています。
参考にしたガイドライン	「GRIサステナビリティ リポーティングガイドライン2002」「環境省環境報告書ガイドライン2003年度版」「環境省環境会計ガイドライン2005年度版」
第三者認証について	本書の客観性や信頼性を確保する上で、第三者の認証は重要であると考えますが、認証機関の資格要件や、基準が不明確であることから、本書は認証を受けず、第三者のご意見を賜るに留めています。掲載データにおいては、(株)マルハグループ本社環境対策担当が確認精査を行っています。
次回発行予定	2006年7月を予定しています。

●資料のご請求

資料のご請求は、お電話でもお受けしています

(株)マルハグループ本社環境対策担当

TEL 03-3216-0293 (月～金 10:00～17:00 祝日除く)

●ウェブサイト情報

マルハグループの環境活動は、ホームページでも公開しています

www.maruha.co.jp



MARUHA

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

株式会社マルハグループ本社

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-1-2
TEL 03(3216)0293 FAX 03(3216)0337

発行責任者：
株式会社マルハグループ本社
専務取締役 環境品質管理委員会委員長
中部 謙

2005年7月発行

All rights reserved, Copyright© 2005 MARUHA GROUP INC.
Copyright© 2005 MARUHA CORPORATION

コピー・転載禁止



印刷には大豆油インクを使用しています。



古紙配合率100%再生紙を使用しています

「マルハグループ社会・環境報告書2004」へのご意見・ご感想をお聞かせください

この度は、マルハグループ社会・環境報告書2004をお読みいただきありがとうございました。まだまだ、マルハグループの社会・環境活動は緒についたばかりであり、この社会・環境報告書も、私どもの社会・環境活動の内容をご理解いただけるようにと考慮し作成致しましたが、内容や表現に不十分な点があるかと存じます。

もしよろしければ、皆様のご意見・ご感想をお聞かせいただき、今後の社会・環境活動や報告書作成の参考とさせていただきたいと考えております。

お手数ですが、裏面のアンケートにご記入の上、FAXにてお送りくださいますようお願い申し上げます。

お寄せいただいたご意見・ご感想は次回の社会・環境報告書に記載させていただく場合がございます。

FAX : 03(3216)0337

株式会社マルハグループ本社 環境・品質保証グループ 宛
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-1-2 TEL 03-3216-0293



「マルハグループ社会・環境報告書2004」アンケート

Q1.あなたのプロフィールについてお聞かせください。

<年代> 10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代 80代以上
<性別> 男性 女性

Q2.マルハグループ社会・環境報告書をどのような立場でご覧になりましたか？

お客様 お取引先様 工場や事業所の近くにお住まいの方 投資家・株主の方 環境団体の方
 報道関係の方 企業の環境担当の方 行政関係の方 学生の方
 その他【具体的に _____】

Q3.マルハグループ社会・環境報告書をどのような機会にお知りになりましたか？

当グループホームページ 当グループ以外のホームページ 当グループ社員 当グループ事業所
 その他【 _____】

Q4.マルハグループ社会・環境報告書の全体の印象はいかがでしたか？

とても好印象 好印象 普通 良くない とても良くない

Q5.わかりやすさはいかがでしたか？

とてもわかりやすい わかりやすい 普通 わかりにくい とてもわかりにくい

Q6.マルハグループの社会・環境活動についてどうお感じになりましたか？

とても評価できる 評価できる 普通 評価できない とても評価できない

Q7.マルハグループ社会・環境報告書で、関心を持たれた、または、印象に残った記載内容は、何ですか？

--

Q8.マルハグループ社会・環境報告書へのご意見ご感想、改善すべき点等がございましたらご記入ください。

--

ご協力ありがとうございました。お差し支えなければ、以下もご記入くださいますようお願い致します。

(フリガナ) ■お名前	■ご職業
	■電話番号 ()
〒 ■ご住所	