

世界に美味しいあわせを



マルハニチログループ

CSR 報告書 2010

MARUHA NICHIRO GROUP
Corporate Social Responsibility Report 2010

本物 座談会：Roundtable discussion

安心

健康

マルハニチログループにとって 本物・安心・健康 とはなんだろう？

右から (株)マルハニチロホールディングス 代表取締役社長 久代敏男 / (株)マルハニチロ食品 業務用食品部 販売促進課長 大和田耕司
(株)マルハニチロ水産 増養殖事業部 鮮魚販売課 課長役 吉武政広 / (株)マルハニチロホールディングス CSR・品質保証部長 菊池英夫
(株)マルハニチロ畜産 事業一部 副部長 池田篤史
司会：(株)マルハニチロホールディングス CSR・品質保証部 CSR情報課長 小林三千夫 実施日：2010年4月14日(水) (文中敬称略)

本書では、マルハニチログループ理念に掲げられている「本物」「安心」「健康」と事業活動との関わりについて特集を組みました。本日は、特集記事を執筆いただいた部署より代表の方にお集まりいただき、久代新社長を囲んでマルハニチログループ理念と皆さんの業務への想いについて語り合ってください。

「安心」を生むシステムづくり

司会 まず、お客さまの最大の関心事である「安心」について、マルハニチロ畜産はどのように取り組まれていますか？

池田 マルハニチロ畜産における国産牛の取り組みは、牛トレサビリティ法[☆1]に則ることはもちろん、産地に一步踏み込んだ活動を行っています。安全・安心な牛肉を消費者の皆さまにお届けできるよう、健康に飼育された牛を買付、生産地である北海道や福岡県に事業拠点を置き、産地のNPO法人や生産者と協働し、環境に配慮した資源循環型を目指した取り組みも積極的に行っています。

また品質マネジメントシステムの導入が必要との認識から、北海道においては牛肉加工場だけでなく、販売も含めたISO9001:2008[☆2]の認証を取得しました。

久代 昨年、マルハニチロ畜産の工場を回りましたが、大変清潔で衛生面や品質管理レベルの高さを強く感じました。製造だけでなく生産から販売までしっかり品質管理されていることが重要ですし、それがお客さまの安心につながっているのだと思います。

司会 そのほかのグループ会社での取り組みはいかがですか。

菊池 国内産なら無条件で安心される風潮もありますが、食品メーカーとして大事なのは、万一事故が発生した時に原因がどこにあるのか、どのルートの商品なのか、どのエリアのお客さまに届いたものなのかを瞬時に突き止めて被害を最小限に食い止めることです。マルハニチロ食品では、原料に問題があった場合、すぐに履歴が確認できるシステムを2006年度より主力商品に導入を開始し、現在拡大を進めているところです。

吉武 マルハニチロ水産の増養殖事業部は、稚魚から成魚までをトレースできる仕組みとして、2009年に養殖ブリ、2010年3月には養殖クロマグロで生産情報公開養殖魚のJAS認定を取得しました。

久代 国内自給率のアップや地産地消などが話題になっていますが、現実問題として日本の豊かな食生活を支えるには国内産だけでは限界があります。中国をはじめとする海外生産にも頼らざるを得ない状況において、海外生産品の安全性についてグループとして積極的にアピールしていく必要があります。

菊池 中国ではCCS(キャリアコントロールシステム)という品質管理システムを導入し、農薬の管理記録だけでなく、専用農場の立地条件から栽培・加工・包装・出荷まで徹底した履歴管理ができています。この品質管理システムをお客さまに理解していただくために、ホームページなどを活用してさらに情報提供を行い、グローバルな観点で食料を考える土壌を作っていくべきですね。

かけがえのない「健康」をサポート

司会 マルハニチロ食品のソフト食[☆3]はどのような経緯で生まれたのですか。

大和田 医療現場ではミキサー食や流動食などQOL(クオリティオブライフ)[☆4]の面で悩んでいる方も多かったようです。ソフト食は、そんな病院給食ルートで提供されている介護食の問題点を解決するために開発されました。食べやすさだけでなく、色味や形などの見た目にも配慮し、通常食と変わらないメニューの提供をできることが特徴です。おいしく食事をしていただきたいという想いが伝わり、患者さんだけでなく現場の方からも高い評価をいただいています。また、2010年4月には在宅介護を受けている方にもソフト食を提供するために「メディケア食品」という新しいブランドを立ち上げました。家庭でソフト食を食べられる環境ができたことで、介護を受ける方だけでなく、介護する方の負担の軽減にもつながると考えています。

久代 人間はいくつになっても、おいしく食事を摂ることによる充足感には失いませんね。少子高齢社会が進むことは明白です。マルハニチログループがソフト食を提供することで、多くの方においしい食事の場を持っていただくことは社会的にも大変重要な仕事だと思います。

大和田 高齢者だけではなく、生まれた時から障がいを持っている方や、病気や怪我の後遺症で口腔機能が低下している方など、広い意味でのユニバーサルデザインフード[☆5]の取り組みとして考えていきたいと思っています。



お客さまに本物と認められる商品に
仕上げていくことを目指すべきです。

菊池英夫 [Kikuchi Hideo]
(株)マルハニチロホールディングス
CSR・品質保証部長

吉武 アレルギーが原因で食べたいものを食べることができない子どももいますよね。

大和田 今後、特別用途食品などメディケア食品として踏み込んでいくための研究開発にも取り組んでいく予定です。

司会 ビジネスと社会貢献がうまくマッチングしたビジネスモデルですね。

大和田 今後は費用や施設不足などの理由から患者さんが在宅医療に移行し、セルフメディケーション[☆6]の時代になってくるでしょう。社会問題が大きいほどビジネスチャンスも生まれるのではないのでしょうか。

菊池 介護食もそうですが、生涯健康プログラムとして中央研究所を中心に検討しています。自分の健康は自分で管理しなければなりません。そのなかで商品ではなくどう食生活の提案ができるか、QOLを引き上げる道筋をつけていければと思います。

久代 食育にはもっと積極的に取り組むべきだと考えます。われわれの使命として食の大事さを伝えていくことは重要な仕事だからです。

吉武 食事も一人で食べるとおいしくないですね。3月に実施したグループ理念に関するアンケートでも、家族が安心して食べられる、あるいは家族の団欒がキーワードの一つでした。「おいしいあわせ」がスローガンにありますが、それを見据えた形で仕事をしていくのがあるべき姿ですね。

久代 本報告書の表紙には「おいしいあわせ」をテーマにした絵を掲載しています。他社にはないマルハニチログループらしさが出ていいと思います。

「本物」と感じてもらえる
ブランドを目指して

大和田耕司 [Owada Koji]
(株)マルハニチロ食品 業務用食品部
販売促進課長



司会 最後に「本物」についてですが、皆さんは本物という言葉にどのような想いを持っていますか。

吉武 魚の場合、天然ものが存在するため、養殖ものはどうしてもイミテーションととらえられがちです。たとえば「本物のブリとは」と尋ね

本物という考えには、
おいしさというキーワードも重要だと思います。

吉武政広 [Yosbitake Masabiro]
(株)マルハニチロ水産 増養殖事業部
鮮魚販売課 課長役



本物

[特集 1]
p8→p13

誠実

健康

[特集 3]
p20→p25

広い意味でのユニバーサル
デザインフードの取り組み
として考えていきたい。

☆1—牛トレサビリティ法(p3:1段目 16行目)
「牛の個体識別のための情報の管理および伝達に関する特別処置法」

牛肉の安全性に対する信頼確保やBSEのまん延防止処置の適確な実施などを目的として、牛の個体識別のための情報の管理と伝達に関する特別処置法。

☆2—ISO9001:2008(p3:1段目 30行目)
世界標準規格の品質マネジメントシステム。製品(サービスを含む)を顧客へ提供する上で関連するさまざま

な要素(購買・資源・製造・作業者など)を管理する仕組み。

☆3—ソフト食(p3:3段目 2行目)
食べ物の形状があり、やわらかく、嚥下しやすい食事。(ミキサー食の前段階)

☆4—QOL(クオリティオブライフ)(p3:3段目 6行目)
Quality of Life=生活の質

☆5—ユニバーサルデザインフード(p3:3段目 38行目)
日常の食事から介護食まで幅広くお使いいただける、食べやすさに配慮した食品。

☆6—セルフメディケーション(p4:1段目 13行目)
世界保健機構(WHO)による定義では「自分自身の健康に責任をもち、軽度な身体の不調は自分で手当すること」とされる。

たとき、氷見のブリと答える方がいらっしやるでしょう。しかし、同じ質問を牛肉や米について尋ねれば、松坂牛やこしひかりなど人為的に生産したものがあげられます。社内アンケート調査でも「本物とは何か」という問いに対し、嘘・偽りが無い、品質と履歴管理であるという意見が半数を占めました。このことから、徹底した品質管理のもとでおいしさを追求して育てた養殖魚は本物だと実感しました。また、家族で天然ものと養殖もののブリを食べ比べたところ、脂のりがよい養殖もののほうがおいしいとの評価でした。本物という考えには、おいしさとい

池田篤史 [Ikeda Atsushi]
(株)マルハニチロ畜産 事業一部
副部長



安心

[特集2]
p14→p19

産地との協働による
資源循環型生産を
目指した仕組みづくり
を行っています。

ものづくりは
誠実にやるべき
ものです。

うキーワードも重要だと思います。

菊池 日本では脂がのっている肉や魚が好まれる傾向がありますが、この嗜好は日本人特有のものなのでしょうか。

池田 日本でBSE問題が起こった時期に、日本の牛肉消費量が大きく減ったため、従来日本向けに輸出されていた穀物肥育の牛肉の流通がオーストラリア国内ではじまりました。それまでオーストラリアでは、脂は健康によくないといった理由で敬遠されていましたが、そのおいしさが認められ、今では一般的になってきています。

久代 食に対するこだわりが一番強いのは日本人なのではないでしょうか。

菊池 日本ほど外食店舗数が多い国はなく特異な存在でしょう。私は食品そのものではなく、お客さまに永く愛され、のちに語られる商品こそが本物といえると思います。お客さまに本物と認められる商品に仕上げていくことが目指すべきところだと私たちは考えています。

大和田 マルハニチロブランドのついた商品が本物であると消費者の皆さまに感じていただき、ブラン



久代敏男 [Kushiro Toshio]
(株)マルハニチロホールディングス
代表取締役社長

ドがさらに育っていくことが理想的ですね。

菊池 永い期間愛される商品には歴史的な背景や、企業の想い、その商品に対する努力や苦勞がたくさん含まれています。そういったことをすべて網羅してこそ本物といえるのでしょうか。

久代 お客さまの期待を裏切るようなことは絶対にあってはならないことです。誠実かつ真摯な態度で商品をご提供することが大切です。2010年に「あけぼのさけ缶」は100周年を迎えますが、消費者の皆さまからご支持いただいているからこそ、100年という永い期間愛され続けていただけたのだと思います。これはまさに本物といえるのではないのでしょうか。

菊池 さけ缶は価格の問題から原料見直しなどの議論もありましたが、旬の時期に詰めたシーズンパックのおいしさに注力したことで、ここまで愛されてきているのでしょうか。

久代 「月花さば缶」についても同様のことがいえます。ものづくりは誠実にやるべきものです。

吉武 価格を抑えるという課題は避けて通れませんが、そういった課題をクリアしながら「本物」を追い求めていきたいと思っています。

MESSAGE

従業員に向けてメッセージ

従業員満足度調査の結果では、グループ理念があまり浸透していないという結果が出ましたが、この問題については持続的に従業員の方々に認知してもらう必要があると感じています。企業経営は透明性が高く、公明正大でなければなりません。愚直

に、誠実に、真摯にものづくりや販売に取り組む企業であると社会から認めていただくことで、マルハニチロとしての存在感・信頼感が生まれます。従業員の方々にはそのような精神のもと、日々邁進していただきたいと思っています。

世界に美味しいあ

本当においしいものに出会ったときに、人は心の底からしあわせだと感じる。
知らず知らずのうちに、顔いっぱい笑顔がひろがっている。

私たちマルハニチログループは、そんな「おいしいしあわせ」を、
この地球上のすべての人々に届けたいと思っています。

ただ単に、空腹を満たすためだけの食品ではなく、
厳選された素材と心のこもった丁寧な調理・加工によって生み出される本当のおいしさ。

そして、それらが生み出す満ち足りたしあわせな世界。
マルハニチログループは食を通じて世界中に
そんな「おいしいしあわせ」をお届けします。

コーポレートガバナンス&コンプライアンス

マルハニチロホールディングスでは、コーポレートガバナンスの強化・充実に努めています。このガバナンスの基盤は役職員一人ひとりのコンプライアンス意識の浸透と徹底です。経営の健全性を確保することで、社会全般から信頼される企業を目指しています。

CSR経営

2008年度にマルハニチログループとして新たな理念が制定され、基本的な方針の策定や体制の整備も進みました。グループ全体へCSR経営推進宣言の浸透を進めるとともに、ステークホルダーの皆さまからの声を企業活動に反映し、信頼していただける企業となるためにCSR経営への取り組みを今後も継続していきます。

コーポレートガバナンス

迅速な経営の意思決定を図るとともに、取締役会、監査役のチェック機能により法令の遵守と透明性の高い経営を実現していきます。

コンプライアンス

マルハニチログループは、残念ながら過去に関税法違反、産地偽装などの事件を起こしてしまいました。これらの事件を起こしてしまった背景には、グループ内へのコンプライアンス意識を徹底できていないことが大きな要因としてあった、という反省があります。

グループ理念にある「誠実を旨とし」の意味の重さを理解し徹底するために、今後もコンプライアンス体制をより実効性の高いものにするべく努めてまいります。

コーポレートガバナンス&コンプライアンス体制およびCSR経営体制の詳細については、マルハニチロホールディングスwebサイトをご覧ください。

<http://www.maruha-nichiro.co.jp/csr/csr12000.html>

グループの社訓

- 一.企業は何よりも人にある
- 一.人は創意と進歩に生きる
- 一.業は周到に企画し果敢に実行する
- 一.誠実と公正により自から和をなす
- 一.奉仕と献身により自から利をなす

わさを

未来の
食卓の
ために!

