



MARUHA NICHIRO

マルハニチログループ

CSR

報告書 2011

MARUHA NICHIRO GROUP
Corporate Social Responsibility Report 2011



世界に
おいしい
しあわせを





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。

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。

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





未来の
食卓の
ために!

わせを



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。



グループ理念・グループビジョン・グループの社訓 **P2**

ステークホルダーの皆さまへ **P4**

速報

震災直後の支援と
復旧・復興に向けた取り組み **P6**

CSR経営

信頼していただける企業となるために **P10**

コーポレートガバナンス&コンプライアンス **P14**

特集

発売から100年、日本で、世界で
愛されてきた「あけぼのさけ」 **P16**

社会

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 **P20**

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 **P24**

お取引先とともに
公正透明な取引を継続したい **P26**

株主・投資家とともに
対話を大切にしたい **P27**

地域社会とともに
よき企業市民でありたい **P28**

環境

未来世代のために **P32**

会社概要 **P36**

第三者意見／第三者意見を受けて **P38**

編集後記 ほか **P39**

ステークホルダーの皆さまへ

はじめに、2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震により被災された皆さまに、マルハニチログループ役職員を代表して、謹んでお見舞いを申し上げます。マルハニチログループも一被災企業として、被災地の一日も早い復旧と復興のために、グループ全体で心をひとつにして全力で取り組んでいます。

このたびの震災により私どもを取り巻く事業環境も一変しました。地震直後に発生した津波により太平洋沿岸を中心に多くの市町村で壊滅的な被害があり、頻発する余震だけでなく、原子力発電所の事故による被害やそれに付随する関東地方を中心とする電力供給不足など、多方面に多大な影響が広がりました。今なお国民生活は不安にさらされており、産業や消費の落ち込みなどから、日本

経済はもとより世界経済にも大きな影響を与えることになり、世界中から日本の復興に対する支援や期待が集まっています。

東北地方太平洋沖地震の被害状況と対応について

マルハニチログループにおいても東北地区を中心に18事業所が直接被災し、なかでも石巻、仙台、八戸、宇都宮の各地区に所在する事業所の被害は大変甚大でした。マルハニチログループでは地震発生後、直ちに危機対策本部を設置し、従業員とそのご家族の安否と被災状況の確認に努めました。

特に食品工場については、商品を安定供給するためにグループの総力を挙げて復旧に取り組みました。グ

**マルハニチログループは、
事業を通じて社会の復興に
全力を挙げて取り組みます。**

株式会社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

グループ全体の状況を把握して、生産品目を他工場へシフトし、施設・設備などの修復作業を迅速かつ安全に進め、4月下旬には各地域での生産再開の目処を発表しました。

一方では、このたびの状況をふまえて、人的資源、物流コスト、事業の効率化、災害への安全性などを総合的に検討し、見直しを図ることで、将来に憂いのない工場配置など最適な経営体制を整えていく決意を新たにしました。

今後の総合的な経営判断のもとでは、やむを得ず復旧を断念せざるを得ない事業も出てくると思われませんが、その場合でも従業員の雇用確保を最重要課題として、グループ内企業への配置転換や周辺事業所への雇用斡旋に全力を尽くしてまいります。

2010年度業績と 中期経営計画

2011年3月期の決算は、このような厳しい事業環境のなかで水産部門、食品部門の安定した業績により、営業利益は目標に近い実績となりました。しかしながら、震災による特別損失を余儀なくされたため、当期純利益は目標におよびませんでした。2011年度を初年度とする新中期経

営計画は、事業運営の大幅な変更を余儀なくされることから、2011年度上期の実績をふまえてあらためて策定する方針です。

マルハニチログループの 使命

「3.11」を境に日本も日本人の意識も大きく変わりました。マルハニチロの創業以来100年を超える長い歴史のなかには、危急存亡の時が何度かありましたが、その都度私たちの先輩は英知を結集して苦難を乗り越えてきました。私たちは、その遺伝子を脈々と受け継いでいます。世界一の水産企業集団であるマルハニチログループは、一日も早く企業グループとしての活力を取り戻し、わが国の漁業、水産業、食品加工事業をリードして、被災した地域社会の復興に貢献していかなければなりません。そのためには、私たち役員一人ひとりがマルハニチログループの一員であることに誇りを持って、わが国そして世界へ「食」の安定供給を果たす責任を担っていく必要があります。それこそがマルハニチログループの存在意義であり果たすべき使命であると、私は心に深く刻んでいます。

マルハニチログループの CSR

マルハニチログループは、2008年4月にCSR経営推進宣言を制定し、「グローバルな視点で社会との共生を図り、企業グループと社会相互の持続可能な発展を目指す。」ということ、すべてのステークホルダーの皆さまにお約束しました。

今このような厳しい環境下にあるからこそ、私たちが持続可能な社会の構築に全力を挙げて取り組むことが第一の責務であると考えます。私どもの使命である「食」の安定供給、そして「食」を支える自然環境の保全、また省エネ・省資源などにより、持続可能な地球環境を次世代に残すために、本業を通じた社会的課題の解決に積極的に取り組みます。そして、ステークホルダーの皆さまの声を真摯に受け止め、グループのCSR経営に反映させてまいります。

最後に、このたびの震災で亡くなられたすべての方々、そして、志半ばで大切な命を落とされた従業員とそのご家族の皆さまに、謹んで哀悼の意を表します。

2011年8月

震災直後の支援と 復旧・復興に向けた取り組み

2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震では、マルハニチログループの東北・関東地区の関連会社にも甚大な被害がおよびました。被災状況と対応、事業の復旧に向けた取り組みについてご報告します。犠牲になられた従業員およびご家族の方々のご冥福を心よりお祈り申し上げます。

震災による被災状況と その対応

3月11日の地震発生直後、マルハニチロホールディングス本社内に社長を本部長とする危機対策本部を立ち上げました。翌12日、危機対策本部は、特に被害が甚大であった石巻地区へ東京本社より従業員3名を派遣し、従業員の安否確認および損害状況の調査を実施しました。同時に震災地区の事業所の従業員に安否確認ならびに被災状況の調査を行いました。被災状況は、都度危機対策本部に報告され必要な対策を実施いたしました。



▲地震発生直後のマルハニチロ食品石巻工場

安否確認

マルハニチログループの事業会社6社で導入している安否確認システムが、地震発生と同時に震度6弱以上が観測された地区(岩手・宮城・福島・栃木・群馬・茨城・千葉・埼玉)に勤務または居住する従業員に対して自動的に作動し、安否情報の確認を行いました。

その結果、津波による被害が大きかったマルハニチロ食品石巻工場の従業員8名とグループ役職員のご家族49名が尊い命を奪われるという

大変残念な結果となりました。

今回、地震発生が就業時間帯であったため、私物である携帯電話を持ち出せずに避難した従業員が多く、特に工場での作業者の安否確認に予想以上の時間を要しました。しかし、その後各地の避難所や親戚宅などへ分散した従業員とのコミュニケーション・ツールとしても、有効に活用することができました。

帰宅困難者への支援

震災当日、首都圏の公共交通機関は全面的に停止し、本社(東京都江東区)の従業員も一時帰宅が困難となりました。本社ビルは耐震構造となっているため、危機対策本部では従業員をビル内に待機させ、ビル内で宿泊できるように会議室を開放し、備蓄毛布の提供を実施しました。また、個人に配布の非常持出袋に備えてある非常食のほか、社内備蓄食料を使用しました。公共交通機関の復旧情報を館内放送にて随時放送したほか、社内イントラネットを使って情報提供を行い、従業員同士が安全を確認しながら無事帰宅できるように対応しました。



▲非常持出袋

設備の被害状況および復旧予定

地域	会社名／事業所	事業	業務再開状況
青森県	太洋冷蔵(株)	水産加工品製造	事業継続の可否を検討中
宮城県	(株)マルハニチロ食品石巻工場	冷凍食品製造	一部復旧し生産再開の予定
	大洋イーアンドエフ(株)石巻食品工場	食品(調味料)製造	事業継続の可否を検討中
	(株)マルハニチロ物流塩釜物流センター	保管物流	すでに営業再開
	(株)マルハニチロ食品仙台工場	乾燥食品、冷凍食品、煉製品製造	煉製品ラインを復旧し生産再開 他の生産ラインは移管
	(株)マルハニチロ食品東北支社	販売拠点	仮事務所に営業中
	(株)東北サービス	倉庫・運送業	仮事務所に営業中
栃木県	(株)マルハニチロ食品化成食品事業部	化成品製造	年度内に完全復旧予定
	(株)マルハニチロ食品東日本物流センター	保管物流	すでに営業再開

※東北・北関東地区で上記以外の工場・事業所にも一部被災はありましたが、すでに修復を完了し稼働を再開しています。

(株)マルハニチロ食品 化成食品事業部(宇都宮市)

化成品製造……天井および外壁の落下

(株)マルハニチロ食品 東日本物流センター(宇都宮市)

保管物流……天井の落下

(株)マルハニチロ食品 宇都宮工場(宇都宮市)

被災したグループ会社および事業所数

被災の規模	甚大	大規模	中規模	軽微	合計
被災事業所	5	2	2	9	18

● 甚大 ● 大規模 ● 中規模 ● 軽微



支援物資の内容

到着日	送り先	支援内容	数量	備考
3月15日	石巻市内 避難所3カ所	生活用品	2トン	グループ従業員提供
		生活用品	2トン	お取引先提供
		魚肉ソーセージ、水産缶詰、カップゼリー	200ケース	
3月15日	石巻高校ほか 避難所	衣類	317着	
		米	300kg	
		水産缶詰	666缶	
		レトルト食品	3,900個	
		カップゼリー	2,400個	
		バスタオルほか		
3月16日	農林水産省 地震対策本部経由	水産缶詰(ツナ)	86,400缶	
3月17日	石巻市	水産缶詰	1,500缶	グループ所有船 (第75はやぶさ丸)にて運搬 自衛隊引渡し
		ミネラルウォーター	600本	
3月22日	石巻市	カップゼリー	24,000個	グループ所有船 (第2はやぶさ丸)にて運搬 自衛隊引渡し
		水産缶詰	159,360缶	
		ツナパウチ	300個	
		ミネラルウォーター	5,340本	
		毛布	500枚	
3月26日	宮城県庁 (石巻市牡鹿支所)	生活用品	4トン	グループ従業員提供
4月26日	東北被災地 支援団体経由	毛布・衣類	4トン	グループ従業員提供

被災地・被災者への支援

〈物資による支援〉

地震直後より缶詰・魚肉ソーセージなど、そのまま食べられる食料を行政などと協力しながら被災地へ提供しました。また、グループ内の従業員に呼びかけ、生活用品を持ち寄り被災地へ提供しました。地震による道路の寸断など陸路での輸送が困難なため、グループ会社である大洋エーアンドエフの大型まき網船にこれらの支援物資を積み込み、海路による輸送を行いました。



▲大型まき網船による輸送



▲出港する大型まき網船

〈義援金による支援〉

地震直後に、被災従業員への支援として義援金の募金協力をグループ各社の役職員に呼びかけました。また、多数のお取引先から多額の義援金をご寄付いただきました。ご支援いただきましたお取引先、そして協力いただいたすべての従業員にあらためてそのご厚情に感謝するとともに、心より厚くお礼申し上げます。皆さまよりご寄付いただきました義援金は、マルハニチロホールディン

グスが拠出した義援金と合わせ、犠牲となられた職員のご遺族および被災された役職員563名の方々に被災状況に応じて分配いたしました。

マルハニチロリスクマネジメント体制による対応

マルハニチログループでは従来、首都圏直下型地震を想定した対応マニュアルを策定し、従業員に配布しています。また、首都圏以外の事業所においても、現地に即した地震災害などの対応マニュアルの作成を推奨していました。

