



報道関係者 各位

2016年9月30日

10月10日は缶詰の日 ～マルハニチロ、「缶詰に関する調査2016」～

10月10日は「缶詰の日」です。そこで、マルハニチロ株式会社 (<http://www.maruha-nichiro.co.jp/>) (所在地: 東京都江東区豊洲 3-2-20 代表取締役社長 伊藤 滋) は、2016年8月31日～9月2日の3日間で、缶詰食品を食べることがある20歳～59歳の男女を対象に、「缶詰に関する調査2016」をインターネットリサーチで実施し、1,000名の有効回答サンプルを集計しました。
(調査協力会社: ネットエイジア株式会社)

== 缶詰食品の利用実態 ==

缶詰食品を食べる頻度「週に1日以上」が2割 週に1日以上“家飲み”する人では3割に
「缶詰を非常食として備蓄している」4割半、“ローリングストック法”は備蓄している人の4割が実施

4人に1人は「グルメ缶」の利用経験者、半数近くは利用意向あり

グルメ缶の最多利用シーンは「おいしいおつまみが欲しいとき」、女性は「調理の手間を省きたいとき」

グルメ缶に払える金額 平均560円までOK、「1,000円以上出してもOK」は1割強

缶詰食品は贈答品にも使える! 「高級缶詰をギフトで貰ったら嬉しい」6割強

3人に1人が「缶詰バーに行ってみよう」、缶詰バーの利用意向は2012年時点から11.5ポイント上昇

== 最近の缶詰トレンド ==

最近の缶詰「おいしいものが増えた」4割半以上、女性の5割強は「おしゃれな缶詰が増えた」と実感

缶詰の購入・利用で最近増えたこと「缶詰食品の“パケ買い”」1割、「おつまみに利用」1割半

缶詰レシピは女性に人気? 「缶詰食品を料理に利用することが増えた」女性の4人に1人

一度食べたならおいしさの虜に? グルメ缶の利用経験者は「缶詰食品の新商品を買うことが増えた」2割半

== 人気缶詰ランキング ==

利用している缶詰食品トップは「ツナ」、2位は「みかん」、3位は「さば」

ちょい足しアレンジで抜群においしくなる缶詰

1位「ツナ」、2位「コンビーフ」、3位「スイートコーン」、女性には「かに」も人気

缶詰女子・男子御用達? おかずで味わいたいグルメ缶ランキング

1位「牛肉のソース煮」、2位「豚肉煮」、3位「鶏肉のたれ焼き」

お家デートが華やかに? “おしゃれなおつまみ”として楽しみたいグルメ缶

1位「鴨肉のソース煮」、2位「牛肉のソース煮」、3位「牛肉の酒煮」

仲良し夫婦の晩酌が盛り上がる? “落ち着いた晩酌のおつまみ”として楽しみたいグルメ缶は?

1位「鶏肉のたれ焼」、2位「豚肉煮」、3位「牛肉のソース煮」

お歳暮ギフトにおすすめ? “一度は食べたい”高級缶詰ランキング

3位の「高級フルーツ缶」、2位の「和牛缶」をおさえて、1位は「高級かに缶」

男性が貰って喜ぶのは「フォアグラ缶」、女性は「高級フルーツ缶」

「缶詰に関する調査 2016」 調査結果

== 缶詰食品の利用実態 ==

- ◆缶詰食品を食べる頻度「週に1日以上」が2割 週に1日以上“家飲み”する人では3割に
- ◆「缶詰を非常食として備蓄している」4割半、“ローリングストック法”は備蓄している人の4割が実施

缶詰食品を食べることがある20歳～59歳の男女1,000名(全回答者)に、日頃、どれくらいの頻度で缶詰食品を利用しているか(食べているか)聞いたところ、「週に1日以上」20.9%、「月に2～3日程度」23.9%、「月に1日程度」20.7%、「それ以下の頻度」34.5%となりました。

また、家飲み(自宅でお酒を飲むこと)の頻度別にみると、週に1日以上家飲みをする方は、「週に1日以上」が29.3%と、家飲み頻度が低い方に比べて、缶詰食品の利用頻度が高くなりました。家飲みのおつまみとして、缶詰食品を楽しんでいる方も多いのではないのでしょうか。【図1】

続いて、全回答者(1,000名)に、自宅で、缶詰食品を非常食として備蓄しているか聞いたところ、「備蓄している」44.7%、「備蓄していない」41.7%、「備蓄しているかわからない」13.6%となりました。長期保存が可能な缶詰食品を非常食用に備蓄している方が4割半いるようです。【図2】

さらに、自宅で缶詰食品を非常食として備蓄している人(447名)に、自宅で備蓄している缶詰食品の賞味期限をどのように管理しているか聞いたところ、「賞味期限の短いものから利用し、利用した分を補充する」39.1%、「定期的に賞味期限を確認し、期限が近づいたら利用する」36.0%、「賞味期限を確認するなどの管理はしていない」16.8%、「どのように管理しているかわからない」8.1%となりました。備蓄している缶詰食品を日常でも利用しながら、利用したらその分だけ買い足す“ローリングストック法”を実施している方が最も多くなりましたが、期限が近づいたら利用する方や、賞味期限を確認していない方も少なくありませんでした。【図3】