グループ理念

私たちマルハニチログループは誠実を旨とし、本物・安心・健康な「食」の提供を通じて、人々の豊かな生活文化の創造に貢献します。

グループビジョン

マルハニチログループは、水産・食品事業をコアとした世界の食へ貢献する食品企業グループ、21世紀のエクセレントカンパニーを目指します。

マルハニチログループは、常に新しい食の世界を提案する価値創造型企業を目指します。

マルハニチログループは、経営資源の選択と集中によるグループの全体最適化を進めることで、企業価値の最大化を目指します。

座談会
マルハニチログループにとって
本物・安心・健康とはなんだろう?..... P2

グループ理念・グループビジョン・グループの社訓..... P6

本物 [特集1]本物
おいしい魚を提供する!
本物への取り組み..... P8

安心 [特集2]安心
品質から環境まで!
安心への取り組み..... P14

健康 [特集3]健康
すべての人に届けたい!
健康への取り組み..... P20

社会 — 皆さまとともに —
お客さまとともに
お客さまに信頼される商品をお届けするために..... P26

従業員とともに
しあわせを実感できる職場づくりを目指して..... P28

取引先とともに
公正透明な取引を継続したい..... P30

株主・投資家とともに
対話を大切にしたい..... P31

地域社会とともに
よき企業市民でありたい..... P32

環境 — 未来世代のために —
環境活動..... P34

CSR経営
CSR中期目標 進捗状況報告..... P38

わたしたちマルハニチログループは
国連グローバル・コンパクトを支持します!..... P39

会社概要..... P40

第三者意見／第三者意見を受けて..... P42

編集後記／環境・CSR活動の歩み ほか..... P43

本物への取り組み

おいしい魚を提供する！



魚をはじめとした水産物は無限の資源ではありません。この限りある資源を守るためにも、養殖魚はなくしてはならないものになっています。天然魚・養殖魚に関わらず、おいしい魚を提供し続けること。それがマルハニチログループの考える本物の追求です。



▲マルハニチログループ (有)奄美養魚

マルハニチロ水産が考える“本物”とは

養殖魚は天然魚の代替品というイメージを持つお客さまもいらっしゃいますが、天然魚は漁獲される時期や海域、大きさなどによって味が異なり、またおいしい旬の時期は限られています。こうした品質の安定しない天然魚よりも、年間をとおしておいしく食べることができる養殖魚の方がお客さまに嗜好されているのも事実です。

しかし、一年中おいしいといわれる養殖魚も、餌の種類や回数・飼育方法・時期・サイズ・取り上げ方法などによって品質は変わってしまいます。マルハニチロ水産の養殖事業は、天然魚よりおいしく、安心して食べられる養殖魚をベストな状態でお客さまに提供するために、管理面・安全面で日々努力を重ねています。

マルハニチロ水産では、天然魚・養殖魚を問わず、お客さまにつねにおいしい魚を届けることが本物を提供することであるという理念のもと、さまざまな取り組みを行っています。

50年以上の歴史を持つ国内養殖事業

国内における養殖事業の現状

かつて水産大国といわれた日本の漁業・養殖業の総生産量は年々減少しており、輸入水産物についても同様に減少しています。そのなかで海面の養殖は安定した生産が続いています。

また、2008年の海面養殖魚類の総生産量は26万132トンで、このうちブリ類が58%、マダイが28%と2魚種で約9割を占めています。

生産量順ではブリ(ハマチ)、マダイ、カンパチ、ギンザケ、ヒラメ、トラフグ、クロマグロ、ほかが続きます。市場に出回るブリ類の70%、マダイの80%が養殖魚であり、養殖魚は私たちの食卓には欠かせないものとなっています。(農林水産省/漁業・養殖業生産統計)

50年以上にわたる 養殖事業の歴史

国内での海面養殖は、1927年に香川県の安戸池^{あんどいけ}で行われたブリ養殖が最初といわれています。マルハニチログループでは、前身であるマルハ(大洋漁業)が1953年頃から養殖事業に着手し、50年以上の歴史があります。

また、旧大洋漁業三代目社長 中部謙吉はそれを遡ること20数年前、夏場に朝鮮半島沿岸の定置網で獲れた痩せたブリを、需要が高くな

る冬まで網のなかで飼育して大きくし、出荷することを考えました。試行錯誤しながら研究を重ね、現在の養殖に通じる発想で業績を上げました。

奄美大島は、現在では養殖クロマグロの主産地となっていますが、クロマグロを含む魚類養殖を奄美大島に最初に持ち込んだのはマルハニチログループです。

現在、マルハニチロ水産の国内養殖事業は漁場特性に合わせ、カンパチ(桜島養魚・奄美養魚)、クロマグロ(奄美養魚・熊野養魚)、ブリ(アクアファーム・桜島養魚・玄海養魚)を戦略魚種として、品質や生産性向上を追求しています。

カンパチは全国養殖生産量のうち、6割以上を鹿児島県が占めています。マルハニチロ水産では年間約4,100トンとシェア15%にもものほり、単一企業体としては全国ナンバーワンの生産量となっています。クロマグロは年間約1,100トン出荷しており、マルハニチログループの大洋イーアンドエフを含めるとシェア25%(2,700トン)にもおよびます。また、ブリについては約4,000トン生産しており、単一企業体としてはトップレベルにあります。



▲「ツナフード」



▲EP(固形飼料)

※高温高圧で成形する固形飼料で海中での飛散がほとんどなく、環境にやさしい餌

マルハニチロ水産の 養殖事業の特徴

餌への徹底したこだわり

餌となる配合飼料は、協力会社である林兼産業の製品を使用しています。

マグロには、主に日本近海で獲れた鮮度のよいサバなどを与え、さらに栄養バランスのとれたマグロ用配合飼料「ツナフード」(マルハニチロ水産との共同特許取得済)も与えています。この「ツナフード」は、マグロの生育に必要な栄養をバランスよく配合し、天然素材を特殊加工した筒状のフィルムにソーセージのように充てんしたものです。水質や海底を汚染することもなく、飼育環境にも配慮がされており、常温下での流通・保存も可能な最先端の飼料となっています。

ブリは現在、生餌を使わず100%EP*(固形飼料)による養殖が可能となってお

り、時期や用途に合わせて適切なものを選択し給餌^{きゅうじ}しています。EPを使用することにより年間を通じブリの品質が安定し、トレサビリティも明確になります。またカンパチについては、他社に先駆けてすでにEPでの養殖を実現しており、さらに完成度を高めるべく、林兼産業とともに取り組んでいます。

より一層の安心を追求

消費者の方へより安心な養殖魚をお届けするために、養殖魚のJAS規格認定取得に取り組んでいます。これは養殖魚に与えた飼料の種類や稚魚の由来、水揚げ日などの生産情報を正確に記録・保管・公表しているかを農林水産省が認可した第三者機関が認定する制度です。ブリ(アクアファーム)とクロマグロの認定を昨年に取得し、カンパチについても現在取り組み中です。

古西健二 [Konishi Kenji]
有限会社奄美養魚 所長

よりおいしい魚を 提供できるように

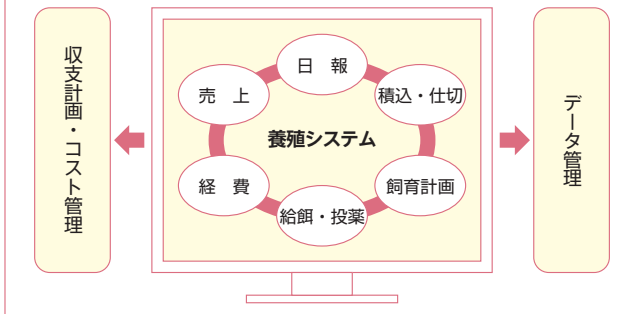


奄美大島の海は冬でも水温が20℃以下にならず生簀^{いけす}の周りにカラフルな熱帯魚が泳ぐ姿が見られ、本当に綺麗な海です。

このような恵まれた環境のなかでクロマグロとカンパチを養殖しています。日本の食料自給率低迷だけではなくグローバルな視点でとらえても、魚類養殖は非常に重要な分野だと思います。

その大きな使命感のもと、よりおいしい魚を提供できるように養殖場職員一同、毎日頑張っています。

養殖管理システム



養殖管理システムでの 一貫した生産管理

マルハニチロ水産では、養殖管理システムにより収容している魚の数・給餌の内容・回数・水温といったデータを生簀ごとに管理し、養殖魚を飼育しています。このシステムは過去の飼育データ参照や原価管理も行うことができ、これにより安定した品質と経営を実現しています。さらにマルハニチロブランドとしての品質と安全性を守るため、マルハニチロホールディングス中央研究所がさまざまなサポートを行っています。



▲中央研究所

加工時に生まれる 資源の有効活用

従来は捨てられていた頭や骨、未利用部などの加工方法を工夫し、製品化していく取り組みにより資源の有効活用を進めています。



▲海岸清掃

国産人工種苗※生産への 取り組み

カンパチ養殖は種苗を中国から輸入することにより急拡大してきましたが、安定的な確保や魚病などの面で問題を抱えているため、公共の研究機関では国産人工種苗生産の研究が進められています。マルハニチロ水産でも国産人工種苗生産の取り組みを進めており、2009年、奄美養魚では2万尾の種苗生産に成功し、今後も量産化を図っていきます。マグロについては1987年から人工孵化の研究開発を行い、人工種苗魚を親として受精卵をとり、そこから第2世代を育てるサイクルを確立する「マグロの完全養殖」に取り組んでいます。これにより今後天然資源に依存しないマグロ養殖が可能になります。

※人工種苗

天然海域から捕獲した稚魚ではなく、親魚を確保し人為的に卵から育成した稚魚のこと。

欠かせない地元との共栄

養殖事業を成功させるためには「地域社会の理解を得て、地元と一体になって事業運営すること」が欠かせません。そのため、マルハニチロ水産から各養殖子会社へ出向する社員は1人とし、地元での雇用を最優先しています。奄美養魚など歴史のある養殖子会社では親子三代にわたって働いていただいている事例もあります。

また、海岸清掃を自発的に行ったり、小中高校の職場体験学習を積極的に受け入れるなど、地域の活動にも積極的に参画しています。このように地元の既存業者や地域社会と連携を図りながら今後も共栄を目指していきます。

本物をお届けするための 2009年度の取り組み

カンパチ本来のおいしさを 提供するために

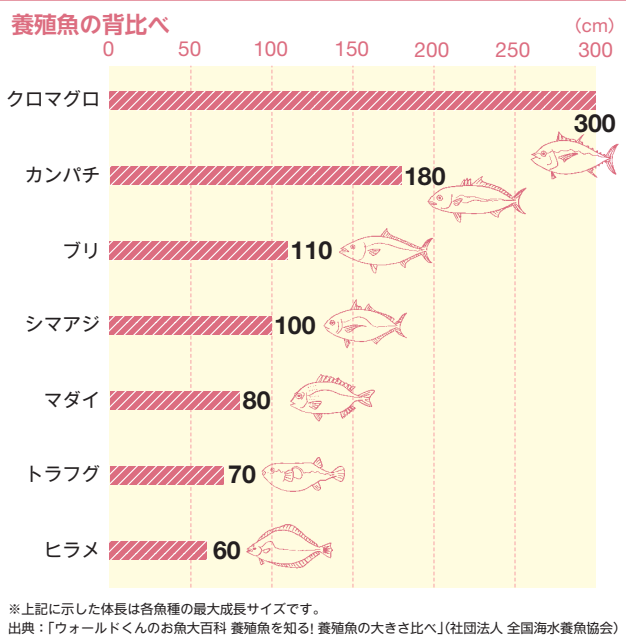
養 殖カンパチの平均出荷サイズは3.5kgから4.0kgですが、これはカンパチ本来のおいしさや食感を提供するためではありません。刺身に加工する際の見栄えのよさ、小売店の扱いやすさ、ロスの少なさなどから、このサイズのカンパチに需要が集まっています。したがって、これ以上のサイズになると価格が下がってしまいます。しかし、本来天然のカンパチは50kg以上にもなる魚であり、主産地である鹿児島島の養殖業者の間では脂がのっておいしくなるのは

新ブランド 「薩摩カンパチどん」 「極上ブリ吉」

いくら稚魚や餌にこだわっておいしい魚を育てても、市場では養殖魚と一括りにされ、生産者のこだわりはあまり評価されない現状があります。また価格についても、安定した出荷がある、お客さまの価値観と販売価格が合致する、再生産可能な利益が得られる、この3つが充足した適正価格でなければなりません。

そこでマルハニチロ水産では、市場での差別化を図り、安全・安心を求めるお客さまがおいしい魚を選択しやすいよう、適正価格で販売していくことを目的として養殖魚のブランド化を進めています。

この養殖魚のブランド化施策として、インパクトがあり、カンパチの生産地である鹿児島県をイメージする西郷隆盛にちなんだ「薩摩カンパチどん」と、ブリの主要生産地となっているアควアファームがある大分県ゆかりの人物、福沢諭吉にちなんだ「極上ブリ吉」という2つの新ブランドを立ち上げました。

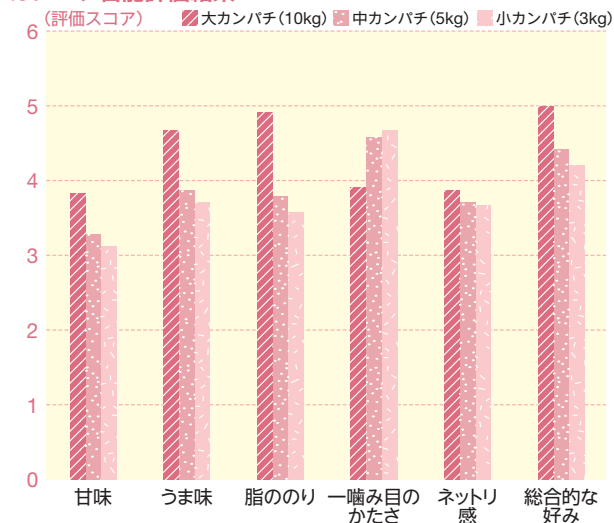


6kg以上からといわれています。養殖カンパチは大きくなれば一層おいしくなります。

マルハニチロホールディングス中央研究所が行った官能評価では、カンパチは一噛み目のかたさ以外の甘味やうま味・脂ののり・ネットリ感は、サイズが大きいほど評価が高く、特に甘みと脂ののりには有意性があるという結果が出ています。

この結果を踏まえ、今後マルハニチロ水産では鹿児島県下の漁協と協力し、大型サイズのカンパチを「キングカンパチ」としてブランド化し販売していきます。

カンパチ官能評価結果



柴原浩司 [Shibabara Kouji]
マルハニチロ水産 増養殖事業部 鮮魚販売課 課長役



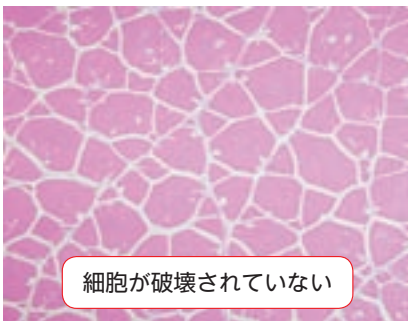
安全・安心な魚を 自らの手で届ける

「自分たちが育てた魚を、自分たちの手で販売する」。単純なことですが、養殖の世界では未開発の部分が多々あります。そのような過去を打破するのが、「薩摩カンパチどん」「極上ブリ吉」です。一貫した管理体制で育てた安全・安心な魚を、自らの手でお客さまにお届けしていきます。

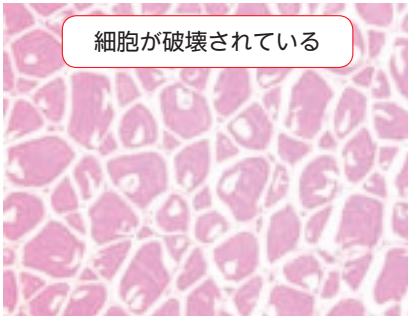


▲凍結機

▼アルコールブライン凍結



細胞が破壊されていない



細胞が破壊されている

▲エアブラスト凍結(一般的な凍結方法)

マーケットニーズに適した 多様な加工

現在養殖カンパチは、ほとんどが活魚や生き締めで出荷されていますが、マルハニチロ水産では2009年4月よりフィレ(三枚おろし)やロイン(五枚おろし)に加工し、チルドや冷凍流通での販売を進めています。

カンパチの加工はマルハニチロ水産の品質管理基準を取り入れた地元鹿児島県にある垂水市漁業協同組合魚加工場で行っています。この魚加工場は水深のある漁港に面しており、生簀を岸壁に横付けし

て活魚を水揚げできるため、非常に鮮度のよい状態で加工することが可能になっています。

また、冷凍製品にはマイナス30度で液体凍結するアルコールブライン凍結機を使用しています。この凍結機は従来の20倍の速度で凍結できるため、魚の細胞を壊すことなく味成分が細胞内に保持され、解凍しても凍結前のフレッシュな状態に戻すことができます。

市場の鮮魚担当者に「薩摩カンパチどん」の冷凍製品を解凍したものを生鮮品と食べ比べてもらった試験でも、生鮮品と変わらない評価を得ています。冷凍製品は今までラウンド(丸魚)や活魚を取り扱ったことのない問屋筋にも好評で、居酒屋チェーン向けなどに販路が広がっています。

今後は「薩摩カンパチどん」と「極上ブリ吉」をすべての商品に冠していく予定です。

新しい養殖ビジネスモデルの 構築を目指して

マルハニチロ水産の養殖事業における目標は、地元とマルハニチロがそれぞれの強みを生かした役割分担を行い、協力しながらも相場に左右されない新たな養殖ビジネスモデルを構築することです。

現在の養殖業界は残念ながら疲弊が進んでいます。餌や資材などすべてのコストが上昇しているなか、養殖業者が数年をかけて原価を積み上げる努力をして高品質な魚を育てても、デフレの影響を受けた相場で販売されるため、コストを末端価格に転嫁できず、採算割れの状況となってしまうのです。

このような状況のなかで、鹿児島県にある5つの漁協(西桜島・牛根・垂水市・鹿屋市・ねじめ)は、鹿児島県漁業協同組合連合会が2009年4月に設立した、かごしまJF販売と連携し、販売や飼料・稚魚などの購買を一元管理していくことで魚価と品質の安定化および効率的な生産体制の確立を目指し、カンパチ養殖業の再興を目指しています。