しかしながら対応マニュアルのいくつかの点においては実際の状況に合わない不備が判明したため、今後は今回の震災を教訓に、対応マニュアルの見直しを図り、全事業所への周知徹底を行う必要があると考えています。事業継続計画(BCP)については、2010年度にマルハニチロ食品広島工場をモデルに策定したものを、2011年度よりその他の工場で開催する予定であったために、活用することができませんでした。しかし、今回の震災発生後の復旧対応を検証するツールとしてこれを活用し、より精度の高いBCPを他の工場に適用していくことを検討中です。今後はグループ全体における、今回の震災への対応の総括を行い、対応手順の改訂やBCPの見直しに早急に取り組んでいきます。

復旧の状況について

市場への影響が特に大きい(株)マルハニチロ食品石巻工場、仙台工場および化成食品事業部(宇都宮市)について、震災前の生産規模を回復するための復旧活動を進めています。(2011年7月現在)

●(株)マルハニチロ食品石巻工場 (宮城県石巻市)

「市販用冷凍食品」を製造していましたが、津波により設備のほとんどを流されました。主要商品の「白身タルタルソース」「いか天ぷら」は5月から、その他の商品についても6月下旬からグループ内の他工場にて生産を再開しています。また、8月上旬には石巻工場の一部を復旧して生産を再開する予定です。

●(株)マルハニチロ食品仙台工場 (宮城県仙台市宮城野区)

「ちくわ」「業務用冷凍食品」「フリーズドライ(乾燥食品)」を製造しています。地震により社屋の一部と設備が損壊しました。「ちくわ」については5月から生産を再開しました。なお、西日本地区においては、下関工場(山口県)で生産した商品が流通しているため影響はありませんでした。また、「業務用冷凍食品」「フリーズドライ」については、グループ内の他工場へ生産を移管し、7月から生産を再開しました。

●(株)マルハニチロ食品化成食品事業部 (栃木県宇都宮市)

DHA、コンドロイチン、ヒアルロン酸などの「化成品」を製造しています。地震により社屋および設備に

損壊がありました。6月下旬からDHAの生産を再開し、年度内にはすべての製品について生産を再開する予定です。



▲マルハニチロ食品石巻工場より「白身タルタルソース」の生産移管を受けたマルハニチロ九州

雇用の維持

被災地の工場などで働いていた従業員については、生産移管先への配置転換、再雇用など、個々人の事情を勘案しながら職場の斡旋を行いました。

マルハニチログループ役職員一同は、このたびの震災を機に一丸となり、グループ会社の復旧に全力を挙げて取り組んでいます。これまでマルハニチログループの商品、サービスをご愛顧いただいていたお客さまにご不便がかからないよう、震災前の生産・サービス体制への復旧を最優先させていただいています。今後、復旧の目処が立ち次第、被災された地域の皆さまとともに復興支援に取り組んでいきたいと考えています。

CSR 経営

マルハニチログループは、グループ理念を実践するために、「社会から求められ、信頼される企業グループを目指す。」という「CSR経営推進宣言」を制定し、経営の大きな指針として、グループ全体に浸透するよう取り組みを進めています。

信頼していただける企業となるために

マルハニチログループの理念体系は、「グループ理念」「CSR経営推進宣言および各指針」「社訓」を3つの柱としています。

理念体系

グループ理念(マルハニチログループの目的)

「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。」

CSR経営推進宣言(CSR経営に向けての決意表明)
「社会から求められ、信頼される企業グループを目指す。」

CSR経営指針(CSR経営を実践する際の企業行動指針)

CSR社員行動指針(CSR経営を実践する際の社員行動指針)

CSR行動規準20カ条
(経営指針および行動指針のブレイクダウン)

社訓

CSR経営指針

- 健全な企業活動に努め、オープンでフェアな企業グループであり続けます。
- 食品を扱う企業グループとして環境に留意し、常に「安心」と「健康」を提供します。
- グローバルな企業グループとして、世界の国や地域の文化を尊重し、社会との共生を図ります。

CSR社員行動指針

- 法令遵守はもとより、社会的道徳・正義を全ての行動の基本とします。
- 常にお客さまの満足向上を目指し行動します。
- 慣例・慣行に流されず、日常を見直し、改革する勇気を持ちます。
- 公正・公平を心がけ、常に周囲や社会から信頼される行動をとります。
- 地球市民としての自覚と責任を持ちます。

CSR行動規準20カ条やこのほかの取り組み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/csr12500.html>

理念を 実践するために

「社会から求められ、信頼される」ためには何をなすべきかを、経営の視点でより具体的に表現したものがCSR経営指針であり、従業員一人ひとりが自分の行動や仕事に照らし合わせて考えていけるように、日常業務のレベルにまで細分化して言い表したものがCSR社員行動指針と、その具体的な規準としてのCSR行動規準20カ条です。

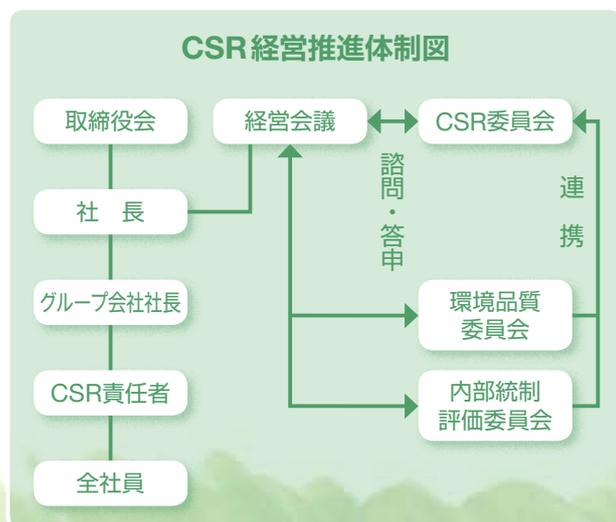
これらすべてに共通する考え方の指針が社訓です。

いろいろな言葉で表現されてはいますが、すべてはグループ理念の実践のため、「社会から求められ、信頼される」企業グループになるためのものであり、目指す方向は同じです。

その目指すべき方向を従業員全員に浸透させることがCSR経営の実現への第一歩であると考え、職場での勉強会や研修などを通じて継続して取り組んでいます。

CSR経営 推進体制

経営会議の諮問機関としてCSR委員会を設置し、社内の各委員会と連携してCSR経営実現のための取り組みを行っています。同時に、これらの取り組みは、マルハニチロホールディングス社長からグループ各社社長へ、通達などの形で対応の要請や情報の共有を図る体制を構築しています。



2010年度は第一次CSR経営 中期目標の達成期限

マルハニチログループは、2010年度を達成期限とする第一次CSR経営中期目標を掲げました。これは【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項目から成っています。旧マルハと旧ニチロが経営統合して最初のCSR経営中期目標の達成期限が到来し、一定の成果は出たものの、多くの課題も残りました。

国連グローバル・コンパクトへの取り組み

マルハニチログループは、目標としていた国連グローバル・コンパクトへの参加を、2010年4月に表明いたしました。

私たちを取り巻く事業環境は、さまざまな社会的課題を背景にめまぐるしいスピードで変化しています。このような環境下で、マルハニチログループがよき企業市民として社会からの信頼を得るために何よりも重要なことは、全従業員がCSR行動規準20カ条にある価値基準・判断基準をしっかりと自覚し、目先の結果にとらわれることなく行動することだと考えています。このCSR行動規準20カ条は、【安全・品質】【コンプライアンス】【環境・社会】【人権・労働】【情報】の5項目から成り、国連グローバル・コンパクトの10原則はこのなかに網羅されています。

グループスローガンである「世界に美味しいしあわせを」の実現を目指すうえで、私たちはつねにグローバルな視点で社会的課題をとらえ、本業である「食の提供」を通じて持続可能な社会の構築に貢献してまいります。

次期CSR経営中期目標について

2010年度までのCSR経営中期目標の達成結果を踏まえて、さらにCSR経営を強化するために、2013年度を達成期限とする新たなCSR経営中期目標を策定して、取り組みを始めました。

次期CSR経営中期目標については、コンプライアンス

をCSR経営の土台と位置付け、徹底して守るべきものであるとの認識に立ち、敢えて活動項目から外しました。また、これまでの【環境・社会】の項目を【環境】と【社会】に分け、さらに事業活動にともなうあらゆるリスクの分析と対策・予防を目指した【リスク】

CSR経営中期目標への取り組みと2010年度までの進捗状況

	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。	マルハニチロブランド商品の回収は、2008年度は2件、2009年度3件、2010年度は2件ありました。 神港魚類はうなぎ偽装事件の是正策の一環として、ISO9001※1認証取得に取り組み、2010年12月に卸売市場では日本初の認証取得を果たしました。
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年度にイントラネット上にコンプライアンスサイトを立ち上げ、マニュアルを発行して全従業員に配布しました。また、2010年度にはコンプライアンス・マニュアルのエッセンスを盛り込んだ解説書「指南書」を掲載しました。 また、各階層別研修においてコンプライアンス講話を実施したほか、国内のグループ各拠点を巡回してコンプライアンス研修を実施、継続中です。
環境社会	CO ₂ 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。	売上高原単位は2010年度上期実績で、2007年度比+17.9%となっており目標と大きく乖離しています(売上高原単位=CO ₂ 排出量÷売上高)。 乖離原因としてはリーマンショック以降、経済情勢の変化により売上高が大きく減少したことによりです(2007年度上期比14%減少)。
人権労働	従業員満足度調査を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。	従業員満足度調査の結果を、調査対象の国内のグループ会社にフィードバックし、「働き甲斐のある職場づくり」に向けたさらなる改善に努めています。また、広報誌やイントラネットを利用して従業員と情報を共有し、社内コミュニケーションの活発化を促進しています。 障がい者雇用は、2010年8月現在で国内のグループ会社を調査の結果、平均雇用率1.52%と、法定雇用率(1.8%)や全国民間平均雇用率(1.68%)を下回っており、グループ全体として対策を検討中です。
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。	お客さまへの情報発信を主眼とする食品サイトでは、商品情報・レシピ・キャンペーン情報を充実させ、2010年度における月平均のアクセス数は、2007年度比で115%の伸びとなりました。 また、株主・投資家の皆さま向けの情報が中心のマルハニチロホールディングスwebサイトも、閲覧しやすさ、タイムリーな情報発信に努め、2010年度月平均のアクセス数は2007年度比270%の伸びとなりました。
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。	2010年4月19日に国連グローバル・コンパクトに参加しました。同時にグローバル・コンパクトジャパンネットワークに加入し、そのなかでサプライチェーン分科会に所属し、CSR調達のあり方について議論を行いました。