- ◆4人に1人は「グルメ缶」の利用経験者、半数近くは利用意向あり
- ◆グルメ缶の最多利用シーンは「おいしいおつまみが欲しいとき」、女性は「調理の手間を省きたいとき」
- ◆グルメ缶に払える金額 平均560円までOK、「1,000円以上出してもOK」は1割強
- ◆缶詰食品は贈答品にも使える！「高級缶詰をギフトで貰ったら嬉しい」6割強
- ◆3人に1人が「缶詰バーに行ってみたい」、缶詰バーの利用意向は2012年時点から11.5ポイント上昇

最近では、素材にこだわった缶詰食品やお店で食べるような本格的な味付けがされた缶詰食品などが登場し、缶詰食品の保存性や利便性だけでなく、グルメ性にも注目が集まるようになりました。

そこで、全回答者(1,000名)に対し、グルメ缶(=素材や本格的な味付けにこだわった缶詰食品)を利用した(食べた)ことがあるか聞いたところ、「利用したことがある」23.3%、「利用したことはないが、利用してみたいと思う」46.6%となりました。およそ4人に1人の割合でグルメ缶の利用経験があり、半数近くが利用意向を持っていることがわかりました。【図4】

次に、グルメ缶の利用経験者と利用意向者(699名)に、どのようなときにグルメ缶を利用したい(食べたい)と思うか聞いたところ、「おいしいおつまみが欲しいとき」58.8%が最も高く、次いで、「調理の手間を省きたいとき」50.5%、「小腹が空いたとき」30.2%、「新商品や話題のグルメ缶をみつけたとき」24.6%、「ごちそうを味わいたいとき」24.2%が続きました。手軽においしいおつまみが欲しいときや小腹を満たしたいときのほか、ごちそうを味わいたいときにグルメ缶を利用したくなる方が多いようです。

男女別にみると、女性は「調理の手間を省きたいとき」が61.3%となり、男性(39.2%)よりも高く、また、女性の最多回答となりました。女性はグルメ缶の手軽さに魅力を感じる傾向が強いようです。

また、グルメ缶の利用経験者と利用意向者とにわけると、利用経験者は「新商品や話題のグルメ缶をみつけたとき」が30.9%と、利用意向者(21.5%)よりも高くなりました。グルメ缶を実際に味わったことのある方は、そのおいしさに魅了されたためか、新商品や話題の商品を試してみたい傾向にあることがわかりました。【図5】

続いて、グルメ缶の利用経験者と利用意向者(699名)に、いくらぐらいまでのグルメ缶なら、自分で買って楽しみたいか聞いたところ、「200円くらいまで」13.2%、「400円くらいまで」39.8%、「600円くらいまで」28.0%と、400円～600円付近に回答が集中しました。一方で、『1,000円以上』は合計で13.3%となり、平均額は560円となりました。ワンコイン前後のグルメ缶を楽しむ方が多いことや、1,000円以上の高級缶詰を楽しむ方も少なくないことがわかりました。【図6】

さらに、全回答者(1,000名)に、高級な缶詰食品について、「高級食材を使った缶詰食品をギフトで貰ったら嬉しいと思う」にどの程度あてはまるか聞いたところ、『あてはまる(計)』(「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計)が63.3%、「どちらともいえない」24.1%、『あてはまらない(計)』(「全くあてはまらない」と「あまりあてはまらない」の合計)が12.6%となりました。高級缶詰は贈答品として利用しても、喜ばれることが多いようです。【図7】

また、全回答者(1,000名)に、缶詰をメニューとして提供している缶詰バーの利用について聞いたところ、「利用したことがある」2.0%、「利用したことはないが、利用してみたいと思う」32.8%となりました。およそ3人に1人が缶詰バーを利用してみたいと感じているようです。

男女・世代別にみると、20代男性や30代男性は「利用したことはないが、利用してみたいと思う」がともに39.2%でその他の層よりも高くなりました。缶詰バーに注目している若い男性が多いことがわかる結果となりました。

缶詰バーの利用について、2012年時点の調査結果(※)と比較すると、缶詰バーの利用意向者(利用したことがなく、利用してみたいと思っている方)の割合が全体で11.5ポイント上昇(2012年21.3%→2016年32.8%)し、50代女性では21.9ポイント上昇(2012年8.5%→2016年30.4%)していることがわかります。缶詰バーへの関心が高まっており、特に、50代女性など、大人の女性からの人気が高まっていることがわかりました。【図8】【図9】

※『非常食と缶詰に関する調査』(2012年8月発表) http://www.maruha-nichiro.co.jp/news_center/research/

==最近の缶詰トレンド==

◆最近の缶詰「おいしいものが増えた」4割半以上、女性の5割強は「おしゃれな缶詰が増えた」と実感

◆缶詰の購入・利用で最近増えたこと「缶詰食品の“パッケージ”」1割、「おつまみに利用」1割半

◆缶詰レシピは女性に人気?「缶詰食品を料理に利用することが増えた」女性の4人に1人

◆一度食べたらおいしさの虜に?「グルメ缶の利用経験者は「缶詰食品の新商品を買うことが増えた」2割半

全回答者(1,000名)に、最近の缶詰食品の印象について聞いたところ、「1年前より、おいしい缶詰食品が増えたと思う」との意見に『あてはまる(計)』が46.3%、『あてはまらない(計)』が8.3%となりました。味の面で満足できる缶詰食品が増えていると実感している方が多数のようです。