カンパチ生産量全国ナンバーワンであるマルハニチロ水産もこの動きと連携し、地域全体でカンパチ養殖の復興を図っています。この取り組みは日本全体の約65%のカンパチを養殖している桜島養魚を含む錦江湾地域において、お互いの顔が見えるなかでしかできないことです。

今後もマルハニチロ水産が得意とする加工・販売、稚魚や餌からこだわった養殖、地元との協調により、カンパチ養殖ビジネスの成功事例を積み上げていきます。そして地域と一体となり、疲弊した

日本の養殖業界を盛り上げる養殖維新を起こしていきたいと考えています。

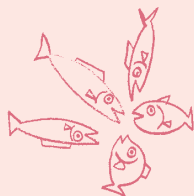
◀鹿児島カンパチ情報局とは？

カンパチのメジャー化を進めるために、かごしまJF販売と共同でホームページを立ち上げました。各漁協やマルハニチロ水産のホームページへのリンクや、カンパチに関するさまざまな情報を提供していきます。

<http://www.kagoshima-kanpachi.com/>

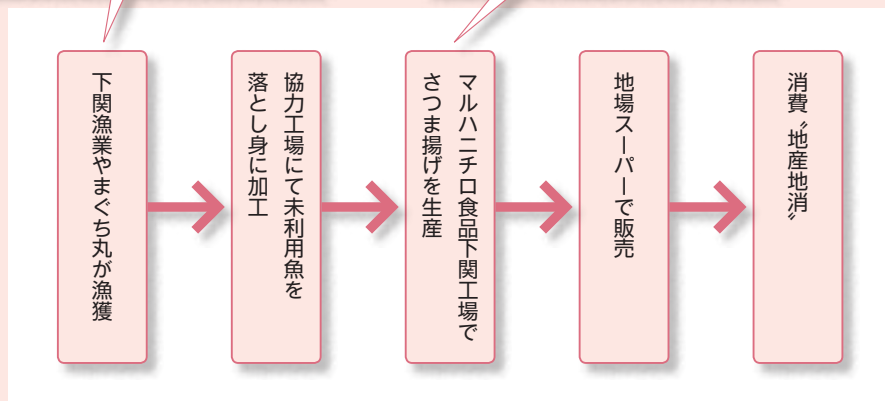


未利用魚を食卓へ



限りある水産資源を有効活用するために、市場に出回らなかつた小魚などの未利用魚を商品化して食卓へお届けする取り組みをはじめました。

大洋エーアンドエフ(株)下関漁業
 (株)マルハニチロ食品 下関工場
 (株)マルハニチロ食品 市販用食品第二部

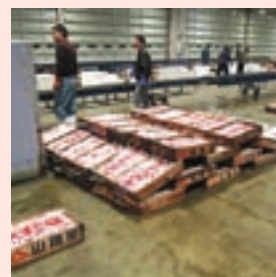


山口県下関市にある下関漁業は、大洋エーアンドエフと地元の組合や魚市場が出資し、下関地区の漁業の存続と発展を図る目的で2008年6月に設立されました。現在、2そう^{びき}1カ^{とう}統の沖合底曳網漁船^{※1}を保有しています。山口県沖および対馬周辺を中心とする漁では、たくさんの種類の魚が水揚げされます。しかし、流通の規格に合わなかったり、お客さまになじみが薄いため商品価値が低い魚は未利用魚^{※2}とされ、一部



▲※1 2そう1カ統沖合底曳網漁船

の地域のみで消費されるだけで市場に出回ることが少ないのが現状です。



▲市場での魚種別仕分け作業

そこで、今まで使われていなかったカナガシラ(ホウボウの仲間)などの未利用魚を下関市にある協力工場で落とし身^{※3}に加工し、マルハニチロ食品下関工場、この落とし身を主原料としたさつま揚げを生産し、山口県内の地場スーパーで販売する取り組みをはじめました。この取り組みは、限りある魚資源を有効利用することだけでなく、食料自給率向上につながり、地域漁業の活性化や地産地消、また地元の雇用創出にも貢献しています。

※2 未利用魚：日本の漁業生産量約440万トン(2008年)のうち約3割は未利用魚とされています。

※3 落とし身：頭、内臓除去後、身取り装置などで骨、皮を除去したものを。



品質から環境まで！ 安心への取り組み

マルハニチログループでは、お客さまの満足度向上に向けてグループ全体が一貫した品質保証システムとして機能するよう、さまざまな活動を行っています。食肉をはじめ、すべての商品の安全を徹底的に追求し、お客さまに安心をお届けするための活動をご紹介します。



半世紀の歴史を持つ 国産牛事業

マルハニチログループの国産牛事業の歴史は、ほぼ半世紀ほど前に遡ります。

1961年、旧ニチロ(日魯漁業)が北海道の札幌市と紋別市に食肉センターを開設、国産牛のと畜・加工事業を開始しました。その後も茨城県に茨城ビーフセンターを設立するなど、畜産事業部が中心となり国内販売の基盤を確立してきまし

た。北海道内の事業は1975年にニチロ畜産に継承されましたが、名寄工場および2000年に新築された十勝工場で挽き肉の原料となる牛正肉およびチューブミンチなどを生産し、国産牛肉製品のトップブランドとして認知されています。一方、旧マルハ(大洋漁業)は、1973年に関連会社として北海道帯広市に広洋牧場を設立、アンガス種※を主体とした肉用種を中心に繁殖から肥育まで肉牛の一貫生産を開始しました。その後、牛肉輸入自由化の影響により肉牛生産事業が

1961年 1973年 1975年 1995年 2000年 2003年 2005年 2008年

●日魯漁業が北海道札幌市と紋別市に食肉センターを開設(ニチロ)

●大洋漁業が北海道帯広市に広洋牧場を設立(マルハ)

●北海道内の事業をニチロ畜産に継承(ニチロ)

●北海道帯広市に北海道畜産営業所を設置(マルハ)

●名寄工場に加え、十勝工場を新築(ニチロ)

●福岡市に九州畜産営業所を開設(マルハ)

●十勝加工場を新設(マルハ)

●マルハグループとニチロの畜産事業を継承し、マルハニチロ畜産が発足

※アンガス種
北スコットランド産肉用種。
肉質がやわらかい品種。



ら撤退しましたが、1995年、販売部門として同市に北海道畜産営業所(現北海道ビーフ課)を設置、十勝地区の協力農場から牛を買付、食肉として販売する事業を立ち上げました。また、2003年に福岡県福岡市に九州畜産営業所(現九州ビーフ課)を開設、2005年には十勝加工場を新設するなど、国産牛肉事業を拡張してきました。そして2008年、マルハグループとニチ口の畜産事業を継承し、マルハニチ口畜産が発足しました。同社の事業一部およびニチ口畜産が国産

牛肉事業を担い、現在に至っています。



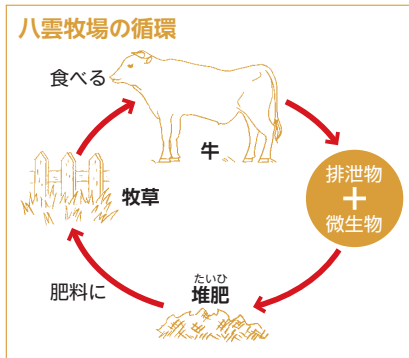
▲マルハニチ口畜産十勝加工場

安全・安心・環境配慮 に対する取り組み

資源循環型畜産業の 確立を目指して

マルハニチ口畜産の北海道ビーフ課では、輸入穀物飼料を一切使用せず、農場内で生産された飼料だけで飼育した「北里八雲牛」を扱っています。この北里八雲牛は、北里大学獣医学部・八雲牧場で育てられた肉牛で、牛肉としては国内で初めて有機畜産物※が認められ

ています。牧場敷地内は一貫肥育体制が敷かれており、牛糞を牧草地の堆肥に戻すなど資源循環型生産が進められています。この国内ではまれな環境で、健康的に飼育された北里八雲牛は、北海道ビーフ課と北里大学が連携し、都内で販売しています。お客さまからは「肉のうま味分かる牛肉」と好評を得ています。また、NPO法人環境リサイクル肉牛協議会と協力し、輸入穀物飼料のみに依存せず、農産加工品の副産物などを効果的に利用して自給率の向上を目指す環境保全・持続型の生産方法を農家に広め、その肉牛を拡販する活動も行っています。さらにニチ口畜産でも、乳牛としての役目を終えた経産牛を原料として再利用するなど、資源循環型生産への取り組みを進めています。



白井裕介 [Shirai Yusuke]
(株)マルハニチ口畜産 事業一部北海道ビーフ課

生産者とともに支える 安全・安心な牛肉



▲生産者とのパートナーシップを大切にしています

北海道といえば広大な大地に「牛」がいる風景を誰もが連想するくらい自然いっぱいの地、十勝平野の中心帯広で営業活動を行っています。牛は生き物ですから一頭一頭すべて違います。肉のつきかたや、脂肪のサシ具合、色の良し悪しなどの見極めが必要な検品業務は、毎日が経験と勉強の積み重ねです。

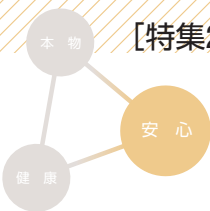
多くの生産者は、半世紀近くこの分野一本に真摯に取り組み、自分の牧場で生産した牛たちには絶対の自信を持っておられます。私たちはスーパーにさえ行けば簡単にお肉を手に入れることができます。しかし、生産者の方たちは生き物を相手にしているので、日々の餌やり、し尿処理など、365日休みなく働いています。

そのような生産者の一人がおっしゃった一言が私の心に残っています。「俺は自分の子供、家族になんの躊躇もなく安心して食べさせられる牛を育てているんだ。」

昨今、畜産業界ではBSEの発生や産地偽装問題など、あまり明るいニュースはありませんが、自分もこの言葉の一翼を担う1人であるとの意識を忘れずに、日々皆さまに安全で安心していただける牛肉を提供していきます。

※有機畜産物

自然環境への負荷をできる限り低減して生産した飼料を食べさせ、動物用医薬品の使用を避けて飼われた家畜や家さん。



▲北里八雲牛

安心できる牛肉をお届けするために

2001年、日本国内で初めてBSE感染牛が確認されたことを受け、2003年に牛トレサビリティ法(牛の個体識別のための情報の管理および伝達に関する特別措置法)が施行されました。

牛に関する事業者課せられた義務

① 出生もしくは輸入した生きている牛すべてに個体識別番号を付け、登録する

② 個体識別番号を示す耳標を生きている牛の耳に付ける



▲牛の耳に個体識別番号

③ 牛の管理者が変わった場合には(売買、と畜)その情報を登録する

④ と畜した場合にはその牛の個体識別番号を肉に表示する



▲枝肉に個体識別番号



▲部分肉への加工

⑤ 牛肉を販売した場合には個体識別番号を表示する

この法律の目的は、おもに牛の種類(和牛、乳用牛など)・管理履歴(生産者・産地・肥育地・と畜場所など)の情報を消費者に正確かつ迅速に開示することにあります。マルハニチロ畜産・ニチロ畜産は、ともにこの牛トレサビリティ法に特化した生産・加工・販売システムを開

発・運用し、牛の個体情報の履歴追跡を確実にを行っています。

また、マルハニチロ畜産の十勝加工場および北海道ビーフ課は2009年にISO9001:2000の認証を受け、2010年3月にISO9001:2008へ移行しました。この経営ツールを活用して合理的な事業運営を行い、製品の品質保証に加え、お客さまの満足度向上を目指しています。

安全と品質の徹底した管理

北海道に位置するマルハニチロ畜産の十勝加工場およびニチロ畜産十勝工場・名寄工場では、肉牛を脱骨・解体・部分肉に加工しています。加工された部分肉については、金属探知機ならびにエックス線検査器の二重のチェックを受けるなど、徹底した安全管理のもと出荷されています。



▲解体作業

また、マルハニチロ畜産では、1997年から肉用牛に肥育する仔牛をオーストラリアから輸入する事業を行っています

さらなる安全・安心の提供を目指して

マルハニチログループでは、すべての商品においてお客さまに安全・安心を提供するために、さまざまな取り組みを行っています。

商品の品質保持と向上のための取り組み

事業所監査

マルハニチログループの内部監査規定に則り、年間計画を作成したうえで品質における監査を実施しています。品質に関する専門知識を持った社員が国内外を問わず現地へ赴き、法令違反や商品回収を未然に防ぐために設備や記録文書、管理体制に至るまで監査を行っています。また、監査で指摘された事項は明確にし、期限を決めて改善を図っています。

新規認定審査

2009年度から、マルハニチロホールディングスCSR・品質保証部にて製造工場の審査を実施し、審査基準を満たさない工場とは取引を認めない規定としました。加工食品より対応を開始し、順次審査対象を拡大しています。

また、品質保証体制の一層の強化を図るために、基準の見直しをマルハニチロホールディングス・マルハニチロ食品・マルハニチロ水産・マルハニチロ畜産の品質管理部門担当者が協働して行い、2010年4月から新基準の運用を開始しています。

(事業開始当時はマルハ)。輸入される仔牛は、病気にかかるリスクが少ないオーストラリアの特定農場で生後10～12ヵ月まで健康的に育てられ、2回の検疫検査を受けた後、日本に向けて出荷されます。

日本での輸入手続きの後、契約農場に売却され、おから・焼酎粕など食品副産物の発酵飼料や非遺伝子組み換え穀物などを飼料に、16～18ヵ月間肥育されます。その後、九州ビーフ課と同敷地内にある食肉市場でと畜、肉質を吟味した後に部分肉に加工され、関東地区を中心に販売されています。

肉牛は枝肉(内臓・血液・蹄・頭などを除去した状態)でも200～500kgほどあり、枝肉重量の面からも加工時には従業員の安全管理に十分な注意を払っています。

このようにマルハニチロ畜産では、各プロセスにおいてお客さま、そして従業員のために安全と品質の徹底した管理を行っています。

門垣仁和 [Kadogaki Masakazu]
(株)マルハニチロホールディングス
CSR・品質保証部 環境品質マネジメント課
マネジメント推進チーム 課長代理

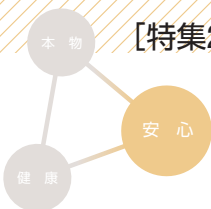
マルハニチロブランドの安全・安心を守る



▲工場審査の様子

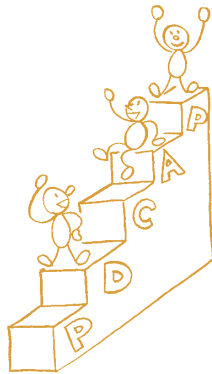
私はマルハニチロ商品の製造を新たに開始する工場に対して、マルハニチロの品質基準を満たしているか製造現場や書類の審査を行ったり、マルハニチログループ社員を対象とした品質に関する研修会の講師を担当するなど、マルハニチログループ品質保証体制の維持および底上げに関する業務に取り組んでいます。

私が10年前に入社した時、最初に配属された工場では、「①安全、②品質、③コスト」の優先順位を大事にする考え方を心と体に深く叩き込まれました。私の息子がマルハニチロの商品を笑顔で食べている姿を見るたび、「今までやってきたことは間違っていない!」と確信します。お客さまにとって最も重要な安全、品質を優先した考え方は、マルハニチロブランドに反映され、未来を託されている子どもたちを含め、お客さまに自信を持って商品を提供できるものと信じて、これからも業務に取り組んでいきます。



品質PDCA活動

品質向上を目指したテーマを毎年設定し、品質における年間改善活動を継続的に行っています。活動対象となる事業所では、改善計画を立案(Plan)・実行(Do)・評価(Check)し、その評価結果をもとに改善(Action)を実施して次の計画に生かしています。この取り組みは商品の品質向上のために絶やすことのできない大切な活動です。



ISO・HACCP認証取得に向けて

マルハニチログループでは、グループ全体でISOおよびHACCPの取得を進めています。また、取得していない事業部署やグループ会社でも品質PDCA活動を実施し、運用と監視を行っています。これまでにISOおよびHACCPの認証を取得した事業所は、2010年4月1日現在で国内57拠点、海外11拠点となっています。

2009年度認定取得事業所一覧

規格	事業所名	取得年月日
ISO22000	アクリフーズ 夕張工場	2010.2.2
ISO14001	ニチロサンパック 恵庭工場	2009.6.5
ISO9001	マルハニチロ畜産 事業一部 北海道ビーフ課(販売)	2009.4.27
ISO9001	マルハニチロ畜産 事業一部 十勝加工工場(加工)	2009.4.27
ISO9001	ニチロ十勝食品	2009.4.10
HACCP	築地フレッシュ丸都	2009.7.14

品質に関する教育の実施

お客さまが安心できる商品をお届けするためには、商品を取り扱う社員が専門的な知識を持つことは大切なことであり、同時にマルハニチログループにとっての強みにもなります。そこでマルハニチログループでは、定期的に法令や表示、商



▲研修の様子

品特有の知識を身につけるため、社員の習熟度別にさまざまな研修を行っています。2009年度には生産委託先の方も含め、延べ約760名の方が研修を受講し、知識の習得を図りました。

分析検査管理手法の構築・精度の向上

ISO/IEC17025※認定を取得している分析検査室では、マルハニチログループ内の分析検査業務の精度管理向上と標準化を推進しています。

マルハニチログループ内検査室で扱う試験情報の共有化、ISO要求事項にもとづく精度管理・承認ルート管理を行うため

のツールとして、分析検査管理システム(e-labonet)の導入をはじめました。今後は、グループ内に広く展開していく予定です。

※ISO/IEC17025とは?