※1 ISO9001とは：顧客ニーズに応えるため、プロセスを計画し、実施し、改善していく品質マネジメントシステムの国際規格。

と、グローバル社会におけるよき企業市民となることを目指すための指標である【国連グローバル・コンパクト】の2項目を追加して、全7項目について目標を設定しています。

このように目標項目を細分化することで、取り組むべ

き社会的責任を明確にすると同時に、それぞれの活動方針を設定してグループ内の事業活動において、より具体的な活動計画の策定と評価を可能にしたいと考えています。

2011年度からのCSR経営中期目標

	目 標	活動方針
安全・品質	法令遵守はもとより、安全・安心を最優先にした商品とサービスを提供します。	品質監査業務などの改善を通じて、国内外のお取引先との連携を深め相互成長を図り、品質リスクの低減を実現します。 お客さまへの対応を誠実・迅速・確実に実行し、その声を商品と業務の改善に生かします。 従業員の知見や技術のレベルアップを図るため、教育訓練制度の改善を図ります。 ISO9001 認証取得事業所数の拡大を図ります。
環境	環境法令を遵守し、企業活動を通じて自然環境の保全に努めます。 省エネ・省資源に努め温暖化ガスを削減するとともに、廃棄物の削減に努めます。	グループのCO ₂ 総排出量を2013年度までに2010年度比3%以上削減します。 グループ国内生産工場において、廃棄物総排出量を2013年度までに2010年度比3%以上削減します。オフィス環境対策としてOA用紙の低減を図り、2013年度までに2010年度比3%以上削減します。 ISO14001*2認証取得事業所数の拡大を図ります。
社会	企業市民として、本業を通じた社会的課題の解決に積極的に取り組み、人々の豊かな生活文化の創造に貢献します。	食育活動および次世代教育を推進します。 生物多様性保全につながる活動を行う各種団体との対話や活動協力を行います。 フードバンク活動を支援します。 社会の持続可能性に貢献できる従業員を育成するために、社内教育・研修体制を整備します。
人権・労働	働き甲斐のある職場づくりとワークライフバランスの実現に向けて取り組んでいきます。 法定障がい者雇用率(1.8%)の達成に向けて引き続き取り組んでいきます。	前年に続き従業員満足度調査を実施し、働き甲斐のある職場づくりに生かします。 有給休暇取得の促進に努めます。 時間外労働の削減に努めます。 育児休職制度の活用を男女ともに推進します。 障がい者雇用の促進を図ります。
情報	お客さま・従業員・株主・お取引先など、あらゆるステークホルダーに対し、公正でかつ確かなグループの企業情報をつねに提供し続けます。	適切な開示、メディアに対するタイムリーな広報を心がけます。 webサイトにおいては、商品・事業情報・IR情報に加え、CSR情報の充実を図ります。 年1回CSR報告書を発行します。 IR活動やwebサイトを通じ、ステークホルダーとの双方向コミュニケーションを図ります。
リスク	リスクマネジメントを推進し、事業活動にともなうあらゆるリスクに対する対策や予防に努めます。 また、万が一緊急事態が起こった場合にも事業継続していけるように対策を実施します。	事業を取り巻くさまざまなリスクを抽出、分析、評価し対策を図ります。また、そのための推進体制を整備します。 疫病や地震の発生時に、お客さまや経営への影響を最小限にするために事業継続計画の策定を推進します。
国連グローバル・コンパクト	地球社会の持続的な成長を実現するために、社会のよき企業市民としてリーダーシップを発揮できるグループを目指します。	あらゆる事業活動において、人権/労働/環境/腐敗防止の10原則に則った取り組みを行います。

「世界においしいしあわせを」

*2 ISO14001とは：組織(企業、各種団体など)の活動・製品およびサービスによって生じる環境への影響を持続的に改善し、環境と経営の両立を目指す環境マネジメントシステムの国際規格。

2010年度取り組み実績

【取締役会】

- 取締役会は毎月下旬を定例開催とし、臨時取締役会を含め19回開催しました。

【経営会議】

- 経営会議は原則として毎週月曜日に開催とし、48回開催しました。

【監査役・監査役会】

- 監査役会は9回開催しました。
- 監査役監査は国内32拠点、海外6拠点で実施しました。

【会計監査】

- 会計監査は四半期決算ごとの財務諸表監査を含め、20回実施しました。

【内部監査】

- 監査部監査は国内32拠点、海外2拠点で実施しました。

コンプライアンス体制

CSR委員会

2011年度より、コンプライアンス委員会の機能を統合したCSR委員会において、グループ会社全体からの情報を集約するとともに、グループ会社に置いた「CSR責任者・担当者」との情報ネットワークを通じて啓蒙活動や研修を実施しています。

内部通報制度

法令違反や不正行為などの発生、またはその恐れのある状況を知った従業員が、上司を経由することなく、直接内部通報先(マルハニチロホールディングスCSR統括部)や外部通報先(弁護士事務所)に通報することができる仕組み=内部通報制度をグループ内に整備しています。

コンプライアンス・マニュアルの作成と配布

CSR経営の土台であるコンプライアンスをグループ全体に根付かせていくために、グループ理念とCSR経営指針・CSR社員行動指針・CSR行動規準20カ条との関係やその具体的な内容を、コンプライアンス・マニュアルとしてまとめ、グループ各社に配布し、研修や勉強会の資料として活用しています。

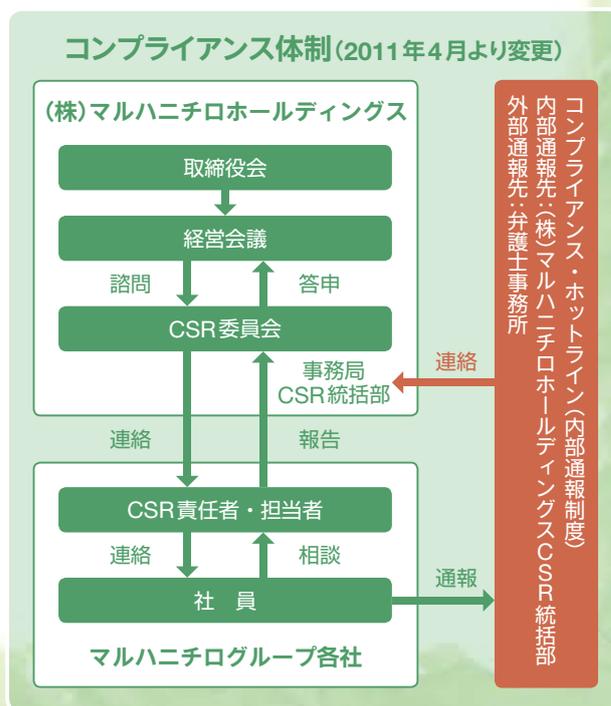
2010年度取り組み実績

【コンプライアンス委員会】

- コンプライアンス委員会は2回開催しました。またコンプライアンス委員会事務局として、コンプライアンス意識の浸透およびコンプライアンス・マニュアルの解説を目的とする研修を2010年7月から2011年2月にかけて国内の38拠点で実施し、約1,200名が受講しました。
- なお、コンプライアンス委員会は2011年度よりCSR委員会に統合されています。

【内部通報制度】

- 約10件の通報が寄せられ、案件ごとに調査を実施し、その結果必要なものについては是正を行いました。



発売から100年、 日本で、世界で愛されてきた 「あけぼのさけ」

特集



2010年、誕生100年を迎えたロングセラー商品「あけぼのさけ」。これまでの総生産量は39億缶に達し、皆さまの食卓で愛されてきました。発売当初からほとんど変わることのない中身や製法、缶ラベルデザイン。そこには今につながる「マルハニチロのDNA」が受け継がれています。

「あけぼのさけ」の歴史～サケ缶誕生から今日まで

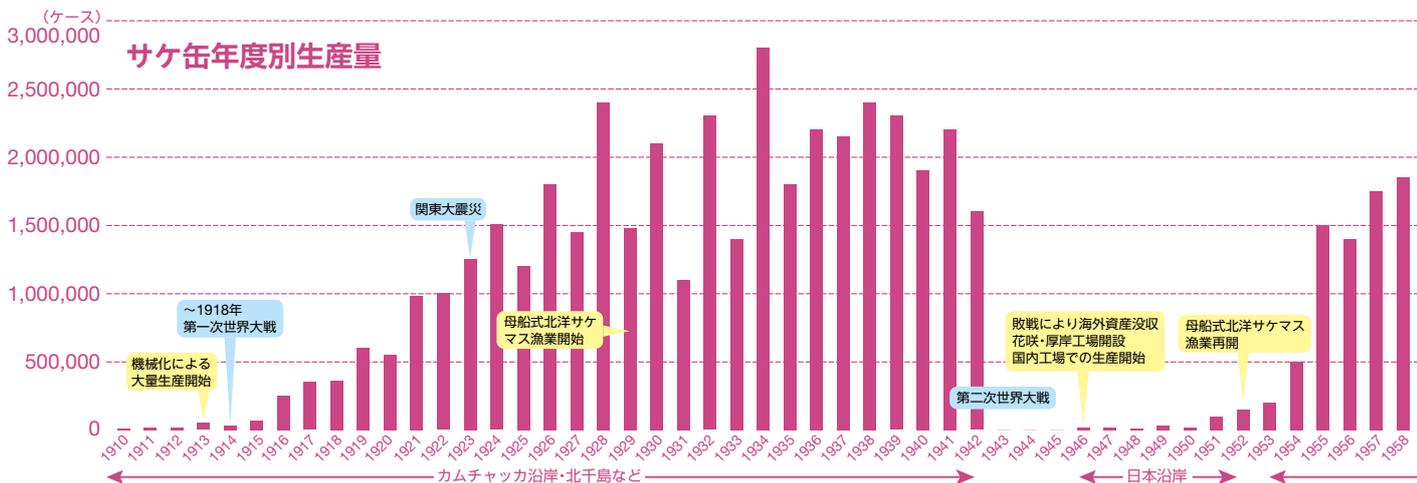
使われていない 資源の有効活用へ

今をさかのぼること100年。人間よりサケの数のほうが多いほどだったカムチャッカ半島で、創業者堤清六は堤商会(旧ニチロの前身)を設立し、貴重なたんぱく資源としてサケを日本に供給しました。そこにはすでに「この大量のサケを有効利用しよう」というサケへの熱い思いがあり、これをきっかけにカムチャッカ半島では多くの工場でサケを原料とした商品が生産されるようになりま

した。創業2年後の1910年には、安値で買い叩かれていたベニサケを使ったサケ缶の製造を開始。まさしくあけぼの印サケ缶の始まりです。大量生産をするため、アメリカから製缶機を買い付け、生産された製品は英国にも輸出して、外貨を得ることができるようになりました。使われていない資源を有効利用し、事業を興して雇用機会を作って地域に貢献しながら、良質な食品を提供し外貨獲得を行う——この姿勢が、サケ缶普及への大きな流れとなりました。



▲ 1927年、カムチャッカでのサケ缶の生産風景



ラベルに記された 熱い思い

当時、最も主要なサケ缶の輸出先は英国でした。やがて「DAY BREAK BRAND(あけぼの印)」ラベルのサケ缶は世界にも知られるようになり、パナマ万博にも出展して高い評価を得ました。

「あけぼのさけ」の缶ラベルには大正時代から「消費者二味方スル者ハ最後ノ勝利者ナリ」と明記されています(現在は複製版に明記)。これは「製造・販売・消費」という流通ルートの中で、食品メーカーとしてつねに消費者の立場に立つという強い意思を示しており、現在でも「複製版あけぼのさけ」のラベルに推奨マーク※として刻まれています。



▲「あけぼのさけ」を生産しているマルハニチロ北日本釧路工場

技術や時代が 進化しても変わらない ブランドへの信頼

地域のなかに入って技術を開発し、そこで食料を供給して生きていくという意識は、今のマルハニチロに受け継がれているDNAのひとつです。1つの缶詰ができあがるまでのさまざまな工程に込められたストーリー、それは「あけぼのさけ」がこれまでにたくさんの試行錯誤を繰り返して歩んできた道でもあり、手塩にかけて育ててきた人たちの軌跡でもあります。

また、「あけぼのさけ」の歴史は、日本が二度にわたる世界大戦を経験し、その後の復興をなしとげ、世界でも有数の経済大国となった時代と

重なります。そのようななかで、原料となるサケの確保、漁業問題への直面、技術改良による味や品質の向上を図る一方で食品としての安全基準の確保など、さまざまな課題や問題にも積極的に対応してきました。100年前から受け継がれてきたDNAには「消費者に味方する、ものづくりの姿勢が刻み込まれています。