また、「1年前より、缶詰食品の種類が豊富になったと思う」では『あてはまる(計)』が49.8%、『あてはまらない(計)』が12.4%、「1年前より、おしゃれな缶詰が増えたと思う」では『あてはまる(計)』が46.1%、『あてはまらない(計)』が11.9%となりました。缶詰食品の種類や缶詰のデザインの良さが向上していることを実感している方が多数となりました。

男女別にみると、女性は「1年前より、缶詰食品の種類が豊富になったと思う」では『あてはまる(計)』が54.2%、「1年前より、おしゃれな缶詰が増えたと思う」では『あてはまる(計)』が51.6%と、男性(それぞれ45.4%、40.6%)よりも高くなりました。最近では、「缶詰女子」と称される、缶詰食品を使って家飲みを楽しむ女性が話題になりましたが、おいしい缶詰食品の種類が充実し、おしゃれな缶詰のデザインに満足できるようになった女性が増えたことで、このようなトレンドも発生したのではないのでしょうか。【図10】

それでは、缶詰食品の購入シーンや利用シーンでは、どのような変化がおこっているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に対し、缶詰食品の購入や利用について、最近1年間で増えたことを聞いたところ、「購入のきっかけ」に関しては、「パッケージや缶詰のデザインに惹かれて購入する」が10.0%、「新商品(新しい味付

け)の缶詰食品をみつけて購入する」が12.3%となりました。缶詰の見た目に惹かれて“パケ買い”することが増えている方や、新商品に挑戦することが増えている方が少なくないようです。

《利用方法(調理・盛りつけ)》に関しては、「そのままの味で、お皿に移さず、缶のまま食べる」7.9%や、「そのままの味で、お皿に盛りつけて食べる」12.4%といった、缶詰食品の味付けそのまま食べる利用方法よりも、「缶詰食品をアレンジして食べる」19.7%や「缶詰食品を食材として料理に利用する」20.5%といった利用方法が増えているようです。

また、《利用目的(利用シーン)》に関しては、「缶詰食品をおかずとして食べる」18.6%、「缶詰食品をおつまみとして食べる」15.2%が多くなりました。おかず利用と同程度、おつまみ利用も増えていることがわかりました。

男女別にみると、女性は「缶詰食品をアレンジして食べる」25.2%や「缶詰食品を食材として料理に利用する」26.4%が、男性(それぞれ14.2%、14.6%)よりも10ポイント以上高くなりました。ちょい足しなどで味のアレンジをして楽しんだり、缶詰食品を使った料理に挑戦したりする方が、特に女性で増えているようです。

また、グルメ缶の利用経験の有無別にみると、利用経験者は「新商品(新しい味付け)の缶詰食品をみつけて購入する」24.5%や「缶詰食品をアレンジして食べる」30.5%、「缶詰食品をおつまみとして食べる」27.5%が、利用未経験者(それぞれ8.6%、16.4%、11.5%)よりも15ポイント前後高くなりました。グルメ缶を利用するようになったことをきっかけにして、次々と新商品を試したり、アレンジレシピに挑戦したり、おつまみにしてお酒を楽しんだりといった缶詰食品の楽しみ方をするようになった方が少なくないようです。【図11】

==人気缶詰ランキング==

◆利用している缶詰食品トップは「ツナ」、2位は「みかん」、3位は「さば」

◆ちょい足しアレンジで抜群においしくなる缶詰

1位「ツナ」、2位「コンビーフ」、3位「スイートコーン」、女性には「かに」も人気

それでは、どのような缶詰食品が利用されているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、日頃、食べたり利用したりする缶詰食品は何か聞いたところ、最も利用されているのは「ツナ」77.8%となり、次いで「みかん」56.2%、「さば」55.4%、「桃」53.9%が5割台、「パイナップル」49.0%、「やきとり」47.0%、「スイートコーン」46.4%、「さんま」45.3%が4割台で続きました。

様々な料理に活用できるツナ缶のほか、みかんや桃などのフルーツ缶、味付けのバリエーションが豊富なさば缶、さんま缶などがよく利用されているようです。【図12】

次に、アレンジして食べることで抜群においしくなると思う缶詰食品は何か聞いたところ、「ツナ」48.9%が最も高く、次いで「コンビーフ」31.7%が3割台、「スイートコーン」25.6%、「かに」22.5%、「アンチョビ」21.7%、「さば」21.4%が2割台で続きました。これらの缶詰食品はちょっとした味付けのアレンジで、よりおいしく食べられる缶詰食品のようです。

男女別にみると、女性は「ツナ」58.0%や「スイートコーン」30.6%、「かに」28.0%、「トマト」27.4%の人气が、男性よりも10ポイント以上高くなりました。定番のツナ缶や野菜の缶詰のほか、そのまま食べても十分においしく食べられるかに缶も、ちょい足しアレンジをしたらおいしい缶詰として、女性人気があることがわかりました。【図13】