試験所および校正機関の能力を高めるための国際規格。

システム管理上の要求事項のほか、精度管理に関する技術的要求事項(試験結果の品質)も審査の対象となる取得難度の高い規格です。

リスクマネジメントへの取り組み

マルハニチログループでは、リスクを未然に防止することが重要であると考え、マルハニチロホールディングス内にリスク対応に関する専門チームを設け、リスクマネジメントを推進する体制の整備を進めています。また、緊急事態発生時の影響を最小限にするために、2009年度より、直下型大地震や強毒性新型インフルエンザなどのクライシス発生に備えて事業継続計画(BCP)※作成に着手しました。クライシス発生時においても、事業を中断することのない体制を構築し、万が一のことがあってもお客さまにご迷惑をおかけすることがないように、短時間での事業再開を目指します。

また2009年に導入した安否確認システム※については、訓練を定期的実施するとともに、マルハニチログループ各社にも広げていくなど、防災体制も強化していきます。

※事業継続計画(BCP)(Business Continuity Plan)とは?

災害や事故などの緊急事態発生時に、経営資源への影響を最小限にとどめるため、重要事業を中断させないこと。万が一事業活動が中断された場合も可能な限り短時間で再開させるため、事前に策定される行動計画。(人命安全や建物などの資産保全に主眼を置いた従来の防災計画とは異なる。)

※安否確認システムとは?

災害発生時に、従業員が自らの安否を電話やインターネットを使って専用サーバー上に登録する機能や、あらかじめ専用サーバーに登録した連絡先に、電話や電子メールを発して安否確認をするシステム。

目指すのはグローバルスケール

海外での品質管理の取り組み

マルハニチログループでは原料の調達から加工・販売に至るまで、世界の各地に拠点があります。なかでも中国・タイを中心とするアジア圏には加工拠点多くあり、付加価値の高い商品づくりをしています。マルハニチログループの品質管理基準を遵守し、商品の品質を徹底管理しています。



テイマンゲン
鄭萬源 [Zheng Wan Yuan]
浙江興業集団 有限公司
品質管理部 部長



当社は15の部門と5つの子会社で水産・食品加工およびその関連事業を行っています。そのうちの4つの主要食品加工工場でマルハニチロ向け製品を生産してい



▲高い衛生レベルを維持した生産ライン

ます。イカ製品・すり身/練り製品・骨なしを含む魚の切り身製品・粉付け製品などが主体です。2007年には会社全体としてISO9001の認証を受け、その規格に則り日々さらに徹底した品質管理を追求しています。

工場入室時の手順(手洗い消毒・白衣・帽子・手袋の着用・毛髪/塵の排除)・副資材の受け入れ・保管管理、製品規格書・金属探知機の操作/確認・製品出荷検査・微生物検査のサンプリング基準など、それまで各々の工場間でバラツキがあった管理手法の全社統一化もその一環です。毎週、品質管理部が主体となって各工場の品質管理責任者および担当者を一室に集め、週報データと現場確認で発見された問題点を分析し改善策を協議したうえで各工場に水平展開を行い、再発防止に努める活動も行っています。今後も、自信を持ってお客さまに安全・安心を提供できる製品づくりに邁進いたします。

健康への取り組み

すべての人に届けたい！



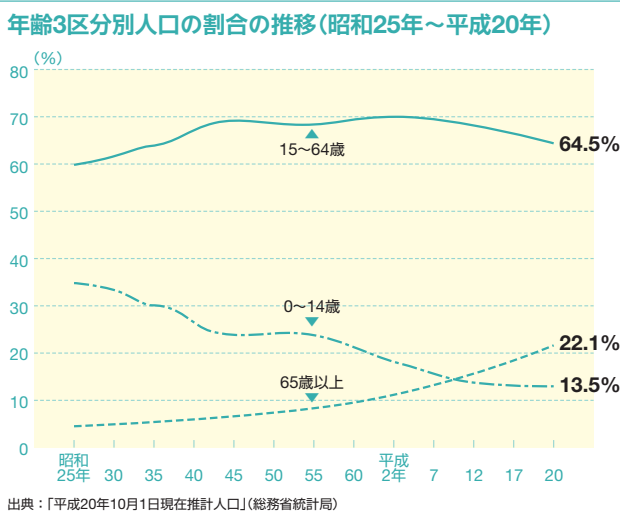
健康で食事をおいしく食べられる人、何らかの疾病や障がいを持って食事をおいしく摂れない人。社会にはさまざまな方がいます。また、超高齢化も進むなかで食を通じて社会貢献するためには「高齢者や各種障がいを抱えた方の食事はどうかあるべきか？」を企業として真剣に考え、取り組む時期に来ているのではないのでしょうか。



医療・介護の現状が生んだユニバーサルデザインフード

マルハニチロ食品の介護食品参入の経緯

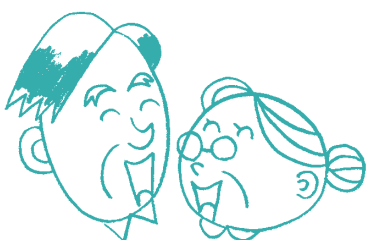
マルハニチロ食品では、2005年よりユニバーサルデザインフードの販売を開始しました。このユニバーサルデザインフード参入の経緯は、2000年に病院給食ルートからの要望で開発した、完全に骨を除去した「骨なし切身魚」の発売に遡ります。商品販売のため病院や介護施設との商談の機会も増えるなか、食べやすい切り身が現場では咀嚼（そじやく）（噛むこと）・嚥下（えんげ）（飲み込むこと）障がいの方を対象にさらに細かく刻まれ、ミキサーをかけた状態で提供されている事実と直面しました。本来、食事はおいしいもの、楽しいものという考え方を真っ向から否定するような状況だったのです。また同様に病院・施設の現場で食事を提供している方々もこのジレンマに苦しんでいました。この状況を何とかしなくてはと考えていた委託給食業者とマルハニチロ食品の意見が一致し「ソフト食」の商品開発が大きく動き出したのです。





咀嚼・嚥下障がいと問題点

高齢により身体機能の低下が見られる方や脳卒中の後遺症を持つ患者さんは、健康な人なら何げなく行う運動が困難になります。咀嚼や嚥下も健康な人であれば特に意識せずにできるのですが、脳や摂食・嚥下器官に障がいがあると、食べようとしない、上手に食べられない、飲み込めないといったさまざまな障がいが出てきます。摂食・嚥下障がいを持つ人は口から自力で栄養を摂取することができないのです。この問題を解決する方法として、チューブを使って栄養物を食道や胃に流し込む方法が開発されています。しかし、この方法は患者さんのQOL (Quality of Life=生活の質)を低下させると指摘されています。そこで食べ物の物性(かたさ・粘度)や食べ方を工夫し、食べる訓練をすることで、



食べる機能の回復を図る試みが注目されていますが、人手がかかるため必ずしもすぐに実践できるわけではありません。

ユニバーサルデザインフードとは

ユニバーサルデザインフードとは、日常の食事から介護食まで幅広くお使いいただける、食べやすさに配慮した食品です。日本介護食品協議会では、利用者が選択する際の目安として、食べ物の物性に応じ4段階に区分しています。

ユニバーサルデザインフード区分表(UDF区分表)

UDF区分	1 容易に噛める	2 歯くきでつぶせる	3 舌でつぶせる	4 噛まなくてよい
噛む力の目安	かたいものや大きいものはやや食べづらい	かたいものや大きいものは食べづらい	細かくてやわらかければ食べられる	固形物は小さくても食べづらい
飲み込む力の目安	普通に飲み込める	ものによっては飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらい
かたさの目安	ごはん	ごはん～やわらかごはん	やわらかごはん～全がゆ	全がゆ
	さかな	焼き魚	煮魚	魚のほくし煮(とろみあんかけ)
	たまご	厚焼き卵	だし巻き卵	スクランブルエッグ

(日本介護食品協議会)

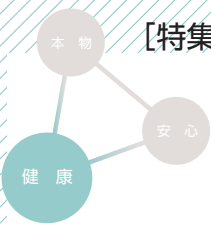
田島正人 [Tajima Masato]
(株)マルハニチロ食品
執行役員 業務用食品部長



介護食品を通じたCSR活動を考える

企業のCSR活動は社会的な問題に対し、企業活動を通じて解決することも大きなテーマであると考えます。

現在、日本は超高齢社会(人口に占める65歳以上の割合が21%以上)となり、「介護」はわれわれにとっても身近な問題となっています。在宅介護家族の方々へ「メディケア食品」を通じ食提案の活動を継続することで、介護負担の軽減と、さらには被介護者の「QOL」の改善に貢献できることも、マルハニチロのCSR活動の一環であると考えています。



マルハニチロ食品のユニバーサルデザインフードへの取り組み

現在、マルハニチロ食品のユニバーサルデザインフードは業務用(病院・介護施設)向けの「やさしい素材」「素材deソフト」「やさしいおかず」の3シリーズを展開しています。



▲さわらのサフラン煮込み



▲やさしいおかずシリーズ(ポークムースカツ)



▲野菜の炊き合わせ



▲素材deソフトシリーズ(さば)

さば・さわら・ホキ・スケトウダラ・イカの5品で構成された「素材deソフト」シリーズは、魚の切り身そのものをマルハニチロ食品独自の製法でやわらかくし、物性をUDF区分2(歯ぐきでつ

ぶせるやわらかさ)に仕上げています。魚本来の形態を維持していますので、風味・見た目も素材そのままです。

これに加え2010年4月からソフトな揚げ物(とんかつ風・チキン唐揚げ風)の2品をラインアップして「やさしいおかず」シリーズを新たに発売しました。高齢者の方を対象とした食に関する調査では、食べたいおかずとして揚げ物が上位に入っています。高齢者が揚げ物と思う方もいらっしゃいますが、意外にも天ぷら・フライ・唐揚げなどを日頃から食べたいと思う高齢者の方は多いのです。



▲常食



▲きざみ食



▲極きざみ食



▲とんかつの卵とじ

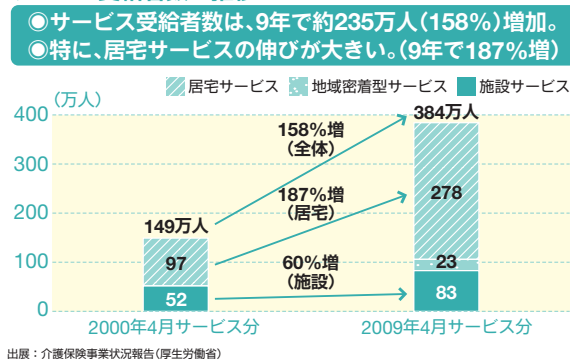
マルハニチロ食品では、病院・施設に対してこれらユニバーサルデザインフードの商品提案を行っています。また、これと併行して管理栄養士をはじめとする専門ワーカーに対して、導入方法や導入事例などをプレゼンテーションすることにより、普及・啓蒙活動にも取り組んでいます。

「やさしい素材」シリーズは魚7品・肉3品・野菜18品・フルーツ2品で構成され、食品素材(魚・肉・野菜)をムース状・ゼリー状に加工し、それぞれの物性をユニバーサルデザインフード(UDF)区分3(舌でつぶせるやわらかさ)に統一しています。通常メニューの材料をこの商品に置き換えれば、それ自体がソフト食メニューとなる設計となっています。たとえば、通常食のカレーライスがあるとすれば、カレーの具材である肉・じゃがいも・にんじんを、「やさしい素材」シリーズのポーク・温野菜(じゃがいも・にんじん)に置き換えればソフト食版カレーができあがるというものです。

「食のバリアフリー化」への貢献

介護を必要としている要介護認定人口は全国に約470万人。そのなかで介護施設などでサービスを受給している割合は全体の30%になります。マルハニチロ食品の介護食は、この30%のマーケットに業務用として展開しています。しかし、残り70%の在宅介護のマーケットではソフト食の供給が展開されていませんでした。そこで2009年4月より在宅介護マーケット参入を目的とするプロジェクトをスタートさせ、さまざまな角度からマーケティングを行ったうえで、2010年4月に新ブランド「メディケア食品」からUDF区分3の在宅介護向けユニバーサルデザインフード「簡単!おいしく!やわらか食」シリーズ全20品を発売しました。このシリーズは電子レンジもしくは流水解凍で簡単に調理することができるなど、食事の介護をされる方に優しい(介護負担軽減)商品設計になっています。メニューパターンも主菜と副菜で64通りの組み合わせが可能で、毎日家庭で簡単にソフト食を提供することができ、食べられる方もやわらかでしっかりとした味付けの食事を摂ることができます。このようにマルハニチロ食品では、施設や家庭でソフト食を食べられる環境を創造してきました。そしてこれからも「食のバリアフリー化」へ貢献していきます。

サービス受給者数の推移



健康食品の製造販売を通じて人々の健康をサポート

水産資源を活用した健康食品の製造販売

マルハニチロ食品の化成食品事業部では、水産資源をおもな原料としてさまざまな健康食品素材を製造販売しています。現在、サメ・サケおよびイカ軟骨からコンドロイチン、サケや白身魚の皮やうろこからコラーゲンペプチド、サケ白子からDNAおよびプロタミン、サケ肉からアンセリン、マグロ・カツオ・イワシ油からDHA/EPA、そしてサメ肝油からスクワレンと数多くの素材をラインアップしています。

新たなアイケア健康食品素材・アンセリン

健康食品素材のなかでもアンセリンがサケ肉に多く含まれることに注目し、独自の製法開発により高濃度抽出することに成功しました。サケ肉から抽出されるアンセリン含有サケエキスは、すでに脂肪蓄積抑制

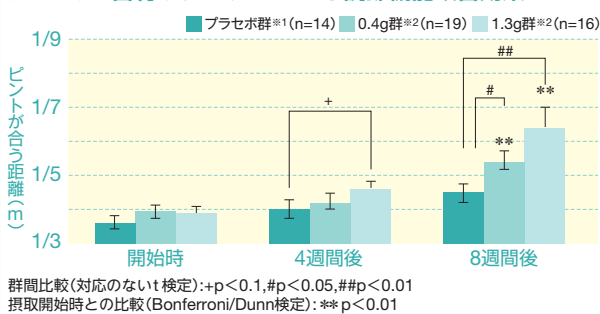


▲ポークムースかつ和風煮



▲やわらか食夕食

アンセリン含有サケエキスのピント調節機能改善効果



※1 プラセボ群(n=14): アンセリン含有エキスをまったく摂取していない群、被験者数(n)

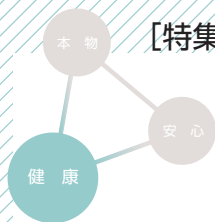
※2 0.4g群(n=19)、1.3g群(n=16): アンセリン含有サケエキスをそれぞれ1日当たり0.4gおよび1.3g摂取した群、被験者数(n)

※群間比較(群間の差が偶然起こる確率)の結果、試験開始から8週間後のプラセボ群との差が偶発的に起こりうる確率は0.4g/日摂取群で5%以下、1.3g/日摂取群で1%以下と、明確な差がありました(一般に生物学的差異がある場合、5%以下であれば統計的に有意差(明確な差)があると認められている)。