▲1924年に発行された「さけ」缶詰料理の葉

※推奨マーク

1920年代、「缶詰普及協会」が発行した推奨マーク、「消費者二味方スル者ハ最後ノ勝利者ナリ」。誕生100年を迎えた「あけぼのさけ」にその思いが込められる。



▲推奨マークの入った「複製版あけぼのさけ」の缶ラベル

● サケ缶の出来事
● 社会の出来事



100th anniversary

「あけぼのさけ」 100周年を記念した取り組み

マルハニチログループでは、「あけぼのさけ」の普及を通じて、原料である「サケ」に対する知識を深めていただくための活動をはじめ、さまざまな「さかな」に関する情報を発信しています。



「あけぼのさけ」 100周年記念イベントを実施

2010年度は、「あけぼのさけ」100周年を記念して、各地でさまざまなイベントを行いました。お客さまに参加していただくワークショップや料理教室を通じて、缶詰の仕組みや原料であるサケについてより詳しく知っていただく機会を設けたことで、「あけぼのさけ」への親しみをより深めていただきました。

2010年5月	豊平川さけ科学館 サケ稚魚体験放流ブース出展【北海道札幌市】
2010年6月	親子で楽しむ料理教室 サケ缶を使って簡単クッキング【愛知県長久手町】
2010年7月	岐阜県博物館 ワークショップ【岐阜県関市】
2010年7月・8月	親子で楽しむ料理教室 サケ缶で簡単フルコース【東京都江東区】
2010年9月	レシピコンテスト【東京都】
2010年10月	千歳サケのふるさと館「あけぼのさけ」100歳おめでとうパーティー【北海道千歳市】
2010年10月	東京都食育フェア【東京都渋谷区】
2010年11月	「あけぼのさけ」で簡単フルコース【広島県広島市】
2011年2月	釧路市立博物館 おいしいだけじゃないサケ缶に学ぶサケのみみ【北海道釧路市】



▲レシピコンテスト表彰式(2010年9月)



▲水族館で「あけぼのさけ」100歳おめでとうパーティー(2010年10月)

C O L U M N

今まで100年間ありがとう!

100年もの間、変わらずに愛され続けてきた背景には、「あけぼのさけ」のファンの方からの叱咤激励を真摯に受け止めてきたことがあると思います。お客さまをはじめお取引先やOBには、新物が出ると必ず食べ比べしてご意見をくださる方がたくさんいらっしゃいます。クラシックなサケ缶のよい面は残しつつも、次世代の方にもサケ缶を愛してもらえるように、さらに進化を続け、「あけぼのさけ」のファンを増やしていけるようにがんばるとともに、私も「あけぼのさけ」の一ファンとしてこれからもサケ缶を愛し続けていきたいと思っています。

私にとつての「おいしいあわせ」
心のもった食事で大切な人を
笑顔にすること!

武長康裕 [Takenaga Yasubiro]
(株)マルハニチロ食品
市販用食品第一部 市販用缶詰課



C O L U M N

「あってよかった!」という一品へ

缶詰＝非常食、主婦の手抜きを助ける代用品などと思われがちですが、「あけぼのさけ」を一口食べれば、そうした先入観は一瞬にして覆されてしまうと思います。新鮮な獲れたての原料を使い、手間ひまかけて商品化しているからこそその抜群のおいしさに驚かされることなのでしょう。ちょっと工夫すればいろいろな料理の材料にもなり、家計にも優しい商品です。「あってよかった!」と思える家庭の台所のコンビニ的な存在であり、それが長く愛され続ける理由だと思います。

私にとつての「おいしいあわせ」
どんな気分の時でも明日への
活力を与えてくれる魔法!

笠島幸 [Kasajima Sach]
(株)マルハニチロマネジメント
総務人事部 マルハニチロプラザ



C O L U M N

サケのことならなんでも「サーモンミュージアム」

マルハニチログループのwebサイトには、楽しくてためになるサケの情報が満載の公式サイト「サーモンミュージアム」があります。サケに対する思いや情熱、知識や技術、さまざまなサケの情報や経験がたくさん詰まっています。サケのことなら何でもわかりますので、ぜひ一度ご覧ください。



「サーモンミュージアム」のURL
<http://www.food.maruha-nichiro.co.jp/salmon/>

マルハニチロ「おさかなポスター」

1980年頃に誕生した「おさかなポスター」をリニューアル。すでに「鮭」「鮭鱒」「鯛」「海老」「蟹」をシリーズ化し、順次追加予定です。各シリーズで、生魚に近い精密なタッチのイラストを約20種類掲載し、それぞれの特徴や料理方法などの解説をつけています。



▲鮭・鱒シリーズ ©鈴木勝久

お子さまからさかなのプロまでお楽しみいただける充実の内容は、海外からも高い評価を得ています。

これからも皆さまとともに

「あけぼのさけ」は原料となるサケの捕獲から、お客さまのもとへ届くまでに、たくさんの手順があり、多くの人の手がかかっています。これに携わる一人ひとりが責任を持って業務にあたり、「あけぼのさけ」への愛情とともにお客さまへ届けたいという気持ちは、100年もの間受け継がれてきました。100年ブランド史のなかで多くの人の誇りと熱意で「あけぼのさけ」

広く長く愛される「あけぼのさけ」

2010年度より現在の配属となりましたが、最初に3つの驚きがありました。自社に、「100年も続く商品がある」こと、その商品が「どこの量販店の棚にも並んでいる」こと、そんなにも広く長く愛される素晴らしい商品を「今まで知らなかった」ということ。ある日、それまで何も食べてくれず看護師を困らせていた入院中の祖父に「あけぼのさけ」を差し入れると、嬉しそうに食べてくれたのを見て、「あけぼのさけ」の力を思い知りました。

私にとっての「おいしいあわせ」
 「おいしい」と思えることは、
 元気で体調が良いというあかし。



綱島有希 [Tsunashima Yuko]
 (株)マルハニチロ食品 関西支社 市販用食品課

C O L U M N

シンプルだから長く愛される

「あけぼのさけ」が100年も続いているのは、一番おいしい時期のカラフトマスを原料にして、素材そのものを生かしているからだと思います。やはりシンプルであることが、ずっと愛されている理由ではないでしょうか。これからも築きあげた伝統を守り続け、今まで以上に愛される缶詰であって欲しい。そう思える製品です。

私にとっての「おいしいあわせ」
 笑顔になれるおいしさを人に
 伝える喜び。



星野綾子 [Hosbino Ayako]
 (株)マルハニチロ北日本 釧路工場 製造課

はここまで育てあげられ、そして私たちも「あけぼのさけ」に育てられ、今があります。

今まで築きあげてきたブランド力を大切にしながら新たなお客さまへ、「あけぼのさけ」に私たちの思いを乗せて、おいしいしあわせを届けたい。そんな確かなつながりをこれからも大切にしていきたいです。



▲現在のマルハニチロのサケ缶ラインアップ



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、2010年度の主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

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 品質保証について

マルハニチログループでは、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における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と指示伝達、さらに結果についてトレースするとともに、情報の共有化が行われます。また、グループ全体の品質保証の向上を目指し、「ISO」と「HACCP」の認証取得を進めています。2010年度の取り組みとしては、ニチロ畜産(株)、(株)ニチロシーフーズ、神港魚類(株)でISO9001(p12参照)を、(株)中央すりみ研究所でISO/IEC17025:2005※を取得しました。

※ 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。

品質保証体制・方針については、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/csr14100.html>

2010年度マルハニチロブランド 商品回収事例

2010年度はマルハニチロブランド商品の回収を2回行いました。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。マルハニチログループでは、回収を行った事例について原因を徹底的に追求し、再発防止を図っています。

商品回収事例

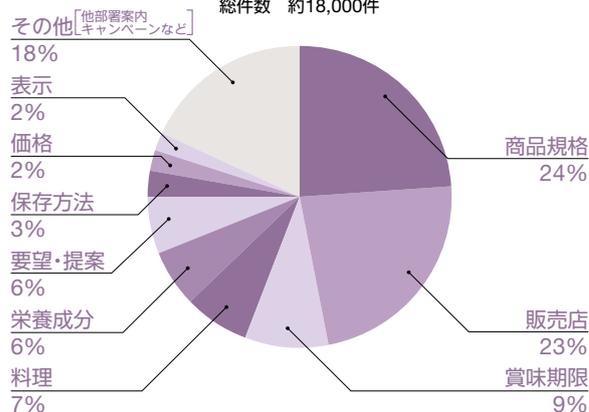
年月日	対象商品	対象賞味期限	回収理由
2010年7月1日	冷凍食品「中華丼の具3袋入」	2011年9月12日	商品の一部に製造工程内に使用されているパッキングが破損し、混入したため
2010年9月11日	「あけほの まるごとほたて水煮(内容量70g)」 「あけほの まるごとほたて水煮3缶シュリンク(内容量70g×3缶)」	2013年7月1日	商品の一部に膨張缶が認められたため

皆さまからの声を今後の商品づくりに役立てていきます

商品の安全性などに関する情報をできる限り提供し、お客さまとコミュニケーションをとりながら「おいしいあわせ」を実感してもらえる商品をこれからも守り続け、作り続けます。皆さまに安全・安心をお届けするためにさまざまな取り組みを行っています。お客さまからいただいた貴重な声は、社内で共有し、よりよい商品づくりに役立てています。

2010年度にお客さまからいただいた声

総件数 約18,000件



お客さまの声により生まれ変わった商品

【カップゼリー】カロリー表示記載へ



▲ゼリーを食べたいけれど、カロリーが気になる

▲見やすいカロリー表示記載

お客さまの声が商品に反映されるまで

お客さまの声がお客さま相談室に寄せられる。

改善が必要と思われる案件について検討会議を実施する。

改善の趣旨、目的を明確にして担当の部署へ改善の依頼をする。

それぞれの担当部署で対応が可能か検討を重ねる。

商品に、お客さまの声が反映され、生まれ変わる。

お客さまの声に 応えるために

私たちは、商品に関わる業務でのスキルアップのために、教育研修を行っています。商品の表示に関する研修やCS研修※・衛生管理など、品質保証に関わる知識を習得し、お客さまに安心して商品を味わっていただけるように努めています。

※CS(顧客満足度)研修では、苦情発生時の調査方法や報告書のまとめ方における担当者のスキルアップを目指します。

CS研修に参加して

私は日常の業務のなかで苦情調査と調査報告書の作成も担当しています。今回参加したCS研修では、苦情調査で注意すべき要点が体系的かつ分かりやすく説明されていました。その結果、さまざまなケースに応じた調査分析方法や調査報告書の表現方法を学ぶことができました。また、グループで調査対応をシミュレーションする研修もあり、数人がアイデアを出し合うことで一人では見落としがちな部分に気づくことができ、より正確な調査報告書を作成できるようになりました。講義のなかで特に印象に残ったことは、苦情調査において重要な「正確」と「迅速」という2つのキーワードです。今後はCS研修で学んだことを生かし、お客さまに満足、安心していただけるよう「正確」かつ「迅速」な対応に努めていきたいと思っております。

私にとっての「おいしいあわせ」

夕食後にカップアイスを食べているひと時!