◆缶詰女子・男子御用達？おかずで味わいたいグルメ缶ランキング

1位「牛肉のソース煮」、2位「豚肉煮」、3位「鶏肉のたれ焼き」

◆お家デートが華やかに？“おしゃれなおつまみ”として楽しみたいグルメ缶

1位「鴨肉のソース煮」、2位「牛肉のソース煮」、3位「牛肉の酒煮」

◆仲よし夫婦の晩酌が盛り上がる？“落ち着いた晩酌のおつまみ”として楽しみたいグルメ缶は？

1位「鶏肉のたれ焼」、2位「豚肉煮」、3位「牛肉のソース煮」

様々な素材や味付けが楽しめるグルメ缶では、どの缶詰が人気なのでしょうか。利用シーン毎に、利用したいと思うグルメ缶について、質問しました。

グルメ缶の利用経験者と利用意向者(699名)に、《食事のおかずとして味わいたいグルメ缶》は何か聞いた

ところ、1位は「牛肉のソース煮(デミグラスソースなど)」56.1%となり、2位は「豚肉煮(角煮など)」45.8%、3位は「鶏肉のたれ焼(やきとりなど)」42.3%、4位は「さば煮(味噌煮など)」41.5%、5位は「鴨肉のソース煮(ハーブソースなど)」40.2%が続きました。上位5位は定番のさば缶を除いて肉料理がランキングを占めましたが、中でも、やわらかく煮こまれた牛肉が手軽に楽しめる、牛肉のソース煮缶詰が人気No.1となりました。【図14】

次いで、《家に人を招いたとき、おしゃれなおつまみとして楽しみたいグルメ缶》は何か聞いたところ、1位は「鴨肉のソース煮」42.2%、2位は「牛肉のソース煮」39.6%、3位は「牛肉の酒煮(シェリー酒・赤ワインなど)」39.5%、4位は「鴨肉のアスパックゼリー寄せ」36.2%、5位は「タンドリーチキン」28.3%となりました。鴨肉を使ったグルメ缶や大人な味付けの牛肉のシェリー煮など、なかなか家庭料理では目にしないメニューが人気となりました。ホームパーティーやお家デートなどの機会にゲストをおしゃれな料理でおもてなしたいとき、これらのグルメ缶は便利なのではないでしょうか。【図15】

さらに、《一人や夫婦二人の落ち着いた晩酌で、おつまみとして楽しみたいグルメ缶》は何か聞いたところ、1位は「鶏肉のたれ焼」33.3%、2位は「豚肉煮」30.5%、3位は「牛肉のソース煮」29.5%、4位は「牛肉の酒煮」29.0%、5位は「鴨肉のソース煮」25.5%となりました。食事のおかずとしても人気だった、肉料理がトップ3となりました。普段使いできるちょっと贅沢なおつまみとして、グルメ缶を味わいながらお酒を楽しむ食卓を想像しているようです。【図16】

◆お歳暮ギフトにおすすめ?“一度は食べたい”高級缶詰ランキング
3位の「高級フルーツ缶」、2位の「和牛缶」をおさえて、1位は「高級かに缶」
男性が買って喜ぶのは「フォアグラ缶」、女性は「高級フルーツ缶」

缶詰食品の中には、1缶で1,000円を超えるような、よりおいしさや食材にこだわった、高級な商品もありますが、高級缶詰の中では、何が人気なのでしょう。

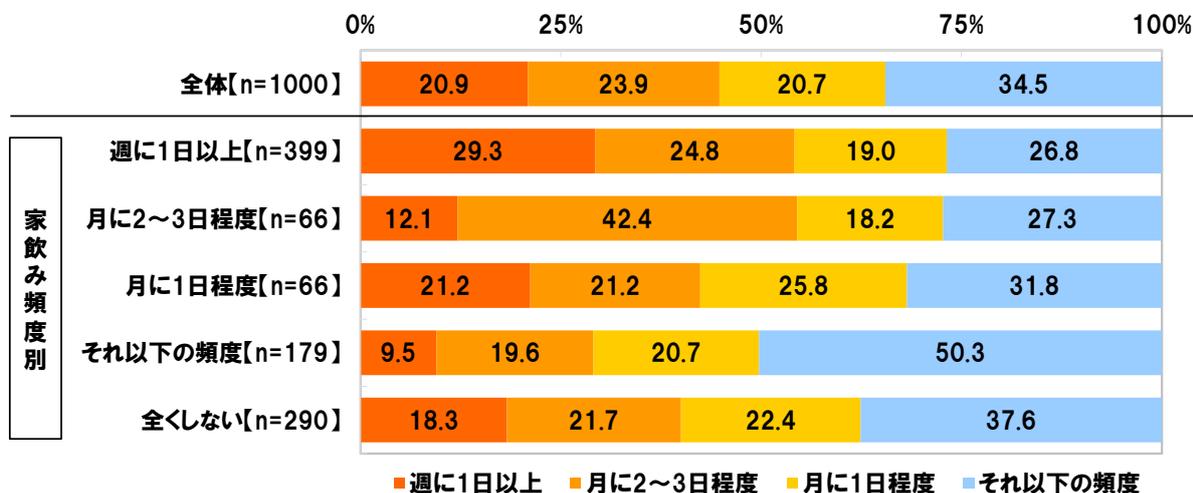
全回答者(1,000名)に、ギフトで貰ったり、奮発して買ったりして、一度は食べてみたい高級缶詰は何かを聞いたところ、1位は「高級かに缶(たらばがに・ずわいがになど)」57.4%、2位は「和牛缶(松阪牛など)」39.5%、3位は「高級フルーツ缶」33.0%、4位は「ふかひれ缶」28.3%、5位は「ロブスター缶」27.4%でした。様々な高級食材を使った缶詰食品の中でも、高級かに缶は贈答品として最も喜ばれる缶詰食品なのではないでしょうか。【図17】