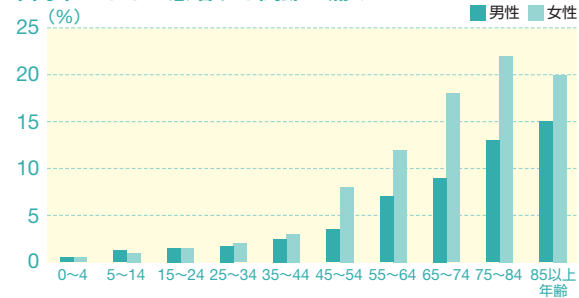
効果や抗疲労効果などがあることが明らかになっています。さらに、2009年には新たにヒト試験で目の疲労感の自覚症状軽減効果やピント調節機能を改善す

る効果があることが分かりました。これにより、現代社会で問題となっている長時間にわたるPC端末画面作業やゲーム機・TV視聴による眼精疲労、および高齢化社会により増加が見込まれる老眼の予防に対応するサプリメントの有望素材の一つとして注目されています。

今後は、すでに市場でアイケア素材として知名度が高いブルーベリーエキス・ルテイン・DHAなどの素材に替わる素材、あるいは補完する素材として販売を拡大し、一人でも多くの方にアンセリン含有サケエキスをお届けできるよう努めていきます。



中高年になると急増する関節の痛み



(手足の関節の痛み有訴者数：平成13年度国民生活基礎調査)

健康食品素材として注目される コンドロイチン

マルハニチロ食品では、1960年代から長年にわたりコンドロイチンを国内外に供給しています。現在はサメ軟骨・サケ氷頭・イカ軟骨から健康食品素材を製造販売しています。また、サメ軟骨から医薬品および化粧品素材を製造販売しています。

このうち、健康食品用素材は1980年代に発売以降、美肌効果・滋養強壮効果・関節痛に対する効果などが認められ、着実に市場規模が拡大しています。特に、近年では高齢化社会を反映して膝や腰、肩などの関節に何らかの痛みを感じる方が急増し、その対策としてコンドロイチンを含有する健康食品が注目を集めています。マルハニチロ食品が製造する健康食品用コンドロイチンは、独自の製法からコンドロイチン以外にもコラーゲン由来のペプチドなど軟骨由来成分も豊富に含んでいます。また、そのすべてを北海道の森工場と栃木県の宇都宮工場で軟骨の原料から製造・加工しており、確かな効果と安心して使える素材として好評を得ています。

今後もさらに品質の向上を図り、これからの超高齢化社会に向けてお客さまの健康と食生活をサポートしていきたいと考えています。

香港での健康食品販売の 取り組み

海外に目を向けると、香港でも健康志向の高まりから、健康食品の市場が拡大しています。特に高所得者層にその傾向が顕著となっています。マルハニチロ食品の化成食品事業部ではパートナー企業であるスクウィンインターナショナルグループと香港およびマカオでの独占販売契約を結び、日本で製造された健康食品を長年にわたり販売してきました。香港やマカオの路面店・ドラッグストア・百貨店などでスクウィンインターナショナルグループの製品として数多く目にすることができます。

2009年には、新たにサケ白子由来のプロタミンやDNAの錠剤、魚油のペット用サプリメントの新品を発売し、今後もさらなる市場の拡大が期待されています。



▲講演会

また、2010年4月には香港の大学で、日本の著名な栄養学者をお招きしてDNAの健康栄養成分としての価値に着目した講演会を行いました。こうした取り組みが需要拡大につながればと考えています。今後は、所得水準の向上で健康食品

の安定需要が見込める中国本土や、そのほかアジアや中東の市場開拓を目指していきます。

西村和也 [Nishimura Kazunari]
(株)マルハニチロ食品
化成食品事業部 バイオ事業一課
主任(食品用コンドロイチン担当)

食品用コンドロイチンの トップブランドとして



サメ、サケやイカの軟骨から抽出するマルハニチロの食品用コンドロイチンは、豊富な品揃えだけでなく、日本で最も歴史があり、国内自社工場での徹底した品質管理のもとで製造しています。このため、安全・安心の点でも多くの健康食品メーカーや販売会社などのユーザーさまから信頼を得ています。実際にユーザーさまから「マルハニチロの製品だから」と言われることを誇りに思っています。さらに、エビデンス(科学的根拠)取得も積極的に行い、今後も食品用コンドロイチンのトップブランドとして関節痛対策の健康食品市場をリードしていきます。

ペットの年齢に合わせた食事を提供します

アイシアは、ペットや人の幸せな暮らしを創造します。

アイシア株式会社



▲「子猫のための健康缶一まぐろ」



▲「7歳からの健康缶一かつおムース」



▲「11歳からの健康缶一ささみムース」



▲「15歳からの健康缶一まぐろ」

2009年12月現在、猫の年齢別構成比は、子猫7.7%・成猫51.4%・7歳～10歳までの高齢猫18.8%・11歳～14歳までの高齢猫11.8%・15歳以上の超高齢猫7.2%となっており、7歳以上の高齢猫は飼育猫全体の37.8%を占めています(一般社団法人ペットフード協会調べ)。完全室内飼育、キャットフードの充足率の向上などを要因として飼育猫の長寿化が進んでおり、この傾向は今後も継続すると推測できます。猫は人と違って見た目では年齢が分かりにくい動物です。しかし、歳を重ねるごとに行動や体調、そして食事の量や食べ方も変わっていきます。年齢に合わせた食事を与えて愛猫の健康を守ることが、飼い主の心遣いとして大切です。アイシアではそんな飼い主と愛猫のために食事とおしてサポートできるように努めています。

「健康缶」シリーズは、愛猫それぞれの年齢における生体特徴に合わせて必要な栄養素を配合し、さらに食べやすい形状にも配慮しました。猫の健全な代謝を促進するためにビタミンB群、腸内細菌の善玉菌を増やし腸内環境を良好に保持するオリゴ糖(ラクトスクロース)を配合しています。また、愛猫の好みに合わせて商品を容易に切り替えできるよう、すべてのステージで、まぐろ・かつお・ささみの3素材を揃えています。「成長段階に合わせた食事がほしい」「カロリーが高くておいしいフードがほしい」「歯がないのでやわらかい食事を探しています」といった年齢による愛猫の変化を気遣った飼い主の皆さまからいただいた声から生まれたシリーズです。これからも皆さまの猫への愛情に応えられるよう、よりよい商品をお届けします。

猫の年齢別生体特徴一覧

成長期 7歳～

人間換算：44歳～



- 一般的に生体特徴及び年齢に合わせた食事方法
- 外見的变化は見られませんが、一般的に7歳からの猫は行動範囲が狭くなり、運動量が低下する傾向があります。
- そのため、食生活からも肥満への配慮が必要となります。
- また、腸内維持のために良質なたんぱく質を含む食事を与えることをお勧めします。

高齢期 11歳～

人間換算：60歳～



- 一般的に生体特徴及び年齢に合わせた食事方法
- 11歳頃を境に外見的变化が見られ始めます。
- 基礎代謝量が低下し、消化吸収力や食事量が減るため、体重が減少する傾向が見られます。
- そのため、少ない食事量でも健康に過ごせるよう、エネルギー密度の高い(高カロリー)食事を与える必要があります。

超高齢期 15歳～

人間換算：76歳～



- 一般的に生体特徴及び年齢に合わせた食事方法
- 15歳頃になると著しく運動量が低下し、じっとして過ごす時間が増え始めます。
- 11歳頃よりも基礎代謝や消化吸収力、食事量がより減少する傾向となります。
- そのため、11歳の頃よりもエネルギー密度の高い(高カロリー)食事を与える必要があります。
- また、口腔内のトラブルにより、固いモノなどを食べることを避ける場合もあります。

—皆さまとともに—

社会



お客さま、従業員、お取引先、株主・投資家、そして地域社会。それぞれのステークホルダーとマルハニチログループとの関わりについて、2009年度のおもな取り組みをご報告します。

お客さまとともに

お客さまに信頼される商品をお届けするために

マルハニチログループは、魅力的な商品とお客さまに満足いただけるサービスの創造を目指しています。そのために品質保証方針に則った活動目標を定め、さまざまな取り組みを行っています。

マルハニチログループの品質保証体制について

マルハニチログループは、品質保証方針を実現するために、マルハニチロホールディングス経営会議をトップとする品質保証体制を整えています。この品質保証体制のなかで、グループ方針や目標の策定を指示伝達、結果についての検証と情報の共有、リスク対応が行われます。万が一、問題が発生した場合には、お客さまの健康を損なわないことを最優先とした迅速・正確な情報統合と対応を行うために、緊急対応部会が緊急招集され、対応を協議決定し、一元的な指示のもと、的確に行動に移すシステムを構築しています。

残念ながら、2009年度は3回のマルハニチロブランド商品の回収を行いました。

お客さま、関係者の皆さまには大変ご迷惑をおかけしましたことを、深くお詫び申し上げます。

マルハニチロブランド 2009年度の商品回収事例

年月日	対象商品	対象賞味期限	回収理由
2009年 6月23日	今日のくだもの グレープフルーツ250g (カップゼリー)	賞味期限が 2009年11月19日のもの	ふたのシール不良
2010年 1月26日	ゼリーdeゼロ いちご風味190g (カップゼリー)	賞味期限が 2010年7月12日のもの	ラベルの貼り間違い
2010年 3月20日	あけほの鮭フレーク トレ入り	賞味期限が 2011年2月22日のもの	ふたの密閉不良
	あけほの ピリッ辛鮭フレーク トレ入り	賞味期限が 2011年2月23日のもの	ふたの密閉不良

《参照》

品質保証方針・活動方針・品質保証体制については、マルハニチロホールディングスwebサイトをご覧ください。

<http://www.maruha-nichiro.co.jp/csr/csr14000.html>

CS(顧客満足)向上のための取り組み

お客様の声に迅速・丁寧に対応

お客様相談室CS推進チームでは、お客さまからの苦情に対して、調査結果・再発防止対策の確認を行い、その責任の所在についての分類・判定を行っています。その件数はマルハニチロ食品・マルハニチロ水産・マルハニチロ畜産の3社を合わせて年間8,200件におよび、これらのデータはすべて、独自のシステム(CS向上システム)に記録、管理されています。そのなかでお客さまへ提出が必要な調査報告書については、精査から発行までの手続きを行っています。

お申し出(苦情・お問い合わせ)への対応は、迅速・丁寧・誠意・公平が基本原則です。この基本原則に則り、問題の早期解決を図るよう努力しています。

また、重大化(危害性・拡散性)が高いと予測される案件の早期発見を目的に、CS向上システムを活用してすべての案件に対し、つねに目を配っています。

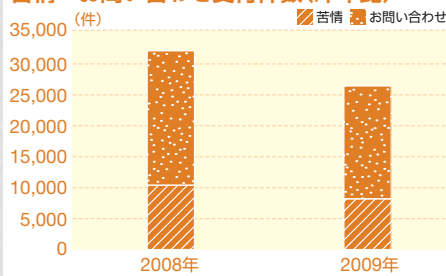
苦情案件はシステムに記録されたデータ

を週ごと・月ごとに集計し、適宜お客さまの生の声を関係部署に配信し、情報共有を図っています。2009年度はお客さまからの貴重な生の声をもとに、改善機会となる案件を関係部署に提案する活動を重点的に行い、74件(2009年4月～2010年3月)の提案を行いました。これらの活動が商品の品質向上だけでなく、お客さまの誤認や不安を解消することで、CS向上につながると考えています。

さらなるCS向上のために

2010年2月からは新たな取り組みとしてCS研修会を実施しています。研修会の目的は、苦情発生時の調査方法や報告書のまとめ方について担当者のスキル向上を図り、マルハニチログループ商品のさらなるCS向上を目指すものです。2010年度は従業員に限らず、生産委託先なども含めて3回実施する予定です。今後もCS向上のために、つねに新たな取り組みにチャレンジしていきたいと考えています。

苦情・お問い合わせ受付件数(昨年比)



園田桂二 [Sonoda Keiji]
(株)マルハニチロホールディングス
CSR・品質保証部 お客様相談室
副部長



COLUMN

お客様の声を商品に反映しました。 ～より丁寧な表示に～

電子レンジ加熱の商品に表示を追加記載しました

白身&タルタルソース・牛カルビマヨネーズ・いか天ぷら

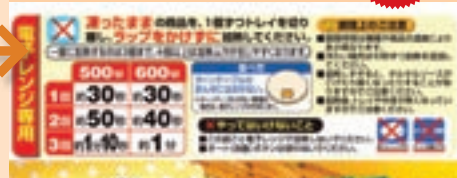
電子レンジの機種多様化にともない、表示の見直しを行っています。表示されている個数以上の商品を電子レンジ加熱する場合、商品に加熱ムラが生じやすくなるため、パッケージに表示の追加記載を順次行っています。

表示例 [白身&タルタルソース]



改善前

表示例 [白身&タルタルソース]



改善後

THANK YOU!

毎日お客さまから商品に対するお褒めの言葉や励ましの言葉が寄せられます。お客さまからの温かいメッセージをいくつかご紹介いたします。(一部抜粋)

『横浜あんかけラーメン』

「おいしいから電話したの。こういう電話ってなかなかないでしょ？ ちゃんと作ってる人たちにも伝えてよ。これからも頼むわよ」
(埼玉県/60代/女性)

『さんまみそ煮』

「温かいご飯と一緒に食べました。あまりにおいしかったので、空缶をゴミ袋から取り出してメーカーを確認しました。缶詰でこれほどおいしいと思ったのは久しぶりです。今後もおいしいものづくり、がんばってください」
(福島県/30代/男性)

『マジックカットソーセージ』

「小学生の孫が毎朝1本食べて学校へ行きます。とてもおいしいと言います。お礼を言いたくて」
(携帯/50代/女性)

従業員とともに

しあわせを実感できる職場づくりを目指して

マルハニチログループ共通の目標である“世界にうれしいしあわせ”を社会にお届けするために、従業員がしあわせを感じることができる、安心して働きやすい職場をともに作りあげていきます。



労働組合との関係

旧マルハと旧ニチロの統合後、労働組合はマルハユニオンとニチロ労働組合が並立していました。2009年度は組合統合委員会において議論を積み重ねた結果、2010年4月1日に2つの組合が結合され、マルハニチロユニオンとなりました。

マルハニチロユニオンは、組合員が自主的に組織した団体であり、雇用の確保と労働条件の維持向上・適正化、および働きがいのある職場の創造を活動領域としています。労使対等の立場を堅持しながら協議を尽くして問題解決を図るとともに、良好な労使関係を構築しています。

働きやすい職場づくり

人事制度の統一に向けて

旧マルハと旧ニチロの統合は2007年10月に実施されましたが、公正な処遇を図るためにそれぞれの人事制度の統一が急務でした。2008年度には労働条件および評価制度の統一運用がはじまっていますが、2009年度は賃金制度と合わせ、役割等級の統一を行いました。また、社宅制度の改定や海外駐在員規定の見直しも行いました。

さらにマルハニチログループの貴重な人的資源を有効に活用するため、2009年12月に労使双方から選出されたメンバーによる人事制度課題検討合同委員会を立ち上げました。そのほかにも人材育成に向けた研修制度では、さまざまなステージにおいて従業員の能力を高めるキャリア開発を行っています。



▲組合研修風景

従業員の健康管理

従業員が能力を十分発揮するためには、まず健康でなくてはなりません。マルハニチログループでは、従業員の健康増進に向けた働きかけとして、毎年全社員と配偶者を対象に健康診断を実施しています。

多様性を尊重した職場づくり

2009年9月現在の障がい者雇用率は、マルハニチロ水産2.0%、マルハニチロ食品1.67%（法定雇用率は1.8%）となっています。障がい者の自立を支援し、今後も引き続き障がい者が就業できる職場や職域の拡大を進めていくことにより、早期に法定雇用率の達成を目指します。また、育児休職制度の利用促進や女性管理職の登用など、多様性を尊重した働きがいのある職場づくりに努めていきます。

ワークライフバランスへの取り組み

一人当たりの年次有給休暇取得日数

年度	マルハニチロ水産原籍	マルハニチロ食品原籍
2005	7.1	-
2006	7.9	6.7
2007	7.2	7.2
年度	マルハニチログループ	
2008	7.6	
2009	7.8	