石原裕太 [Isibara Yuta]
(株)マルハニチロ北日本 富良野工場 品質管理課



介護食への 取り組み

マルハニチログループが介護食品の販売展開を始め、今年で7年目を迎えます。2010年からは在宅向け介護食への取り組みを始め、新たなお客さまからご意見やご要望などが多数寄せられました。

寄せられたお客さまの声

●障がいを持つお子さんのお母さまより

子どもに一生とんかつを食べさせることはできないと思っていたが、食べさせてあげることができた。

●老老介護のご家庭より

妻が介護状態。電子レンジで簡単に調理できる介護食品は重宝している。

●親を介護しているご家族の方より

現在、通信販売で購入しているが量販店では購入できないか？

介護食品のこれからの課題について

介護食品を購入される方の傾向として、まとめ買いをされる方が非常に多く見受けられます。理由としては、お客さまの声からも分かるように、一般小売(食品スーパー・ドラッグストア・百貨店など)での取り扱いが非常に少ないこと、売場も分かりづらいことなどが挙げられます。

現在の介護食品の市場は、病院や入所型介護施設への供給が生産量の約80%を占めています。一方在宅介護を対象とした商品供給高は全体の20%にとどまり、要介護人口の約70%が在宅介護者である現状を考えると、到底需給バランスが整っているとはいえません。

その理由を考えてみると次のようなことが挙げられます。

- ①メーカー側：売場が確立されていないため、生産効率を考えると商品の発売の見通しが立たない。
- ②小売店側：売場効率優先のため、消費者の需要が不鮮明な商品の採用は避けられる。
- ③消費者：介護食品の認知度が低い。必要となつてから商品を探す店頭で探し出すことが困難。

メディケア食品 家庭用介護食品ラインアップ一例



これらの理由から、超高齢社会に向けてメーカーと小売店が一体となって介護食品の普及・啓蒙活動を行っていくことが必要な時期にきていると考えられます。また、高齢者や被介護者の方と密接に関わる専門ワーカー(ケアマネジャー・看護師・ヘルパー)の方々にも介護食品に対する知識を持っていただき、介護食にお困りの方々に種類や内容を積極的に紹介していただくことも重要であると考えています。

●全国の介護に携わる専門ワーカーの方に商品の紹介や勉強会を積極的に開催しています。



▲専門ワーカー向けセミナーの風景

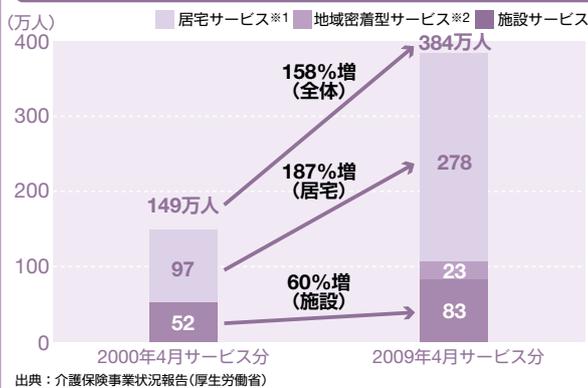
これからもマルハニチロ食品は、今後の社会が確実に直面する介護という課題に、「食」という観点から取り組んでまいります。



▲メディケア食品盛り付け例

介護保険による介護サービス受給者数の推移

- サービス受給者数は、9年で約235万人(158%)増加。
- 特に、居宅サービスの伸びが大きい。(9年で187%増)



- ※1 2000年4月サービス分は、介護予防サービスを含む。
- ※2 地域密着型介護予防サービスを含む。
- ※3 介護予防サービス、地域密着型サービスおよび地域密着型介護予防サービスは、2005年の介護保険制度改正にともなって創設された。

介護食品の普及・啓蒙活動

マルハニチロ食品では、介護食に関する問題を解決し、普及・啓蒙のためにさまざまな活動を行っています。最近では大学や専門学校の介護に関する講義分野でマルハニチロ食品の介護食品が教材として使われている場面も広がってきています。

〈主な活動〉

- 介護食品の普及・啓蒙のため学会・栄養士会へ積極的に参加しています。
- 介護食品を容易に理解いただけるようなwebサイト「メディケア食品」を開設しています。

C O L U M N

メディケア食品の開発に関わって

「簡単」「安全」「おいしい」食事は、介護者にとっても被介護者にとっても、一番喜ばれるのではないのでしょうか？マルハニチロ食品の冷凍技術は高く、「簡単」「安全」「おいしい」に加えて「保存がきく」という商品は、高齢者世帯にとって大変魅力的だと思います。思わず舌鼓を打つくらいのおいしさを追求したいと、開発に関わらせていただきました。「食べることは生きる喜び、おいしいものを食べるために元気でいたい」と思えるような商品の開発を期待しています。



麻植有希子先生 [Oe Yukiko]
高齢者栄養ケア連絡会代表
管理栄養士 臨床栄養士

献立例や専門家のコラムなどをはじめ、関連情報を掲載しています。

詳しくは、メディケア食品webサイトをご覧ください。

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



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

2007年の旧マルハと旧ニチロの経営統合から3年。「企業は何よりも人にある」という社訓を実践し、グループ内の貴重な人的資源を有効に活用するために、「働きやすい職場づくり」に向けた取り組みを実施しています。

2010年度の取り組み

人事制度の統一

2010年度は経営統合後に一部未着手であった労働条件および福利厚生制度の統一を行いました。今後は2014年度新人事制度導入を目指し、労使合同で「新人事制度構築委員会」を発足させ、構築作業に取り組む予定です。

また2010年4月には、旧マルハユニオンと旧ニチロ労働組合がマルハニチロユニオンに統合されました。従業員にとって働きがいのある職場となるよう、労使ともに努めてまいります。

ワークライフバランス

ワークライフバランスへの取り組みとして「育児休職制度」の拡充および取得推進、「計画年休設定」による休暇を取りやすい環境づくりなどに取り組んでいます。その結果、2010年度の「育児休職制度」の取得実績は女性6名(男性0名)でした。また、平均年次有給休暇取得日数は7.9日(前年度実績7.8日)でした。サービス残業防止の取り組みとして、会社・部署・個人ごとに就労時間管理を行っています。早出・残業の事前申請や残業時間情報を社内で共有することで、業務の効率化と適切な人材配置を促しています。

マルハニチログループ従業員満足度調査

2009年度に実施した従業員満足度調査の結果、能力を生かしきれていないと感じる従業員の存在と、経営への信頼がワークモチベーションの向上に大きく影響することが課題であると分かりました。

能力に見合った業務配分と適切な人員配置は、経営資源を有効に活用するために大変重要な課題です。マルハニチログループ主要事業会社では、これまでも評価面接および人事異動希望調査を実施していますが、上司部下間の対話の推奨や、正しい評価能力を身につけた管理職育成のための研修などを引き続き実施します。

また、経営トップの意思伝達のために、組織内でのコミュニケーションはもとより、機会をとらえた直接の対話や社内報やイントラネットを利用して、経営トップの意思の共有に努めています。

2010年度の採用者数

マルハニチログループにおける2010年度新卒採用者数は、21社125名であり、そのうち主要事業会社であるマルハニチロ水産、マルハニチロ食品、マルハニチロ畜産における新卒採用者数は、31名となっています。

人材育成

マルハニチログループでは、人材育成の取り組みとして能力開発制度を取り入れています。この制度は能力開発体系にもとづき、各役割に対応した研修を実施しています。また、従業員各人のスキルアップを図るべく、自己啓発研修などの各種研修のラインアップを充実させています。

健康管理

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、毎年全従業員と被扶養の配偶者を対象に健康診断を実施し、27歳以上については生活習慣病検診を行っています。また、生活習慣病と診断された従業員を対象に保健指導も行っています。メンタルヘルス面では、東北地方太平洋沖地震への対応として、さまざまなストレスや、経済面・健康面などの不安の継続からうつ状態にならないよう、東北地区を中心にサポートしていきます。

多様性の尊重

マルハニチログループでは、多様性を尊重した職場づくりを目指しており、その一環として障がい者雇用の積極化を進めています。2011年3月現在の障がい者雇用率は、マルハニチロ食品1.99%、マルハニチロ水産1.30%です(法定雇用率1.8%)。今後も障がい者雇用促進法の趣旨や社会的責任を踏まえ、積極的な雇用を行うべく職場環境の整備や職域拡大を図っていきます。

また、すべての従業員の能力開発を図るとともに、持っている経験・技能を生かし、さらなる活躍ができるような職場づくりを積極的に検討していきたいと考えています。

従業員への人権啓発

マルハニチログループでは、従業員が人権に関するさまざまな問題について学び、人権を尊重した働きがいのある職場づくりを行うために、毎年人権啓発研修を実施しています。2010年度は9事業所において実施し、324名の従業員が受講いたしました。

C O L U M N

育児休職取得後、復職して思うこと

職場の方々や家族からの後押しもあり、育児休職を取得しました。復職に際しては、仕事をしながら子育てができるのか不安でした。実際に復職し、職場の方々の支援や、育児休職および育児時短勤務に対して深いご理解を示していただいていることに、毎日感謝しながら働いています。復職後は、子どもとふれあえる時間は限られていますが、親子でいられる時間はしっかり母の顔に戻り、子どもの心よりどころでいたいと思っています。

私にとっての「おいしいしあわせ」
家族揃ってのいただきますと、
笑顔いっぱいのごちそうさまです。

若井敦子 [Wakai Atsuko]
(株)マルハニチロマネジメント
総務人事部 給与厚生課



C O L U M N

インターンシップを経験して

大学三年次の夏季休暇中にインターンシップを受けました。「会社で働く」意味を知らない私にとって、それはとても貴重な体験として心に刻まれています。インターンシップは、体験した時間の長短ではなく、体験そのものに意味があると考えます。

今は人事課で逆の立場としてインターンシップを主催していますが、学生に対しては可能な限り密度の濃い時間を過ごしていただくことを心がけ、取り組んでいます。

私にとっての「おいしいしあわせ」
とっもお腹が空いたときの
はじめのひとくち。

前田さやか [Maeda Sayaka]
(株)マルハニチロマネジメント
総務人事部 人事課



お取引先とともに 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ながら適正な関係を構築していくとともに、公正かつ透明な取引を行っていきます。また、国連グローバル・コンパクトを支持し、グリーン調達指針の維持や実行にも取り組みながら、お取引先との安定的な関係の構築にも取り組んでいます。

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、お取引先との公正かつ透明な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関係法令を理解するとともに、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をつねに念頭において行動することが肝要です。

マルハニチログループではCSR行動規準20カ条のなかでコンプライアンスに関する行動規準を定めています。そして、その周知徹底のために、従業員一人ひとりにコンプライアンス・マニュアルを配布し、イントラネットによる社内教育および全国各地での集合研修の実施により啓蒙を行っています。

これからもお取引先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施行しています。この指針の運用は、各事業所において実施要綱を定め推進することとなっています。

2011年度からの中期計画では、グリーン調達実施状況の把握と推進の仕組みを作り、次のステージである人権・労働の視点を付加したCSR調達指針の策定に向けて取り組んでまいります。

魚栄会 ～共存共栄のために～

マルハニチロ水産では、北海道、東北、関東、中部、関西、中国、四国および九州の各地区において、各地の水産物卸売市場に入場している卸売業者を中心に設立された「マルハニチロ魚栄会」という会を構築しています。魚栄会の歴史は、旧マルハと旧ニチロの経営統合前の「マルハ魚友会」「ニチロ水産会」にさかのぼり、2011年3月末現在の会員数は137社となっています。

2008年4月に「マルハニチロ魚栄会」として発足してからも、例年開催される総会において、事業方針説明、社内外の講師による講演会および懇親会を通じて、会員相互間の親睦を深めています。

魚栄会では、水産物流通の円滑化を図り、安全・安心な水産物をお客さまに安定供給することを目的として、お取引先と切磋琢磨しながら、共存共栄できる強力な関係を作ってまいります。