男女別にみると、男性は3位「フォアグラ缶」(29.0%)や4位「高級うに缶」(27.8%)、5位「あわび缶」(27.6%)が女性よりも上位となり、女性は2位「高級フルーツ缶」(40.8%)や4位「ふかひれ缶」(30.4%)、5位「ロブスター缶」(28.8%)が男性よりも上位となりました。【図18】

「缶詰に関する調査 2016」 グラフ集

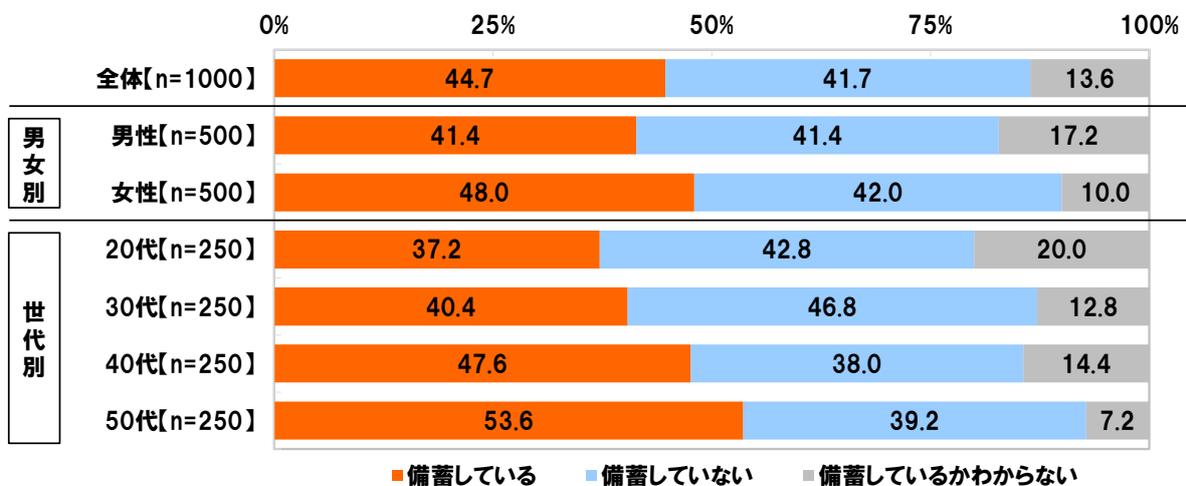
【図 1】

◆日頃、どれくらいの頻度で缶詰食品を利用しているか(食べているか) [単一回答形式]



【図 2】

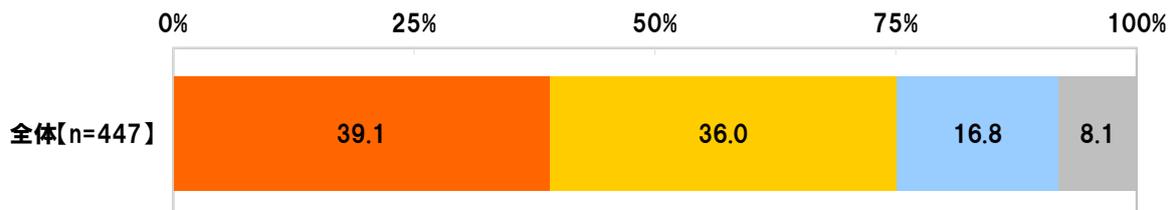
◆自宅で缶詰食品を非常食として備蓄しているか [単一回答形式]



【図 3】

◆自宅で備蓄している缶詰食品の賞味期限をどのように管理しているか [単一回答形式]