※マルハニチロ水産、食品、畜産、ホールディングス、マネジメントの在籍者に限る。
※マルハニチロ食品原籍の2007年度以前は旧ニチロ資料にもとづく。

ワークライフバランスの一環として年次有給休暇取得強化月間を設け、休暇を取得しやすい職場環境の形成に取り組んでいます。また、2009年度は、計画的に休暇を設定・取得することにより、業務を計画的・効率的に遂行することを狙いとし、計画的有給休暇の設定と取得への取り組みを行いました。

また、これまで旧マルハと旧ニチロの従業員は別々の健康保険に加入していましたが、2010年3月からマルハニチロ健康保険組合に一元化されました。

インターンシップ制度の活用

2005年度より学生の職業意識向上をサポートし、学生と企業の相互理解を深めることを目的としてインターンシップに取り組んでいます。2009年度は8月24日から9月4日までを期間とし、12名（マルハニチロ水産5名・マルハニチロ食品6名・マルハニチロ畜産1名）の参加がありました。学生が企業で実際に仕事を体験することは双方にメリットがあります。学生は働く意義を実感し職場を選ぶよい機会となりますし、企業としては学生が職場で働くことにより職場の活性化につながっています。

マルハニチログループ従業員満足度調査

マルハニチログループは、経営統合により職場環境が大きく変化しましたが、旧マルハと旧ニチロの融合も順調に進んでいます。マルハニチログループの社訓の一つに「企業は何よりも人にある」という言葉があります。つまり、従業員がマルハニチログループで働くことに満足しているかどうかと企業の業績は緊密な関係にあるといえます。

マルハニチログループでは、CSR中期目標の一つに従業員の満足度向上を掲げています。この取り組みの一環として、2009年7月～8月にマルハニチログループ国内主要42社を対象に従業員満足度調査を実施しました。

調査の結果、いくつかの課題が見えてきました。

仕事に対するやる気・やりがいは、個人の感じ方であり、従業員一人ひとりを取り巻く要因に影響を受けます。そのおもな要因としては下の図の6つの点が挙げられます。これらの要因について分析し、他企業との比較から概観して整理し

ワークモチベーションを取り巻く要因

領域	要因名	意味
組織と人の領域	会社関与	会社への帰属意識。会社組織や事業に意義や夢を感じる意識への反映
	会社コミュニケーション	会社と従業員間の意思疎通（トップダウン、ボトムアップ双方向）
	総合的人間関係	上司・部下・同僚など、職場の人間関係に対する全体的評価
仕事の領域	職務特性	仕事自体の性質。自己裁量、複雑さ、役割や結果のわかりやすさなど
	有能・自律・達成感	仕事から得る手応え。自分で決める、できるという感覚
労働条件の領域	処遇・労働条件	労働環境、処遇、報酬などに対する満足感

たマルハニチログループの強みと弱みは次のとおりです。

他企業と比べた場合の強みは、会社と従業員のコミュニケーションの良好さ、職場の人間関係全般への満足度の高さ、職務自律性(仕事の裁量性)の高さの3点に集約されます。なかでも突出していたのが職務自律性であり、自分で立てた仕事の計画を自らの裁量で判断し、進めることができると感じています。コミュニケーションについてはボトムアップ・コミュニケーションが良好で、会社は従業員の意見や提案をよく聞いてくれ、それが企業活動にも反映されていると感じています。人間関係については上司の指導力や上司との関係、職場の雰囲気への満足度が高くなりました。

一方、仕事に単調さを感じるなど、能力を生かせていない従業員が存在することもわかりました。

また今回の分析結果から、メッセージの内容や伝え方はもとより経営への信頼が

従業員のワークモチベーション(働く意欲)に重要な影響を与えることもわかりました。

今後はこの調査結果をもとに、従業員の満足度や働きがいを向上させる施策を検討し、マルハニチログループを支えてくださるお客さまに信頼される企業になるよう真摯に取り組んでまいります。

取引先とともに 公正透明な取引を継続したい

引き続きお取引先と切磋琢磨し適正な関係を作っていくとともに、国連グローバル・コンパクト支持、グリーン調達指針の維持・実行などにも取り組んでいきます。

公正な取引関係の構築

マルハニチログループは、法令を遵守することはいうまでもなく、公正かつ透明な取引先さまとの関係を継続していきたいと考えています。そのためには担当者一人ひとりが、法的な知識を習得するとともに、健全な取引をつねに心がけること、つまりコンプライアンスの意識をつねに持つことが肝要です。マルハニチログループでは、CSR行動基準20カ条のなかで、コンプライアンスに関する行動基準を定め、その周知徹底のために、コンプライアンスマニュアルの発行や研修

の実施、イントラネットでの啓蒙活動を行っています。

今後とも、取引先さまとの公正な取引関係の構築に継続的に取り組んでまいります。

グリーン調達指針

マルハニチログループは、購買活動要素である、品質、価格、サービスのほか環境の視点を付加したグリーン調達指針を維持・実行しています。

このグリーン調達に人権・労働などのコンプライアンスの要素を加えたCSR

調達の方針立案および実践について、2009年度も検討を重ねました。しかし、事業の実態への落とし込みの調査が不十分として、時期尚早、との結論に至りました。国連グローバル・コンパクト10原則の支持のためにも、今後さらに調査・検討を進めてまいります。

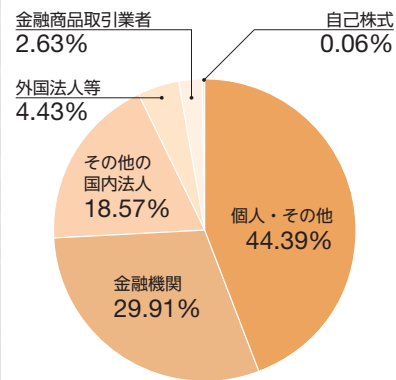
株主・投資家とともに 対話を大切にしたい

さらなる企業価値の向上に向け、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションに努めています。また情報発信のみにとどまらず、ご意見を経営判断に生かすなど市場との対話に取り組んでいます。

ディスクロージャー ポリシー(開示方針)

マルハニチロホールディングスでは株主・投資家の皆さまに対し、透明性・公平性・継続性を基本に迅速な情報提供に努めています。金融商品取引法および東京証券取引所の定める適時開示規則に準拠した情報の開示はもちろん、マルハニチロホールディングスを理解していただくために有効と思われる情報についても、タイムリーかつ積極的な開示に努めています。

所有者別株式数株式状況(普通株式)



コミュニケーション 機会の増加へ

マルハニチロホールディングスは株主総会を株主の皆さまとのコミュニケーションの場と位置付けています。第5期定時株主総会は株主総会集中日を避けて実施し、大型スクリーンに資料を映して事業報告を行うなど、より分かりやすいプレゼンテーションを行いました。また、経営計画や決算発表などは経営陣が出席するアナリスト向け説明会を開催し、情報を公開しています。



▲ 2009年に開催された第5期株主総会の様子



▲ アナリスト向け説明会の様子

マルハニチロホールディングスの企業サイトが、2009年インターネットIR・優秀企業賞(大和インベスター・リレーションズ株式会社主催)を受賞しました。今後も適切かつ迅速な情報開示を目指し、いっそうのIRサイト充実を図っていきます。



▲ マルハニチロホールディングスwebサイト

適切な利益還元

マルハニチロホールディングスでは、株主の皆さまへの適切な利益還元を経営の重要施策と位置付け、安定配当を継続的に実施していくことを基本方針としています。株主優待制度として、自信を持ってマルハニチログループ製品をお送りしています。



▲ 株主優待商品(イメージ)

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

地域社会とともに

よき企業市民でありたい

マルハニチログループは、海の恵みを中心とした食材を使って、豊かな生活文化の創造に貢献します。また、社会とのコミュニケーションを大切に、地域密着型の取り組みを行っています。

社会貢献方針の見直し

2008年度に制定したマルハニチログループの社会貢献活動方針を見直し、2010年度からは新たな方針に沿って活動を進めていきます。社会貢献活動の方針をさらに具体化し、目的を明確にすることで、マルハニチログループ全体が事業を通じて社会的課題の解決に努めていきたいと考えています。

マルハニチログループ社会貢献方針

- ① “食を通じた健康増進” および “食文化の維持と創造” を目的とした活動に取り組みます。
- ② 自然の恵みに感謝する心を養い、持続的な食料資源の確保を図るために、生物多様性を保全する活動を支援・協力します。
- ③ マルハニチロの持つ人・モノ・技術など経営資源を有効に生かせる活動を行います。
- ④ 社員がよき企業市民として社会貢献活動に積極的に取り組める風土を作ります。
- ⑤ 激甚災害発生時の支援体制の整備を進めます。



▲酪農家試食

知ってもらうために工場見学・試食会を行い、酪農家と工場との共通理念の構築に努めています。また、この密接なコミュニケーションは、双方のモチベーション維持にもつながっています。

2010年2月にはISO22000：2005（食品安全マネジメントシステム）を取得し、今後も安全・安心な商品を提供していきます。

また夕張工場では従業員244名中、夕張市民が約6割を占めるなど、地元雇用にも積極的な働きかけを行っています。

アクリフーズ 夕張工場の 取り組み

地元原料の調達

マルハニチログループのアクリフーズ夕張工場では、地元夕張市に根付いた取り組みを行っています。この夕張工場では冷凍グラタン・冷凍フライ・中華まんじゅうなどを製造していますが、これらの商品に使用している原材料の約6割は北海道産です。特に地元である空知の新鮮な生乳を使用した冷凍グラタンが生産できるのは、夕張工場の大きな強みです。

夕張工場では、安全・安心で安定した品質の生乳を入手するために酪農家と積極的に交流しています。工場長自ら定期的に酪農家を訪問する、単に酪農家から生乳を仕入れるだけでなく、生乳が原料としてどのように使用されているのかを



▲アクリフーズ夕張工場

ゆうばり国際映画祭への協賛

夕張市では桜まつり・夕張メロンまつり・紅葉まつり・ゆうばり国際映画祭などのイベントが開催されています。これらの地域行事は、夕張工場の年間スケジュールに盛り込まれ、社員全員が一体となって積極的に参画しています。特に1990年からはじまった「ゆうばり国際映画祭」は、映画関係者と観客、そして市民が交流する場として、映画文化の活性化に寄与してきました。夕張市の財政破たんによって地元や道内はもとより国内外の映画関係者から惜しまれつつ一時中止となりましたが、その後夕張市

内のNPO法人によって復活しました。

アクリフーズ夕張工場は地域との共生を目指し、映画祭開催への支援を通じて夕張市の復興に貢献していきたいとの思いから、2008年より映画祭への支援を継続しています。おもな支援の内容は、限定商品『シネガーまん』の販売および売上代金の主催者への寄付、来場者への広告宣伝活動としての広告協賛およびノベルティの無償配布、商品を来場者および映画祭スタッフに対する食材として協賛することなどです。



▲ゆうばり国際映画祭



▲シネガーまん

このような地域に密着した取り組みを続けていることが評価され、2009年にはふるさと企業大賞(総理大臣賞)を受賞しました。

研修生の受け入れによる国際貢献

夕張工場では、中国合弁企業である煙台阿克力食品や、中国のパートナーである龍大食品集団との連携により、同国から研修生の受け入れを実施しています。2007年からはじまったこの取り組みで、延べ約50名の研修生が夕張工場を巣立っています。

この取り組みは、研修生の皆さんに生産技術や品質管理の知識向上はもちろん、社員や地域社会との交流を通じて、日本語や日本文化を学ぶことで、母国での生産現場や国際交流の場において役立ててもらうことを目的としています。



▲中国から研修に来た皆さん

《参照》

社会貢献活動の詳細については、マルハニチロホールディングスwebサイトをご覧ください。



▲捌き実習

奄美養魚での取り組み

職業体験学習の受け入れ

マルハニチログループの奄美養魚では、2009年度も地元鹿児島県瀬戸内町の中学校を対象に職場体験学習を行いました。奄美養魚は毎年地元生徒の受け入れを行っており、生徒は水産資源の保全と養殖の関わりを理解するだけでなく、仕事の厳しさややりがい、生き物の命の大切さなどを学んでいます。

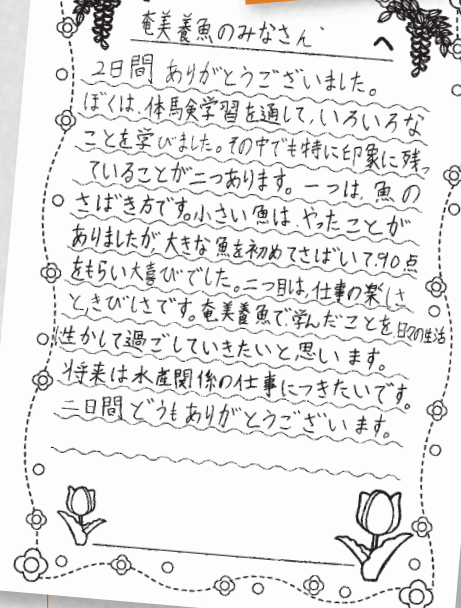
体験学習では養殖場の管理から出荷準備までの一連の作業を行い、体験学習の締めくくりには、自分で生簀から養殖魚を取り上げて捌くまで実習をします。体験

した生徒たちからは、貴重な体験ができたなど毎年多くの感謝の言葉が寄せられています。今後も地元密着し、子どもたちに魚や養殖業への理解を深めてもらいたいと考えています。

2009年度の実績

日時	学校名	人数
2009/2/3～5(3日間)	古仁屋中学校	3名
2009/5/12・13(2日間)	阿木名中学校	2名
2009/7/9・10(2日間)	油井中学校	2名

生徒からのお手紙

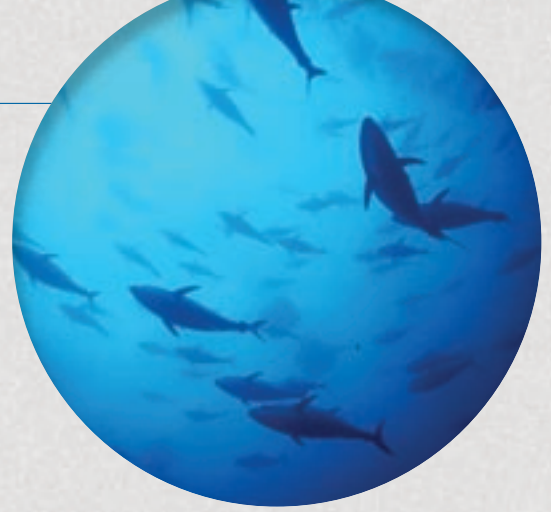


▲油井中学校1年 男子生徒より

<http://www.maruha-nichiro.co.jp/csr/csr14500.html>

—未来世代のために—

環境



未来の食卓へ食資源を提供し続けるために、マルハニチログループが継続的に行っていく環境活動とは何かを考え、未来の環境経営の基礎を構築していきます。

環境理念

私たちマルハニチログループは、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。

マルハニチログループ 環境活動エコアディション

マルハニチログループの
エコアディションとは

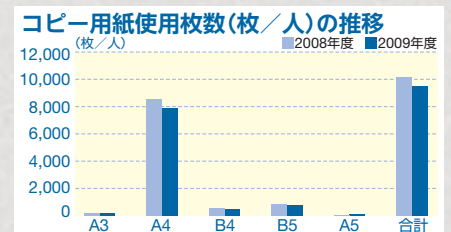
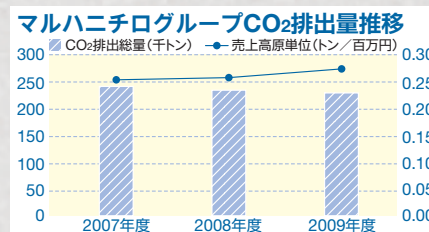
マルハニチログループでは、環境理念をもとにあらゆる事業活動に環境配慮の要素(エコ【eco】)を付加(アディション【addition】)していくエコアディション活動の展開を行っています。

これまで環境改善活動といえば、省エネや省資源などの活動を製造部門(直接部門)が行うという考えが一般的でした。しかし、エコアディションの考え方をグループ内に展開することで、営業や開発といった間接部門も業務のなかで環境のためにできることがあるはずだという意識を持ってもらい、グループ内のすべて