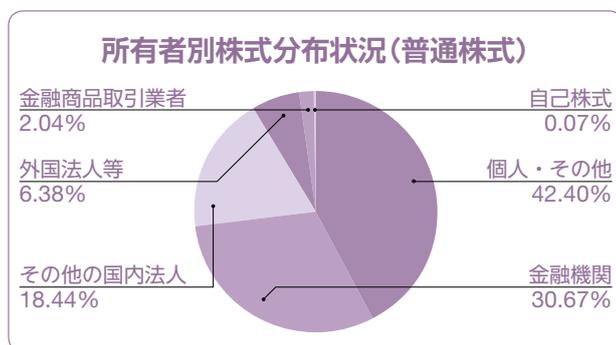


株主・投資家とともに 対話を大切にしたい

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。情報発信だけにとどまらず、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。



います。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。



▲2011年6月、本社で開催した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では適切かつ迅速な情報開示を目指し、IRサイトとして、いっそうの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
<http://www.maruha-nichiro.co.jp/ir/>

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



▲2010年に開催された第6期株主総会の様子

す。例年多くの企業が開催している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って

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、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）

地域社会とともに よき企業市民でありたい

2010年度で、3年目を迎える子どもたちへの理科実験授業や、各地でのさまざまなイベントを通じ、地域の皆さまとのふれあいや交流の場を設けました。また海外でも子どもたちへの支援活動を行うなど、企業市民としての役割を果たしています。

〔理科実験授業〕

子どもたちに 「命」の大切さを伝える

マルハニチロホールディングス中央研究所では、マルハニチログループの事業活動を通じ、「僕らが食べるおいしいサケの謎に迫る～サケの誕生物語と生命の設計図の秘密～」というテーマで理科実験授業を実施しています。これまでに千葉県の小学校5、6年生を対象に、「たんじょうのふしぎ」という単元にもとづき、サケの一生に関するクイズ、卵や成魚の観察、サケ白子からのDNA抽出実験を行ったり、サケに関する研究内容を紹介しました。食品として身近な「サケ」と、生物としての「サケ」の興味深さや実験の両方を体験してもらい、「サケ=食べ物」は命であることを伝えています。

理科実験授業への取り組み3年目となる2010年度は中央研究所のあるつくば市内の4校で実施しました。

授業を受けていただいた全9クラス・約300人の児童からは、たくさんの質問や感想をいただき、私たちが授業に込めた思いが伝わっていることを実感できました。同時にお客さまと接する機会が少ない研究所員にとって、地域の皆さまとの貴重なコミュニケーションの場であることを再認識しました。

今後も授業を継続することで、つくば市の小学生の教育・未来に貢献し、地域の皆さまにとって身近な存在になっていきたいと考えています。



▲オリジナルのテキスト

授業を受けた小学生の感想

わたしはもともと魚が好きなのでサケのことを学んで
とてもおもしろかったです。しょうらいわたしは魚をけんきゅうするにと
をしたいのだけれど、この図かんなどをよみました。サケのたん生
かけんきゅうについてしらないことがたくさんあったのでと
もためになるけんかんでした。ぜひまたきてください。
魚と魚のことをしりたくなりました。

最後の食べものは命だという詩で、なるべく
食べ物を大切にしようと思いました。

DNAを取り出す実験を初めてして、わたしがいにな
っていたのかとこいと思いました。
私も何か研究ができればいいと思います。



▲冷凍のサケを観察



▲DNA抽出実験の様子



▲抽出されたDNAをじっくり観察

【海外での取り組み】

教育支援と 子どもたちへの支援(アメリカ)

かにかまぼこ製品で全米小売市場トップシェアを誇る水産加工・販売を行っているマルハニチログループのトランスオーシャンプロダクツ(TOP)では、教育支援と子どもたちに向けた支援を軸に、地域社会に貢献しています。

かにかまぼこ工場のあるベーリンガムは、ワシントン州シアトルから車で北に2時間弱の、カナダの国境近くにある人口8万人の風光明媚な町です。2010年5月に2万人の学生を抱える地元のウエスタンワシントン大学で、日本の文化や学術が紹介される恒例のジャパンウィークが開催されました。

TOPは1997年以来14年間継続してこのイベントを支援しており、2000年以降は、TOPの従業員が地元のベーリンガムテクニカルカレッジ(科学技術短期大学)の諮問委員会の委員を務めています。

2010年度は、職業体験学習の一環として、かつて工場で使用していた旧式のボイラーを寄付し、その操作方法を教えて学生の工場現場見学の受け入れを行うなど、学生たちの教育支援も行っています。

アメリカでは、2008年のアメリカ金融危機以来、税収の減少と、景気浮揚のための財政政策の増加で、政府、自治体の赤字が大きく膨らみ、福祉への支援が先細りしています。2010年度も、従業員がさまざまな資金調達のための募金活動に参加したり、子どもたちを支援する約7つのNGOに参加し、イベントを企画したり、英語を第二外国語とする学生のために、英語授業のサポートを行ったり、地元高校のロボット競技チームへの寄付などを行いました。これからも地元

根を下ろした企業として、さまざまなかたちで支援を続けていきます。



▲ロボット競技チーム

C O L U M N

理科実験授業担当者より

理科離れが懸念される現在、子どもたちが目を輝かせながら実験に取り組んでいる姿は、非常に印象的でした。授業をとおして、理科のおもしろさ、また『命』とは何なのか、という問題に少しでもふれていただけたらと思います。

私にとっての「おいしいあわせ」
一人でも多くの人の「おいしい思い
出」づくりのお手伝いをすること。

横川久美子 [Yokogawa Kumiko]
(株)マルハニチロホールディングス
中央研究所 第一研究グループ



[国内での取り組み]

地域社会とのコミュニケーション

マルハニチログループは地域社会の皆さまとのコミュニケーションの一環として毎年、国内各地で料理教室・ワークショップ、清掃活動に参加しています。2010年度は「あけぼのさけ」100周年を記念したイベントを含め、多彩な活動で地域の皆さまと交流することができました。

広島県

清掃活動

広島平和記念公園一斉清掃 参加

場 所：広島平和記念公園(広島県広島市)



料理教室

親子で楽しむ料理教室 開催

場 所：商工センター住宅展示場エコス
(広島県広島市)

参加者：親子12組

内 容：「あけぼのさけ」を使った料理教室
オリジナル缶詰づくり

滋賀県

料理教室

親子で楽しむ料理教室 開催

場 所：四番町スクエアひこね街なかプラザ
(滋賀県彦根市)

参加者：親子23組

内 容：サバを使った簡単料理教室・食育講座



岐阜県

ワークショップ

おいしく学ぶサケ缶のヒミツ 開催

場 所：岐阜県立博物館(岐阜県関市)

参加者：23名

内 容：サケや缶詰について学ぶワーク
ショップ・試食・レシピ提案



山口県

清掃活動

しものせき美化美化(びかびか) キャンペーン 参加

場 所：下関市内(山口県下関市)



清掃活動

アースコンシャスアクト クリーンキャンペーン 参加

場 所：ひこっとランドマリンビーチ
(山口県下関市)



鹿児島県

災害支援

奄美地方における豪雨災害支援募金寄付

2010年10月20日に鹿児島県奄美地方で発生した記録的な大雨による被害に対し、災害支援募金活動を行いました。

栃木県

工場見学

夏休み親子工場見学会 実施

場 所：(株)マルハニチロ食品 宇都宮工場
(栃木県宇都宮市)

参加者：親子30組

内 容：工場見学・試食・環境への取り組み
説明

愛知県

次世代教育支援

社会科見学

場 所：(株)マルハニチロ物流 中部支社
日比野物流センター
(愛知県名古屋市)

参加者：小学2年生

内 容：市内小学生の社会科見学の一環とし
て物流センターを案内



料理教室

親子で楽しむ料理教室 開催

場 所：愛知県長久手町

参加者：親子30組

内 容：サケ缶を使った簡単料理教室・魚の
話とクイズ・缶詰を使った料理の試
食



詳細は、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/csr14500.html>

秋田県

料理教室

一般消費者向けの料理・食育教室開催

場 所：大館市立中央公民館 調理室
(秋田県大館市)

参加者：量販店が募集した地域の方々 18名

内 容：「お魚上手」になる料理教室・食育講座



北海道

ワークショップ

さけ科学館サケ稚魚体験 放流ブースへ出展

場 所：さけ科学館(北海道札幌市)

参加者：約1,000名

内 容：サケの一生をまなぶワークショップ



青森県

伝統文化の継承

2010年青森ねぶた祭 出陣

場 所：青森県青森市



料理教室

親子で楽しむ料理教室 開催

場 所：アピオあおもり(青森県青森市)

参加者：親子11組

内 容：デコレーション弁当づくり・食育講座



群馬県

工場見学

冷凍食品工場親子見学会 実施

場 所：(株)アクリフーズ 群馬工場
(群馬県大泉町)

参加者：冷凍食品技術研究会が公募した小中学生およびその家族 15名

内 容：工場見学・衛生管理や品質管理の取り組み説明・試食



宮城県

災害支援

東北地方太平洋沖地震 支援

2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震に対し、募金活動ならびに救援物資支援を行いました。

工場見学

冷凍食品工場見学会 実施

場 所：(株)マルハニチロ食品 石巻工場
(宮城県石巻市)

参加者：取引先募集の一般消費者の方々 31名

内 容：工場見学会・品質管理の取り組み説明・デコレーション弁当教室

神奈川県

環境保全

国際海岸ビーチクリーン アップキャンペーン参加

場 所：鵠沼海岸(神奈川県藤沢市)



東京都

料理教室

親子で楽しむ料理教室 開催

場 所：江東区総合区民センター(東京都江東区)

参加者：親子50組(全6回)

内 容：料理教室・オリジナル缶詰づくり



ワークショップ

第4回東京都食育フェアへ出展

場 所：代々木公園ケヤキ並木通り(東京都渋谷区)

内 容：オリジナル缶詰づくり、サケの一生をまなぶワークショップ



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。

未来世代のために マルハニチログループの環境理念

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。

環境方針の見直し

2010年度は、2011年からの中期3カ年に向け、環境に対する企業のあり方とはどういうものなのか、マルハニチログループの未来環境経営像はどうあるべきなのかを再度整理し、環境方針の見直しを実施しました。時代の変化を見据え、新しい環境方針のもとに環境経営の基盤を磐石なものにするための取り組みを推進していきます。

環境方針

- ① 社会との共生を図り、地球自然環境の保全に努める。
- ② 環境に配慮した開発、調達、生産、流通を積極的に推進する。
- 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 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。
- ⑤ 環境関連の法規制を遵守する。
- ⑥ 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。
- ⑦ 環境マネジメントシステムを構築し、継続的改善を図る。

オゾン層保護と地球温暖化の 防止に向けて ～自然冷媒※の採用～

冷凍・冷蔵設備に冷媒として使用されているフロン(R-22)は、オゾン層破壊の原因物質であることから、2020年までに全廃することが法律で決まっています。また、その代替物質である代替フロン(HFC)もまた、大気に放出されることで地球温暖化への影響が大きいことが懸念されています。

そのため、マルハニチログループでは、“既存のフロン使用設備の更新および新規冷凍・冷蔵設備の購入に当たっては、代替フロンではなく、より地球環境に優しい冷媒である自然冷媒を使用した設備を採用する”という考えのもと、設備の更新・新規購入を進めています。

これにより、オゾン層保護だけでなく地球温暖化にも配慮した設備導入となるように活動を進めています。

※自然冷媒
自然界にもともと存在する物質で冷媒としての性質を持つもの。

脱フロンへのグループ各社の取り組み

事例①

自然冷媒への設備更新と省エネ施策の実施

～九州魚市～

九州魚市の佐賀魚市場冷蔵庫では、2009年度にフロン冷却設備を全面的に見直し、自然冷媒設備(アンモニア、CO₂二元式)への更新を行いました。設備の更新とともに、装置の省エネ化や安定した断熱効果を図る素材を採用するなど、さまざまな省エネ施策を合わせて実施することにより、従来の設備に比べて電気使用量は47.2%まで下がり、CO₂排出量は294トン/年を155トン/年に削減しました。