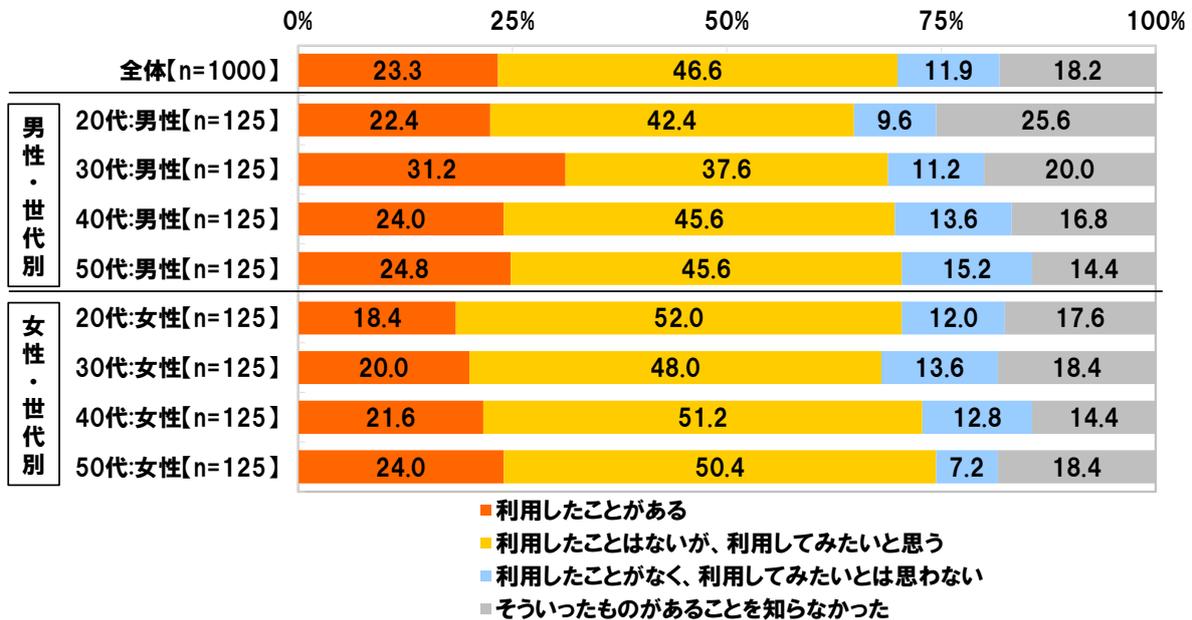
※対象: 自宅で缶詰食品を非常食として備蓄している人



- 賞味期限の短いものから利用し、利用した分を補充する
- 定期的に賞味期限を確認し、期限が近づいたら利用する
- 賞味期限を確認するなどの管理はしていない
- どのように管理しているかわからない

【図4】

◆グルメ缶を利用した(食べた)ことがあるか [単一回答形式]

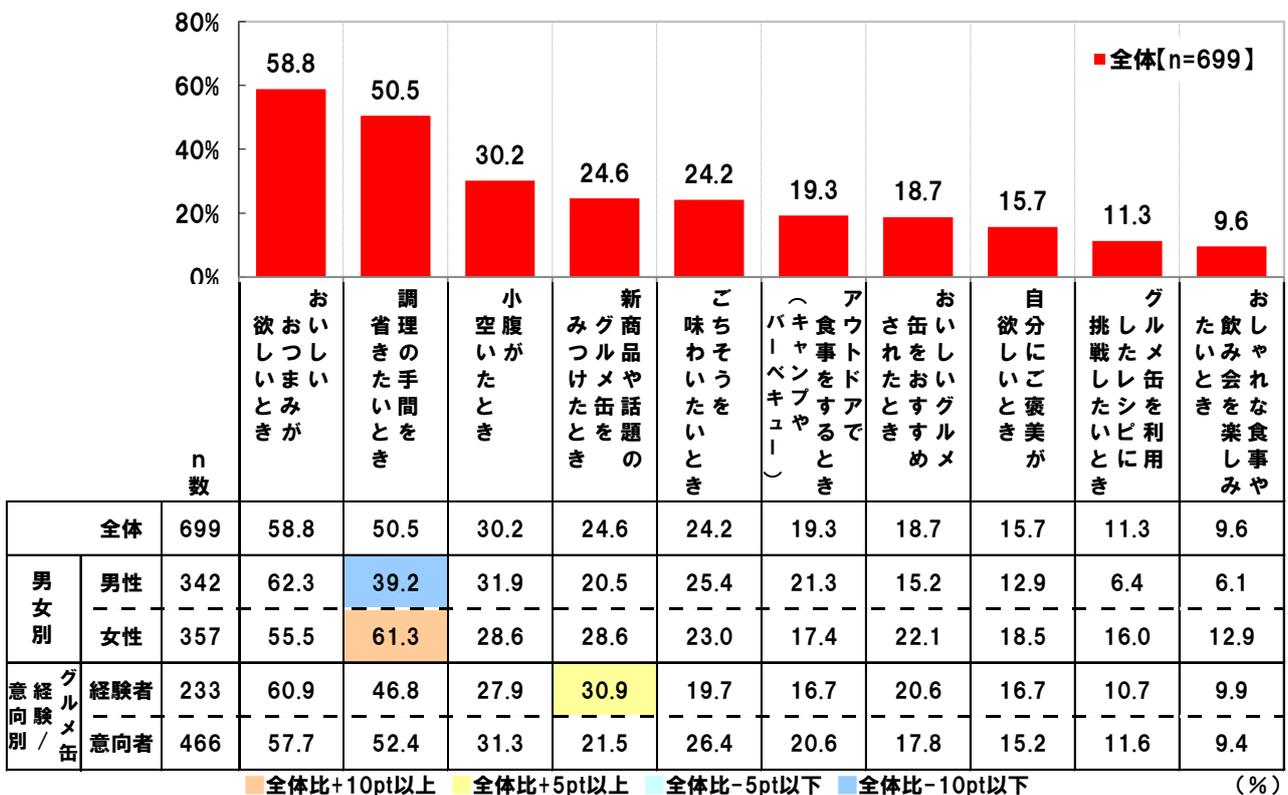


【図5】

◆どのようなときにグルメ缶を利用したい(食べたい)と思うか [複数回答形式]