売上高原単位とは？

例えばCO₂排出量売上高原単位は、
CO₂排出量
売上高
のことで、
省エネルギー活動効果を測ることのできる指標です。

の部門や会社が、事業の改善活動と環境改善活動を両立した、未来の環境経営体制の基盤を作ることを目指しています。



エコアディション3つの活動

- ① エコ事業**
 事業の特性に応じた環境配慮
 目標：事業の特性に応じて“エコアディション”をする。
- ② エコ企業**
 CO₂排出量の削減
 目標：グループ全体で2010年度までにCO₂排出量を、2007年度比で3%以上削減する。(連結売上高原単位)
- ③ エコオフィス**
 コピー用紙使用量の削減
 目標：従業員一人当たりのコピー用紙購入枚数を前年度比3%以上削減する。

2009年度活動結果

- ①エコ事業展開企業**
 マルハニチロホールディングスの国内連結対象企業内、26企業に活動を展開しました。次ページ以降に、これらの取り組み事例の一部をご紹介します。
- ②エコ企業進捗状況**
 2009年度は売上高の減少が影響して、2007年度対比で7.7%の増となり、目標から乖離してしまいました。2010年度は売上高の影響を受けない総量目標も設定し、管理していきます。
- ③エコオフィス進捗状況**
 2009年度は2008年度対比で6.2%の削減となり、目標を達成しました。

食品事業の取り組み

データ集計システムの導入によるエネルギーの合理化

マルハニチロ食品広島工場では、機械設備の運転データや温度記録などを効率よく収集し、かつ分析しやすくするため、データ収集システムを導入しました。この改善により、各機器の電力・運転状況の把握や原単位管理ができるようになり、エネルギーの合理化に役立っています。また、システムの導入により、異常や変化に素早く対応できるようになり、計画的な保全が可能となったことで、突発故障の防止にもつながっています。



フライオイルの有効利用

マルハニチロ食品石巻工場では、おもにフライ冷凍食品を製造しており、製品の油ちょう(油で揚げる)工程でフライヤーを使用しています。このフライヤーからは揚げかすやフィルターが発生しており、それらに付着したフライオイルを回



▲遠心分離型脱油機

取し再利用するために、遠心分離型脱油機を導入しました。この改善により、年間約70トンのフライオイル使用量を削減できました。

容器包装の軽量化 (段ボール箱の軽量化)

マルハニチロ食品では、これまでも容器包装の軽量化に努め、既存品の容器包装の見直しや商品設計段階からの容器包装の軽量化に取り組んできました。

2009年度の事例の一つとして、カップゼリー類の段ボール箱について大きさおよび材質を見直し、この結果CO₂排出量で年間約25トンの削減となる見込みです。



段ボール箱の軽量化

	材質	1ケース当たり重量	1ケース当たりCO ₂ 排出量
改善前	C160×S120×C160	135g	89g
改善後	ETS120×S100×ETS120	113g	74g
改善効果	—	16.3%減	16.9%減

水産事業の取り組み

製品の効率的な物流を目指す

マルハニチロ水産は、おもに水産物の卸売業を営んでおり、製品の物流に関わるCO₂の排出が大きな環境負荷を生んでいます。また、省エネルギー法の特定期主にも指定されており、法令遵守の観点からも、製品の効率的な物流を目指しエコアクションの展開を行っています。

すり身の梱包形態の変更

梱包資材の削減に向け、欧州に販売しているすり身製品の販売形態の変更を実施しました。

以前は、20kg詰め段ボールカートンを使用した製品を取り扱っていましたが、大口のお取引先には、了承を得たうえでトーツ※形態による製品の展開を推進しました。

このトーツを使用することで、これまでの20kgケースの製品なら50枚の段ボールカートンが必要だったものがトーツ1枚となり、梱包材料の使用量が大幅に削減できます。

結果として、2010年2月末時点では、すり身取扱量約1万1,000トンのうち、15.2%にあたる約1,700トンを省資源となるトーツ形態の製品へと変更しています。



▲20kg詰め段ボールカートン



▲1トン詰めトーツ

※トーツとは？

一辺がおよそ1mの段ボール製の大型ボックスのことで、容量は約1トンあります。

畜産事業の取り組み

畜産事業の取り組み

マルハニチロ畜産では、取り扱い商品に使用している包装材料に着目し、その仕様の適正化に向け、十分な社内検証とお取引先との協調により環境負荷の低減を試みました。

段ボール包装材料の仕様変更



▲従来のカートン(色付カートン)



▲変更後(無地カートン)

国内畜産加工品の段ボール包装材料についての省資源化への検証を開始し、以下の観点から候補を絞り込み、省資源化への取り組みを行いました。

- ①無駄な染料が使用されていないか
- ②段ボール箱の厚みは適正かどうか(必要以上の強度となっていないか)

その結果、2009年度においては、北海道で生産する自社ブランドの業務用牛肉製品について、段ボール箱の下地に白色の染料を使用したものから、染料を使用しない茶箱タイプのものに変更しました。また、お取引先にご協力いただき、プライベートブランド1商品についても、段ボール箱の厚みを適正化し、必要な強度を確保したうえで、従来は1枚280gであったものを220gにすることができました。

保管・物流事業の 取り組み

保管・物流事業の環境2大テーマ

保管・物流事業では、フロン(R-22)※全廃に向けた取り組みと、現在事業全体で年間約10億円分も消費している電力の削減を行うことで、温暖化の原因となっているCO₂削減に寄与することを2大テーマとして掲げています。

※フロン(R-22)とは？

大気中に放出されると、オゾン層を破壊する物質であり、法律で2020年までに全廃とすることが決まっています。また、この代わりにHFC(オゾン層を破壊しない)を冷媒とした設備も出ていますが、その温暖化への影響の大きさが問題となっています。

冷蔵倉庫へのLED照明の導入

冷蔵倉庫を対象にLED照明の導入テストを行っています。コスト面での検討を進めていくとともに、性能や耐久性などフィールドテストも実施し、今後の導入に向けてデータの収集を行っています。LED照明は消費電力が少ないうえに寿命が長いのが特徴です。今後はLED照明が主流になるとみられ、保管・物流事業でも、導入を進めています。

冷凍設備の自然冷媒への移行

冷凍設備の自然冷媒化が模索状態から計画・実行段階へ移行しています。この自然冷媒はフロン問題とエネルギー問題の両方を同時に解決できる冷媒として注目されており、現在フロン(R-22)を冷媒として使用している冷蔵倉庫の冷却設備を、自然冷媒を使用したものへと変更を進めています。

この取り組みにより、エネルギー効率が大幅に改善されるため、省エネルギーへの大きな効果を期待しています。

設備のプロの育成

エコアディションの一環として、設備を大事に、そして上手に使いこなすことのできる人材・設備のプロの育成を目指し、技術の継承に取り組んでいます。新型設備の導入だけでなく、それを扱う側の土壌がなければ、設備の効果を最大限に引き出すことはできません。

マルハニチロ物流では、「技術の継承」に向け各拠点の設備管理者を集めて研修を行っています。今後は、設備運営のプロ集団の基礎を作るべく、イントラネットを利用した通信教育やOJT教育などを計画しています。



▲エンジニアの教育

その他

エコアディションの啓蒙

環境活動はまだまだ特定の人が行うものだと思われがちです。マルハニチロホールディングスでは、グループ内の企業にエコアディションの展開を計り、従業員にその取り組みの意図を理解してもらうために、各地域での集合研修や社内イントラネットの運営、エコアディション活動ポスターの作成などを、今後も継続して行っています。

《環境関連データについて》

昨年までCSR報告書に継続掲載しておりました環境関連データ(水の使用量・廃棄物など排出量・環境保全コストなど)は、掲載をwebサイトへ移行いたしました。

<http://www.maruha-nichiro.co.jp/csr/csr15000.html>

CSR経営

マルハニチログループはCSR経営推進のために、2008年度に3カ年のCSR中期目標を設定いたしました。達成目標は「安全・品質」「コンプライアンス」「環境・社会」「人権・労働」「情報」「全般」の6項目からなっています。それぞれの目標に対し、2009年度の進捗状況について報告いたします。

CSR中期目標進捗状況報告

目標

進捗状況

安全・品質

製品(サービスを含む)の品質事故を起こさないことを目標とし、その達成のためのより効果的なシステムを作り上げていきます。

- 食中毒事故0件(2008年度0件)、製品自主回収は3件(2008年度13件)と減少しました。
- リスク管理システムを2008年度に構築し、2009年度は事故の検証と改善を進めるための運用ルールを確定しました。
- 商品情報管理システムを旧ニチロ、旧マルハのシステムから一本化し、2009年2月より運用を開始しました。

コンプライアンス

マニュアルや双方向のコミュニケーションを活用して、グループの隅々までコンプライアンス意識を浸透させ、法令違反や不祥事の未然防止ならびに早期発見およびその是正に努めます。

- 2009年5月にコンプライアンスマニュアルを発行し、全従業員に配布するとともに、階層別研修にてコンプライアンス講話を実施しました。
- コンプライアンスコミュニケーションネットワークの中核をなすコンプライアンス責任者・担当者(在京)を対象にガイダンスを実施しました。

環境・社会

CO₂排出量を2010年までに、売上高原単位2007年度比3%以上削減します。

- マルハニチログループの2009年度のCO₂総排出量は、2007年度対比で5.2%減少しました。しかし、目標としている売上高原単位については、分母となる売上高の減少が影響し、7.7%の増となり目標から大きく乖離しています。

人権・労働

社員満足度調査を2008年度に実施し、2010年度までに調査結果をもとに満足度を高める施策を実施します。法定障がい者雇用率1.8%を2010年までにクリアします。

- 従業員満足度調査を2009年7月から8月にかけてグループ内の従業員約5,900名に対して実施しました。
- 障がい者雇用は、2009年3月現在に比べてマルハニチロ食品で7ポイント、マルハニチロ水産において1ポイント増加となりました。

情報

ホームページでの商品・事業情報に加えてIR情報を充実させ、2010年度のアクセス数を2007年度比150%とすることを目指し、適時・適切な情報開示に努めます。

- 消費者への情報発信を主眼におく食品サイトにおいて、商品の原産地情報、レシピ、キャンペーン情報の拡充に努め、アクセス数は2008年度に対し118%の伸長となりました。
- 投資家向けの情報に特化したホールディングスサイトのアクセス数は、2007年度比約190%を維持しました。

全般

国連グローバル・コンパクトに2010年までに参加します。

- 2009年度は国連グローバル・コンパクトの啓蒙期とし、イントラネットやグループ報での啓蒙のほか、全国各地で開催したCSR研修のなかで説明を行いました。2010年度は、正式に参加表明を行うとともに、海外事業所における関連調査の実施を検討しています。



私たちマルハニチログループは 国連グローバル・コンパクトを支持します!

マルハニチログループは、2010年4月19日、国連が提唱するグローバル・コンパクトに参加しました。日本では109番目の参加となります。

マルハニチログループでは、2006年12月にCSR経営推進を宣言して以来、CSR委員会を発足し、本書などで開示しているとおり、食の安全・安心をはじめとするさまざまなCSR活動を実践してきています。マルハニチログループの事業もグローバルに進展していることから、CSRに関してもグローバルな視点が必要であり、国連グローバル・コンパクトへ参加することにより、CSR経営推進のドライバーとするという議論が取締役会でされました。国連グローバル・コンパクトへの参加を機に、CSRへの取り組みをより一層強化し、今後とも社会のよき一員として、信頼されるグループであり続け、経営理念の実践により、社会に貢献していきたいと考えています。

国連グローバル・コンパクトとは?

アナン前国連事務総長が提唱し、2000年に国連本部で創設されました。企業が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会のよき一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みづくりに参加する自発的な取り組みのことです。法令とは違い、世界最大(2010年5月現在約8,000団体)の自主的企業市民イニシアティブです。

国連グローバル・コンパクトの10原則

【人権】

- 人権の支持と尊重
- 人権侵害への非加担

【労働】

- 組合結成と団体交渉権の支持
- 強制労働の排除
- 児童労働の実効的な排除
- 雇用と職業の差別撤廃

※経済のグローバル化が進むなか、経済のみならず世界の人権・労働・環境・腐敗防止に企業が大きな影響力を持つと考えられています。

【環境】

- 環境問題の予防的アプローチ
- 環境に対する責任のイニシアティブ
- 環境にやさしい技術の開発と普及

【腐敗防止】

- 強要・賄賂などの腐敗防止の取り組み

なぜ、国連グローバル・コンパクトに参加したのか?

今後、マルハニチログループに求められる社会からの要請は大きく変化することが予測されます。地球温暖化問題、コンプライアンス、ワークライフバランス、格差問題、アジアの台頭による事業環境の変化など、これらの問題への対応が企業のみならず地球の将来までも決めていく時代だからこそ、考え方の根幹を定めておくことが重要と考え、参加しました。

何をするのか?

義務付けられているものは、国連グローバル・コンパクトの10原則への取り組みを、年1回国連グローバル・コンパクト事務局に報告することのみです。多くの企業は、CSR報告書を送付することなどでこれに代えています。マルハニチログループは、国連グローバル・コンパクトの10原則の分野については、CSR行動指針に網羅されており、すでにさまざまな活動を行いマネジメントされています。今後もこれを継続していくことが求められます。

国連グローバル・コンパクトのホームページ

<http://www.unic.or.jp/globalcomp/>



▲^(右から) 潘基文国連事務総長に書簡を書く久代社長

「2010年までに国連グローバル・コンパクトに参加する」というCSR中期目標を掲げ、参加に向けて準備を進めてきました。国連グローバル・コンパクトの10原則で掲げられていることは、マルハニチログループのCSR行動指針や行動規準20カ条のなかで網羅されています。私たち従業員一人ひとり、日常の個々の業務や企業としての事業活動のなかで、CSRの視点をつねに保つことが大切です。

会社概要 (2010年3月31日現在)

DATA

●会社名	株式会社マルハニチロホールディングス	●資本金	310億円
●所在地	東京都千代田区大手町1-1-2	●グループのおもな事業	水産、加工食品、畜産、保管物流
●設立	2004年4月(2007年10月に、株式会社ニチロとの経営統合にともない、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)	●グループの従業員数	14,094名
		●グループ会社	196社(国内95社、海外101社)

水産事業

FISHERY OPERATIONS

目指せ「世界に冠たる水産物のプロデューサー」

世界最大規模の水産物取扱量を誇る企業として、漁業・養殖・買付・加工・販売までの一貫したサプライチェーンを構築。限りある水産資源を有効に活用し、安全・安心・高品質な水産物の安定的な調達と供給に努めています。



▲マルハニチロ水産、大洋エーアンドエフ、大都魚類、Westward Seafoods, Inc.、Peter Pan Seafoods, Inc. など

食品事業

FOOD OPERATIONS

開発・生産・販売の一貫体制で付加価値の高い商品づくり

冷凍食品、缶詰、魚肉ソーセージ、レトルト食品、健康食品など多彩な食品とともに「おいしいしあわせ」をお届けします。国内はじめ、中国やタイなどの生産拠点を拡充、安全・安心を追求した商品づくりを行っています。



▲マルハニチロ食品、マルハニチロ北日本、アクリフーズ、ニチロサンフーズ、アイシア、Kingfisher Holdings Limited など

畜産事業

MEAT AND PRODUCTS

開発・生産・加工・販売のグローバルネットワーク

牛肉・豚肉・鶏肉および食肉加工品を国内外で生産・調達・販売しており、顧客ニーズに合わせた提案と商品開発を行っています。また、飼料原料(魚粉)の調達においてもグローバルな展開を進めています。



▲マルハニチロ畜産、ニチロ畜産、マルハミートアンドデリカ など

保管物流事業

STORAGE / LOGISTICS OPERATION

58万トンの庫腹量を誇る総合物流サービス

全国に36拠点もの冷蔵倉庫ネットワークを展開。国内有数の規模と機動力を誇り、グループ全体の流通戦略の中核として、水産・加工食品・畜産の事業を支える重要な役割を担っています。