▲冷凍機など主要機器へのインバータ設置によりきめ細かな運転管理が可能になった



▲高効率ユニットクーラー(上:吸い込み、下:吹き出し)を採用したことにより、大幅な省エネが図れた

事例②

空気冷媒の導入に向けて

～マルハニチロ九州、マルハニチロ北日本～

マルハニチログループでの自然冷媒設備の採用は、アンモニアとCO₂を使用した設備が主体でした。2011年度は取り組みを一段進め、より省



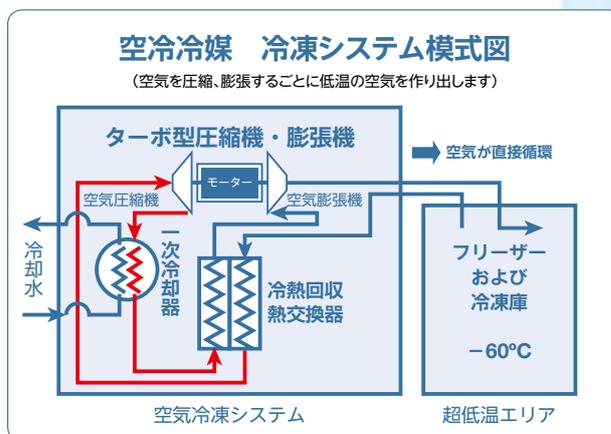
▲空気冷凍システム

エネ性能に優れた「空気冷媒」を採用した超低温設備の導入を実施します。

2011年度は、マルハニチロ九州では、経済産業省の技術開発助成金※を活用して超低温フリーザーを導入し、年間約34トンの電力由来CO₂の削減とフロンガス600kg(CO₂換算2,352トン)の削減を予定しています。また、マルハニチロ北日本においても空気冷媒

を採用した超低温F級冷蔵庫(-60℃)の導入を進めています。

※「代替フロン等排出削減先導技術実証支援事業」(95百万円)



事例③

技術革新に対応した実践に強いエンジニアの育成

～マルハニチロ物流～

今回の東北地方太平洋沖地震以降の計画停電や節電といった不測の事態への対応は、限られた電力のなかで、設備のパフォーマンスを最大限引き出すという点



▲設備基本教育(電気編)の様子

で、人の知恵や経験にもとづいた設備管理の重要性を再認識させられました。

脱フロン・省エネについて技術革新や最新設備が注目されがちですが、こうした最新技術を生かしきるにはやはり知恵や経験を蓄積した「人」の存在が欠かせません。

マルハニチロ物流では、状況に応じた最適な設備の運転管理を行うために、エンジニアの育成体系の整備と確立を目指した活動をスタートしています。

- ①設備を大切に維持し、長く安定的に管理できる人材
 - ②設備の省エネ性能を最大限発揮できる人材
- の育成を目標に、これまで培ってきた技術を伝承する教育体系の構築を目指しています。

2010年度 教育活動状況

教育内容	実施期間	延べ時間
設備基本教育	4月～9月	20時間
冷凍機入門	4月～10月	20時間

マルハニチログループの環境活動

マルハニチログループでは、すべての業種・業態において、事業活動のなかで環境配慮(エコ【eco】)の要素は付加(アディクション【addition】)することができるという考えのもとエコアディクション活動の展開を行っています。

この活動を通じ、グループ内の各企業が自社の事業において、“業務の改善”と“環境改善”の両立を考え、実践していくことで、未来社会に向けた事業基盤の確立と、地球社会とともに持続可能な発展を遂げていくことを、グループ全体で目指しています。

2010年度 エコアディクション活動報告

エコアディクション活動では3つの目標を掲げ活動を実施しています。ここでは、2010年度の活動結果を報告します。

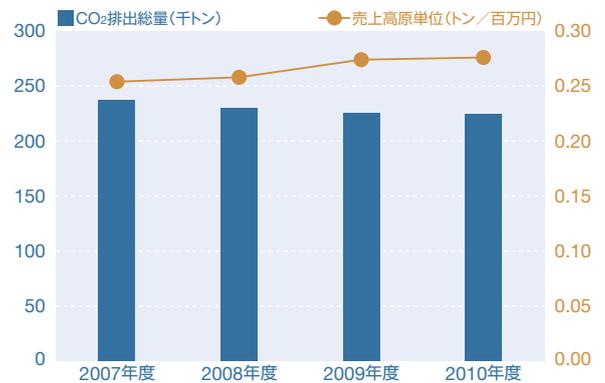
環境関連データについて

水の使用量、廃棄物排出量などの環境関連データならびにデータ集計の対象企業情報については、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/csr15600.html>

マルハニチログループCO2総排出量推移



エコアディクション3つの活動

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「エコアディクション」をする。

エコ企業

CO2排出量の削減

目標

グループ全体のCO2排出量を2010年度までに2007年度対比5%削減する。

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。

2010年度活動結果

エコ事業展開企業

事業の特性に合わせて目標を設定し環境配慮を実施する活動になります。2010年度は、マルハニチロホールディングスの国内連結対象34企業(前年度26企業)に活動を展開しました。次ページに取り組み事例の一部をご紹介します。

エコ企業進捗状況

2010年度CO2総排出量は、223,760トン(2007年度236,829トン)でした。2007年度比で5.5%の削減となり目標を達成しました。しかしながら、当初目標であった売上高原単位は、2010年度0.28【トン/百万円】であり、2007年度比9.2%の増加(2007年度実績0.25【トン/百万円】)となりました。

エコオフィス進捗状況

2010年度コピー用紙使用量は9,764【枚/人】でした。2009年度比3.2%の増加(2009年度9,461【枚/人】)となり目標を達成できませんでした。グループ内企業の統廃合に関連した書類の増加が、コピー用紙使用枚数の増加に影響しています。

エコ企業目標変更について

2010年度は売上高の影響を受けない総量での目標を設定し、活動の展開を行いました。

エコアディクションのグループ各社の取り組み

マルハニチロ畜産の取り組み

油を使わない[®]ノンフライ製品[®]の
開発と販売

マルハニチロ畜産では、国産鶏肉原料を使用したノンフライタイプの唐揚げ「油で揚げないで作った鶏むね竜田」の開発と販路の開拓に取り組みました。これは過



▲油を使わない加熱調理器[®]「ウォーターオープン」。

熱水蒸気を利用したウォーターオープンによる加工方法を採用し、お客さまのご購入後もレンジ調理で召し上がっていただく「揚げ油を使わない」商品です。

当社の従来品(鶏もも肉を原料にフライ加工した竜田揚げ)に比べ、カロリーを40%も低減した[®]健康志向の商品、であると同時に、フライ加工に付いて回る「揚げ油の廃棄問題」が発生しない[®]環境負荷に配慮した商品、でもあります(製品1トン当たり、揚げ油の削減効果は約160リットル)。

開発段階での試作を重ねることで、過熱水蒸気加工の特徴を最大限に引き出し、調理後に冷めてもしっかり柔らかな食感を持続させることに成功し、商品化を果たしました。納入先からも「環境配慮」「健康志向」のダブルコンセプトに対して高いご評価をいただいています。

2011年度以降は、マルハニチログループの販売チャネルを積極的に活用し、さらなる販路の拡大と、ノン



▲「油で揚げないで作った鶏むね竜田」

フライ製品のラインアップとシリーズ化に取り組んでまいります。

マルハニチロ水産の取り組み

製品の効率的な物流を目指す

マルハニチロ水産は、主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制主[※]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ディクションの展開を行っています。

[※]省エネルギー法により、省エネルギー計画の策定、エネルギー使用量などの報告を義務付けられる一定規模以上の輸送事業者。

熊野産クロマグロの配送方法変更

マルハニチログループでは、三重県熊野市でマグロの養殖事業に取り組んでおり、ここで養殖されたマグロを中部、関西エリアを中心に販売しています。

これまで、ダンボール梱包での販売を基本としていましたが、大口販売先に対して、コンテナでの配送を開始しました。

これにより、1.4トンコンテナ換算で10枚必要だったダンボールが不要となり、梱包材料の使用量が大幅に削減できます。

また、ダンボールへの詰替作業がなくなったことにより、水揚げの翌々日販売のところ、翌日には販売できるようになりました。さらに、海水に氷を入れた状態での保管が可能のため、ダンボール梱包に比べて、外気温に左右されず、より新鮮な状態で商品をお届けできるようになりました。

2010年3月時点のコンテナによる配送比率37%だったものが、2011年3月現在で55%となりました。



▲海水と氷を入れたコンテナにマグロを入れる作業

会社概要 (2011年3月31日現在)

D A T A

●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	東京都江東区豊洲3-2-20	●グループの主な事業	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	13,216名
		●グループ会社	187社 (国内91社、海外96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、Peter Pan Seafoods 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、畜産品、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。国内をはじめ、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、マルハニチロ畜産、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 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37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。