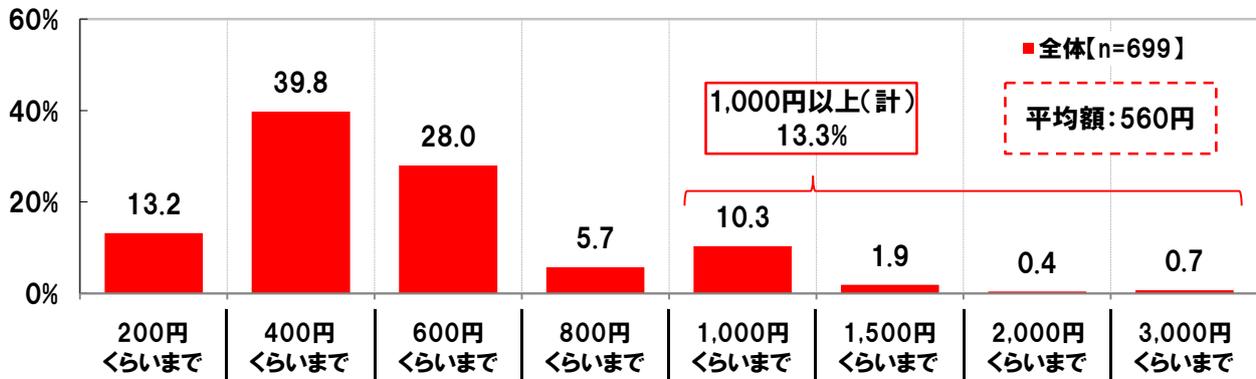
※上位10位までを抜粋

※対象:グルメ缶の利用経験者と利用意向者



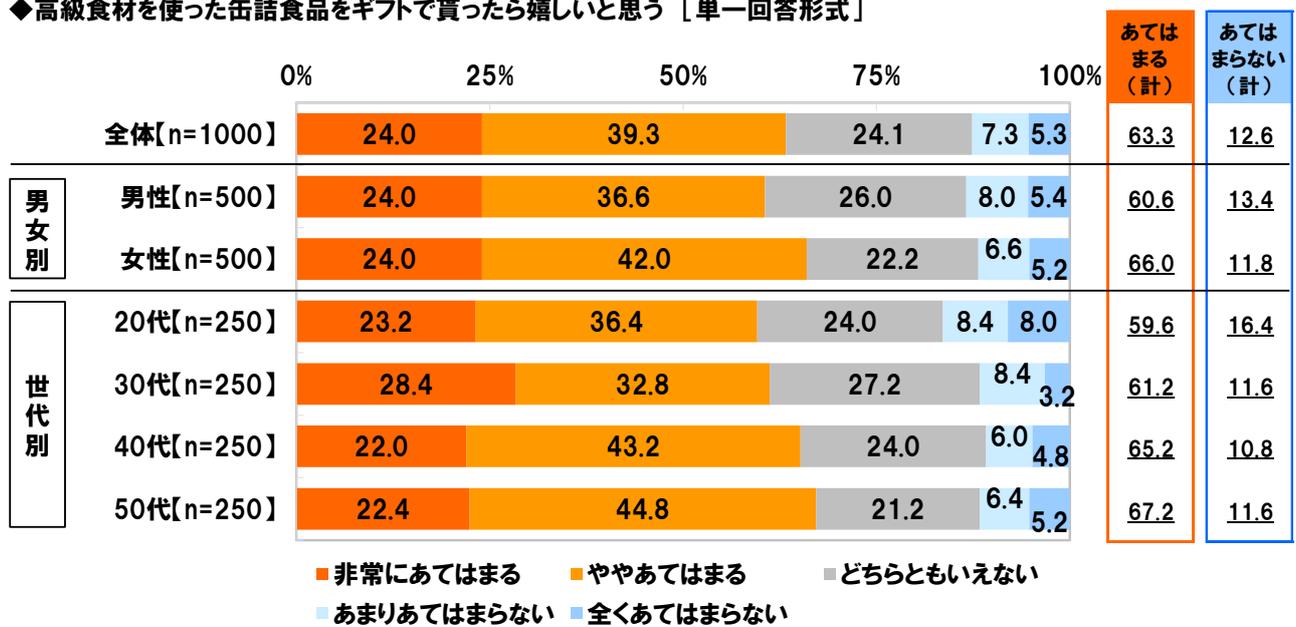
【図6】