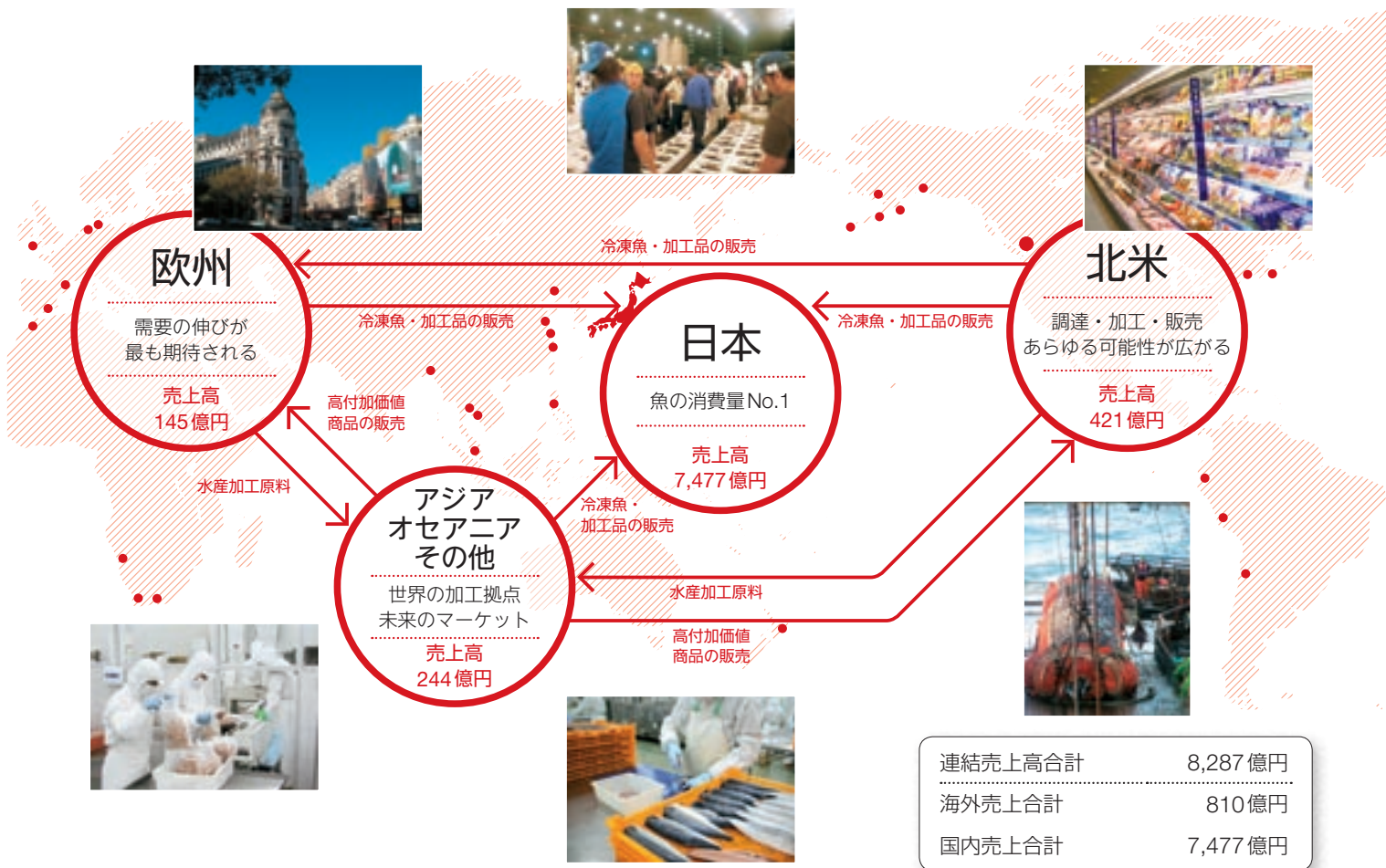


▲マルハニチロ物流 など

会社概要 <http://www.maruha-nichiro.co.jp/corporate/>

グループネットワーク

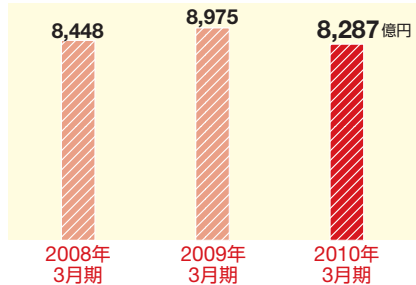
GROUP NETWORK



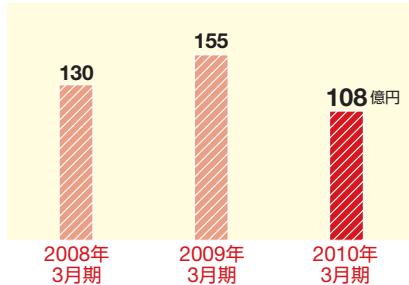
財務ハイライト

FINANCIAL HIGHLIGHTS

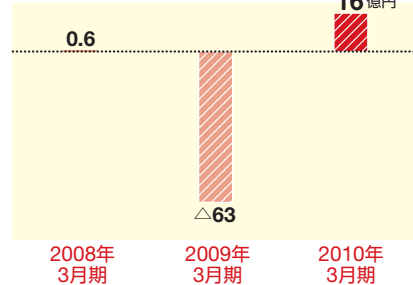
売上高



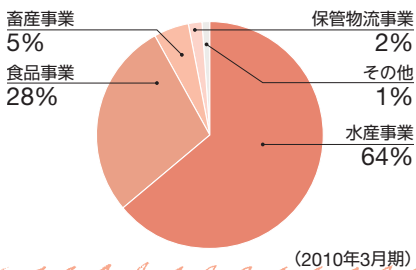
営業利益



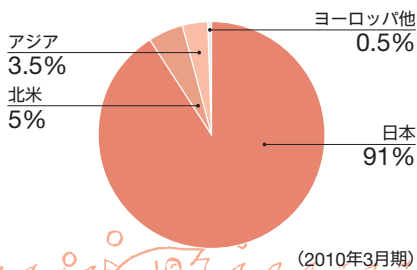
当期純利益



事業別売上高



所在地別売上高



※2007年10月の経営統合により、2008年3月期連結業績には旧ニチログループ2008年3月期下半期の連結業績が含まれております。



第三者意見

NPO法人企業社会責任フォーラム 代表理事
阿部 博人



マルハニチログループのCSR報告書としては第3号となる本書には、同社のCSRとCSR報告書の進化と深化が随所に見られます。食に関する関心の高まり、クロマグロの国際取引禁止を求める動きなどがあるなかで、同社の水産資源、食に関する事業はますます重要になってきています。はじめに、CSRとCSR報告書において評価できる点を述べます。CSRとは広くは事業を通じての社会貢献であり、安心・安全な魚を届ける養殖事業、未利用魚の商品化、あるいは資源循環型の牛肉事業、ユニバーサルデザインフードなど「おいしいしあわせ」、「本物」「安心」「健康」を具現化する事業は、まさに同社のCSRそのものということができます。

CSR活動として特記すべきことは、国連グローバル・コンパクトへの参加です。今後は参加企業としての誇りを持ち、自らを戒め10原則に取り組んでいかなければなりません。CSR報告書の編集と内容に関しては、巻頭での社長を囲んでの座談会

により社員との対話を重視している姿勢がうかがえ、商品回収事例に見るようにネガティブ情報も開示され、積極的な環境活動もわかりやすく説明されています。社会貢献活動では目的の明確化が図られ、アクリフーズスタ張工場と奄美養魚にフォーカスした話題は地域密着型の同社ならではの取り組みです。詳細と環境関連データのwebサイトへの移行は、CSR報告の網羅性をwebサイトで担保する傾向に適っています。次に課題ですが、編集上の改善点として、2008年に定めたCSR経営推進宣言やCSR経営方針などは、同社の理念体系を理解するうえで、また、社員への浸透のためにも、冊子にも記載した方がよいでしょう。今回も社員(従業員)を主たる読者対象としていますが、今後は、より顧客・消費者に伝えていく工夫も必要です。CSRとCSRレポートは宣伝のためのものではありませんが、食・水産資源へのすぐれた取り組みが広く社会に知られば、同社のレピュテーション(評価)は高まり、

食・水産資源に関する啓発ともなります。品質管理、事業所監査などはサプライチェーンマネジメントにおけるCSRにほかなりません。時期尚早とのことですが、CSR調達への第一歩を予告してもよいのではないのでしょうか。ダイバーシティ、ワークライフバランスに関する具体的な目標が不明です。生物多様性は同社の大きな課題と思われます。社会貢献方針で言及するだけでなく、環境活動としての施策が問われます。CSR中期目標進捗状況報告については、さらに、いつまでに、何を、どの程度、(どのように)という定量的な目標設定が望まれます。旧マルハと旧ニチロが統合して丸2年が経ち両社の融合が進んでいる旨が記載されていますが、マルハニチログループとしてさらに一丸となり、CSRが一層充実していくことを期待します。



マルハニチログループのCSRとは、グループ理念の実践であり、従業員一人ひとりが日々の業務のなかで意識して行動することです。2010年度はCSR中期目標の最終年度にあたるため、目標の必達に最優先で取り組むとともに、次期目標の策定も進めます。次期目標のステップアップのために、従業員にグループ理念を浸透させることは、CSR経営を進めるうえで大変重要であると認識しています。本書で

は、グループ理念の実践と事業活動が、CSRの視点でどのように関わっているのか、従業員をはじめステークホルダーの皆さまに、より理解していただくことをコンセプトとしています。2010年5月に国連グローバル・コンパクトへの参加を表明しました。世界へ「本物」「安心」「健康」な食を提供することが私どもの責務であり、その責務を果たすために、国連グローバル・コンパクトの10原則に真摯に取り組

むと同時に、ご指摘いただきましたCSR調達、生物多様性、ダイバーシティ、ワークライフバランスについても、具体的な目標設定と対策について開示できるよう検討いたします。また、CSR報告書の機能と役割・効果については、ほかの情報発信ツールと合わせて明確にする必要があると認識しており、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションのあり方と合わせて今後の課題であると考えています。



第三者意見を受けて

(株)マルハニチロホールディングス 専務取締役
神田 和明



編集後記

はじめに、第三者意見にご寄稿いただいた、NPO法人 企業社会責任フォーラム代表理事 阿部さま、そして表紙を飾る「おいしいしあわせ」絵画コンテストに応募してくださった皆さま、および本報告書編集にご協力いただいた、すべての関係者の皆さまに厚く御礼申し上げます。

編集方針にもあるように、本報告書は、ステークホルダーの皆さまにグループ理念をより深く理解していただくことをコンセプトとして編集いたしました。これはマルハニチログループにとって、グループ理念の実践こそがCSRであると考えているからです。グループ会社への執筆依頼や取材の際には、自分たちの事業活動がグループ理念の実践にどう関わっているのか実感できず、悩まれた方も多くいらっしゃいました。しかし、編集を進めるうちに、自分たちの事業とグループ理念との関わりに気づき、予定の原稿量をオーバーしてしまい編集作業に苦しむ、といったうれしい悲鳴もありました。

マルハニチログループは国内外200社近いグループ会社で構成されています。これらのグループ会社は、それぞれ社会からの期待に応えるための事業活動を行っています。しかし、自分たちの業務がどのようにCSRに関わっているのか、意識しないままに仕事を進めている従業員が多く存在することも確かです。本報告書はステークホルダーの皆さまへの活動報告であるとともに、従業員がCSRを肌で感じ、仕事に対するやりがいやモチベーションが向上するためのツールとなることで、マルハニチログループがより社会に信頼される企業となれば幸いです。

読者の皆さまにおかれましては、今後のCSR報告書の編集方針、マルハニチログループにおけるCSR活動の推進を図るためにも、添付のアンケート用紙に忌憚のないご意見をご記入いただき、ぜひご返送いただきますようお願い申し上げます。

マルハニチログループCSR報告書
編集チーム一同

マルハニチログループ環境・CSR活動の歩み

- 1991.10.01 マルハ環境委員会設置
- 1998.09.01 マルハ行動指針策定
- 1999.11.08 マルハ環境理念制定
- 2000.04.01 マルハ環境保全活動
- 2001.01.19 マルハ行動指針をマルハグループ行動指針に発展
- 2001.04.01 マルハ品質管理部を環境品質管理部に改組
- 2002.04.01 マルハ環境対策課発足
- 2002.08.27 ニチログループ倫理憲章 行動規範制定
- 2003.02.27 マルハグループ行動基準30カ条制定
- 2003.03.10 マルハ環境理念をマルハグループ環境理念に発展
- 2003.10.10 マルハ環境報告書を初発行(業界初)
- 2004.07.08 マルハグループ環境方針改訂
- 2004.07.08 マルハグループグリーン調達指針策定
- 2005.07.06 マルハグループ社会・環境報告書冊子化
- 2006.11.20 マルハグループCSR委員会設置
- 2006.12.14 マルハグループCSR経営推進宣言
- 2007.04.01 マルハグループCSR統括部設置
- 2007.04.23 マルハグループCSR経営指針、CSR社員行動指針、CSR行動規準20カ条制定
- 2007.07.09 マルハグループCSR報告書初発行
- 2007.09.01 ニチロ環境室設置
- 2008.04.01 マルハニチログループ社訓、CSR経営指針、CSR社員行動指針、CSR行動規準20カ条制定
- 2010.04.19 国連グローバル・コンパクトへ参加

INFORMATION

ホームページ情報

マルハニチログループのCSR活動はホームページでも公開しております。



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

IR情報は <http://www.maruha-nichiro.co.jp/ir/>

資料請求方法

エコほっとライン

<http://www.ecohotline.com/>

CSR報告書無料請求サービスをご利用ください。

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・品質保証部 CSR情報課
〒100-0004 東京都千代田区大手町一丁目1番2号
TEL 03-3216-0275 FAX 03-3216-0337 (月～金 10:00～17:00 祝祭日除く)

表紙について

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」をテーマとし、従業員のお子さんを対象に絵画コンテストを実施しました。「おいしいしあわせ」とはどのようなものなのかを具体化していく際の参考にするためです。コンテストは社内イントラネット上でマルハニチログループ全体において実施しました。表紙の作品は最優秀賞を受賞した瀬戸陽平君(8歳)の作品です。最優秀作品は本社総合受付に掲示し、全応募作品はwebサイトにてご覧いただけます。



CSR報告書2010の編集方針および基本的要件

製作目的

マルハニチログループCSR報告書2010は、マルハニチログループと経済・環境・社会との関わりを可能な範囲で開示することにより、ステークホルダーの皆さまにマルハニチログループの存在意義を理解し期待を持って応援していただくために製作しています。今回のCSR報告書ではグループ理念をより深く理解していただくために、理念に掲げる「本物、安心、健康」のキーワード中心に特集を組みました。なおページ数の関係で掲載できないCSR関連の詳細データにつきましては、マルハニチロホールディングスホームページで公開しております。なお、今回も読者の皆さまとのコミュニケーションを図るために、アンケート用紙を同封しています。皆さまからの貴重なご意見を可能な限り事業活動に反映させていきたいと考えていますので、アンケートにご協力いただけましたら幸いです。

「マルハニチロホールディングスwebサイトはこちら」

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

対象読者

すべてのステークホルダーの皆さまを対象としていますが、特にマルハニチログループの「すべての従業員」に内容の深い理解を求めています。なぜなら、グループ外との接点である従業員がCSRを理解することで、グループ外のステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションが促進され、そのことが社会からの期待に応えるために不可欠な要素であると考えているためです。

対象期間

2009年度(2009年4月～2010年3月)。一部に2010年4月以降の活動を含みます。

対象範囲

基本的に、マルハニチログループ連結決算対象会社としますが、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

「環境省環境報告ガイドライン2007年度版」「環境省環境会計ガイドライン2005年版」ほか

客観性・信頼性

客観性を高めるため、専門家から第三者意見をいただきました。データについては本報告書編集チームが確認精査いたしました。

発行日

2010年6月 次回発行予定 2011年6月

タイトルの年号表記について

既刊の報告書では対象期間の年度をタイトルとしておりましたが、今回より発行年度に合わせ「CSR報告書2010」といたしました。

【注 意】

本報告書は、いかなるコンテンツも投資を勧める目的で製作されておりません。投資に関するご判断は、利用者ご自身の責任において行われますようお願いいたします。本報告書記載内容のうち、過去または現在の事実に関する記載以外は、現在入手可能な情報から得られた、計画・将来の見通し・戦略などであり、経済情勢・市場動向・法律や諸制度の変更などに関わるリスクや不確実性要素を含んでおります。したがって、将来、実際に公表される実績などは、これら種々の要因により変動する可能性があることをご承知おきください。

発行／2010年6月

All rights reserved, Copyright©2010
Maruha Nichiro Holdings, Inc.



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。