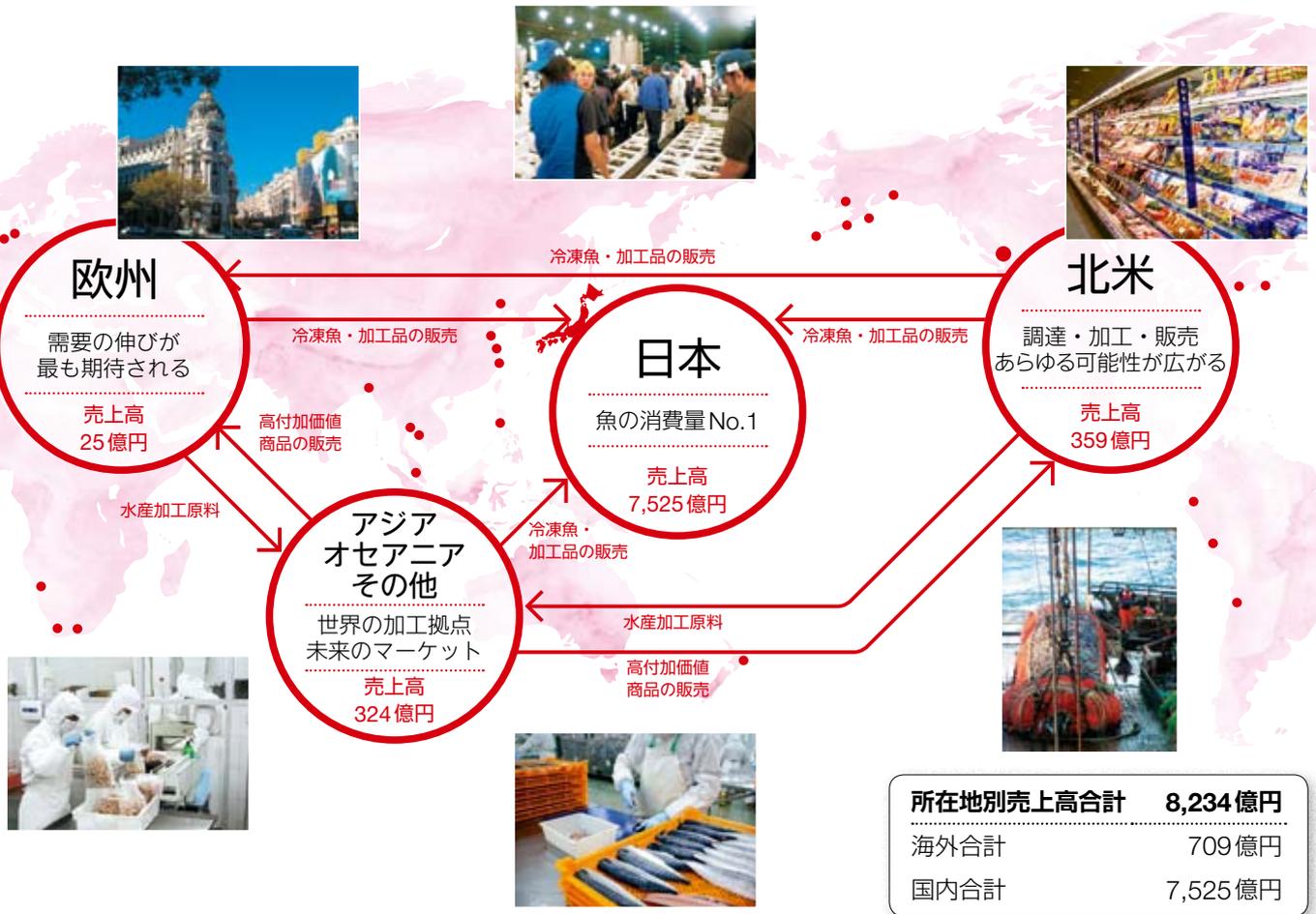
▲マルハニチロ物流など



会社概要の詳細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/>

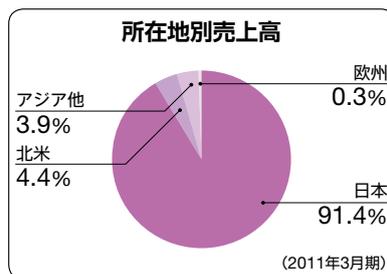
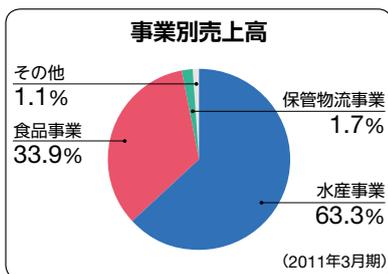
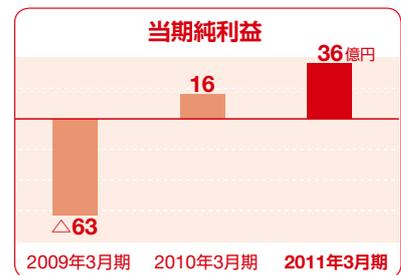
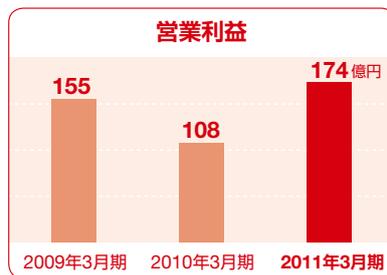
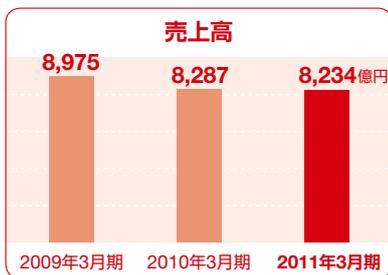
グループネットワーク

GROUP NETWORK



財務ハイライト

FINANCIAL HIGHLIGHTS



第三者意見

東日本大震災で被災にあわれたマルハニチログループにお見舞い申し上げるとともに、心から復旧・復興をお祈り申し上げます。

東日本大震災と福島原発の事故は日本の社会・経済そして環境に大きな打撃を与え、また、CSRをあらためて考えさせるものである。本レポートのはじめに同社の被災状況と復旧・復興の取り組みが記述されている。同社製品である缶詰や魚肉ソーセージなどそのまま食べられる食料と従業員が持ち寄った生活用品を、同社グループの大型巻網船で被災地に輸送し、提供したことは同社ならではの支援、まさにCSRにほかならない。被災従業員への義援金による支援も心温まる同社の良心である。

損壊した工場の復旧とともに、リスクマネジメントとBCPのより実効性あるものへの見直しは記述の通り、喫緊の課題であろう。同社の使命である「食」の安定供給は、本業を通じた社会的課題の解決というCSRの根幹であり、最も重視すべき取り組みとすることができる。

特集の「あけぼのさけ」の100年の歴

史は、同社のCSRの歴史ともとらえることができ、「3.11」以後でも不変の同社のCSRを象徴し、明るい話題となっている。

CSR経営については、2010年度が第一次CSR経営中期目標の達成期限であり、一定の成果とともに多くの課題が残ったとしている。国連グローバル・コンパクトへの参加を表明しえたのは、同社CSRのトピックスと評価できる。一方、課題については進捗状況および目標と活動方針からおおよそ知り得るものの、何が重要なのか、優先順位はどうか、いつまでに、どのように取り組んでいくのか、必ずしも明確ではない。

コンプライアンスはCSRの土台として、敢えて活動項目から外し、環境と社会を区分したことは、同社のCSRの進化とすることができる。

その他、商品の回収と改善、介護食への取り組み、理科実験授業や海外での教育支援、地域社会でのさまざまなコミュニケーション活動が特筆される。改善を期待したい点としては、CO₂削減の超長期目標、生物多様性への取り組み(2011年度からの環境ではなく、社会の活動方針でふれられている



NPO法人企業社会責任フォーラム 代表理事

阿部 博人

のみ)、ワークライフバランスと多様性の尊重(ダイバーシティ、特に女性の積極的登用)の数値目標、サプライチェーンで重要なCSR調達のロードマップなどがあげられる。

2010年11月に組織の社会的責任の国際規格であるISO26000が発行した。グローバルに事業展開する上でも、同社のCSRの指針となるものである。ISO26000をチェックリストとして実施状況を確認し、社会的責任を組織にいかにつなぐかを参考にし、「何を、どのように取り組むのか」、同社のCSRのさらなる発展に活用すべきであろう。

「3.11」後の経営とCSRは容易ではない。しかし、困難を克服しての同社のCSR経営によって、日本の経済、社会、環境は明るいものとなる。



第三者意見を受けて



東北地方太平洋沖地震によりマルハニチログループが受けた被害に対し、阿部さま、お客さま、お取引先をはじめ、多くの皆さまからいただきましたご支援、励ましのお言葉に対し心より厚く御礼申し上げます。私どもの商品・サービスをご愛顧いただいているお客さまにご不便をおかけしないよう、震災前の生産・供給体制を早急に復旧



(株)マルハニチロホールディングス 専務取締役
青木 信之

させるべく取り組み、この7月にはほぼ復旧体制を整えることができました。現在は被災地域の復興と災害への備えを視野に入れながら、事業の見直しと最適配置の検討を行っているところです。

CSR経営課題につきましては、この4月からの新体制のもとで、グループ横断的な議論・整理をし、優先順位と時間軸を明確にして、次期CSR経営中期目標の達成に取り組んでまいります。

特に、阿部さまよりご指摘のCO₂削減、生物多様性保全、女性の積極的登用、CSR調達などについては、私どもといた

しましてもまだまだステークホルダーの皆さまからの期待に充分お応えできていない分野と考えております。

これらの取り組みをグループ全体で実効性があるものとして進めるためには、役職員一人ひとりが自分にとってのCSR経営の意味合いを理解し、ステークホルダーの皆さまの声に耳を傾けながら、実際に行動に移すことが必要です。本年度から、社内研修のさらなる充実、お客さまとのコミュニケーション機会の拡大、イントラネットを活用した情報発信にも力を入れてまいります。



編集後記

はじめに、第三者意見をご寄稿いただいた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いただいた従業員とそのご家族、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、心より厚く御礼申し上げます。

また、本報告書を手にとり、お読みいただいた皆さまに、深く感謝申し上げます。

さて、昨年までのCSR報告書では主な対象読者を従業員としていましたが、本報告書ではマルハニチログループのお客さまを主な対象読者といたしました。そのため、本報告書編集にあたっては、マルハニチロをより身近に感じていただけるよう、お客さまにとって関心が高い記事を、読みやすさとわかりやすさに配慮しながら紙面づくりを行いました。なお、より詳細な情報はマルハニチロホールディングスwebサイトに掲載しておりますので、あわせてご覧いただければ幸いです。

今回、表紙を飾っている「おいしいしあわせ」絵画コンテストは、従業員の子供だけでなく大人にも参加の対象を拡げました。これ

はさまざまな世代が思っている「おいしいしあわせ」を新たな切り口で発見したいと考えたからです。その結果、「おいしいしあわせ」は家族での団欒はもちろん、世界中の人々が手を取りながらともに感じ取っていくもの、つまり世界平和にもつながる重要なテーマであることに気づきました。マルハニチログループのスローガンである「世界においしいしあわせを」の重みを強く意識しながら、わたくしどものCSR活動をステークホルダーの皆さまにお伝えしていきたいと考えています。

今後のCSR報告書の編集についてはCSR活動推進のためにも、皆さまの声を頂戴したいと思います。巻末のアンケート用紙にご記入・ご送付いただくか、またはマルハニチロホールディングスwebサイト内からアンケートにアクセスいただき、忌憚のないご意見を是非お寄せください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2011
編集チーム一同

INFORMATION

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
- 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
- 2003.10.10 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・環境報告書発行
- 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行動規程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行動規程20カ条制定
- 2010.04.19 国連グローバル・コンパクトへ参加
- 2010.11.08 『第4回市民が選ぶCANPAN CSR大賞』グランプリ受賞
- 2011.04.01 マルハニチロホールディングスにCSR統括部設置

Webサイト情報

マルハニチログループのCSR活動はwebサイト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統括部
〒135-8603 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロント
TEL 03-6833-4127 FAX 03-6833-0396 (月~金 10:00~17:00 祝祭日除く)

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」をテーマに、従業員とその家族を対象に絵画コンテストを実施しました。「おいしいしあわせ」とはどのようなものかを考える際の参考にするためです。表紙には最優秀賞を受賞した安田果歩ちゃん(8歳)の作品を中心に、各賞を受賞した作品4点を配しています。なお、最優秀作品は本社総合受付に掲示し、全応募作品はマルハニチロホールディングスwebサイトからご覧いただけます。



CSR報告書2011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2011は、マルハニチログループが経済・環境・社会への関わりとCSR活動の取り組みについて報告する、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーション・ツールとして製作しました。

特集では、2010年度に100周年を迎えたロングセラー商品「あけぼのさけ」缶詰を取り上げて報告しています。また、東北地方太平洋沖地震に関しては、現時点で把握できた情報を速報として報告しています。

本報告書では、社会からの関心が高く、社会への影響が大きい活動を優先して掲載し、webサイトでは、これらの掲載情報と合わせて、その他の取り組みおよび関連のデータなどを網羅的に公開しています。また、本報告書の発行時期に合わせて、閲覧のしやすさを考慮してwebサイトのリニューアルを行いました。

本報告書では、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、是非アンケートにご協力くださいますようお願い申し上げます。



「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/>

【対象範囲】

報告対象期間は2010年度(2010年4月～2011年3月)。一部に2011年4月以降の活動を含みます。

報告対象組織は、マルハニチログループ連結決算対象会社を基本としますが、報告の内容により、範囲に含まれない組織がある場合があります。範囲が限定される場合は注記を入れています。

【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」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】

2011年8月

今回は、2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震による被災状況および復旧・復興の取り組みの経過を報告するために、当初予定の6月から発行日を延期いたしました。

次回発行は2012年6月を予定しています。

【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いません。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います。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/2011年8月

All rights reserved, Copyright©2011
Maruha Nichiro Holdings, Inc.



チャレンジ
25
未来が変わる。日本が変わる。
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。