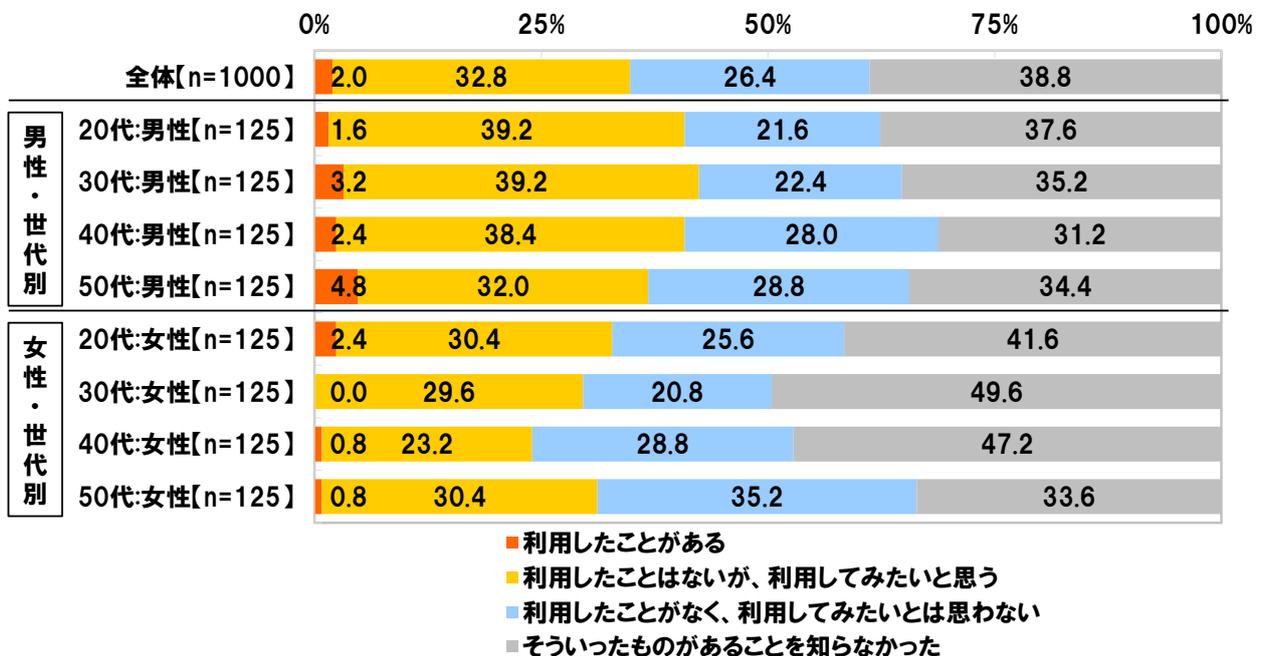
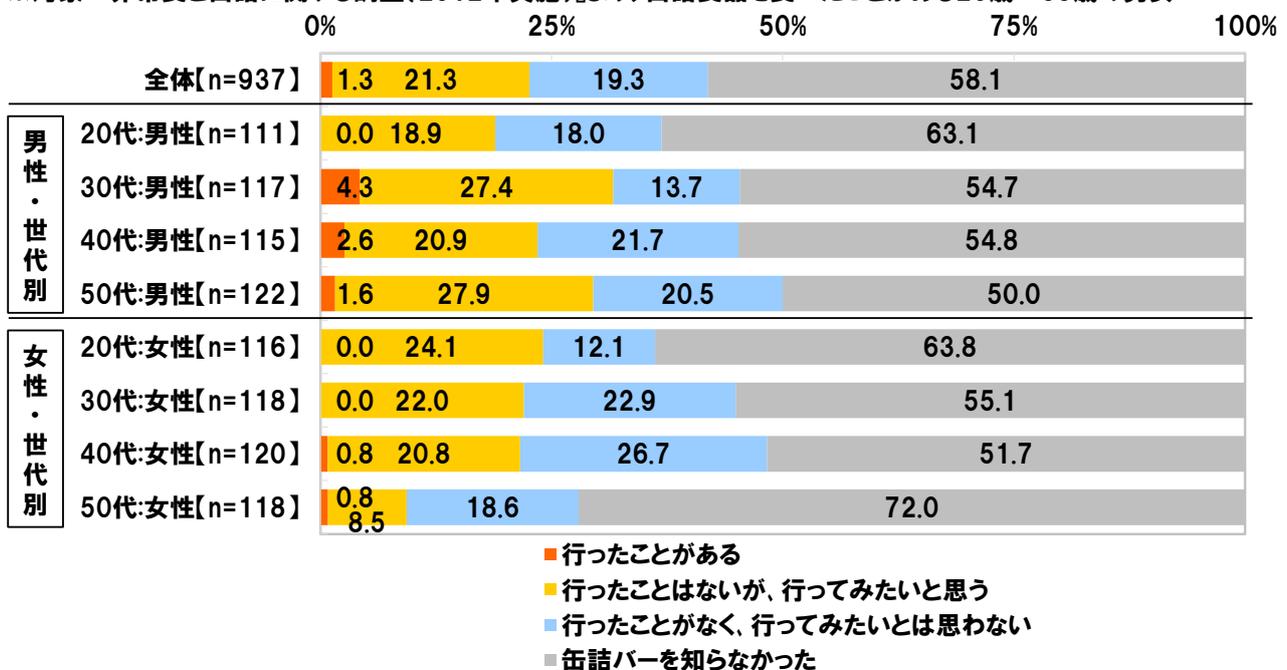
◆いくらくらいまでのグルメ缶なら、自分で買って楽しみたいか [単一回答形式]
※対象:グルメ缶の利用経験者と利用意向者



【図7】

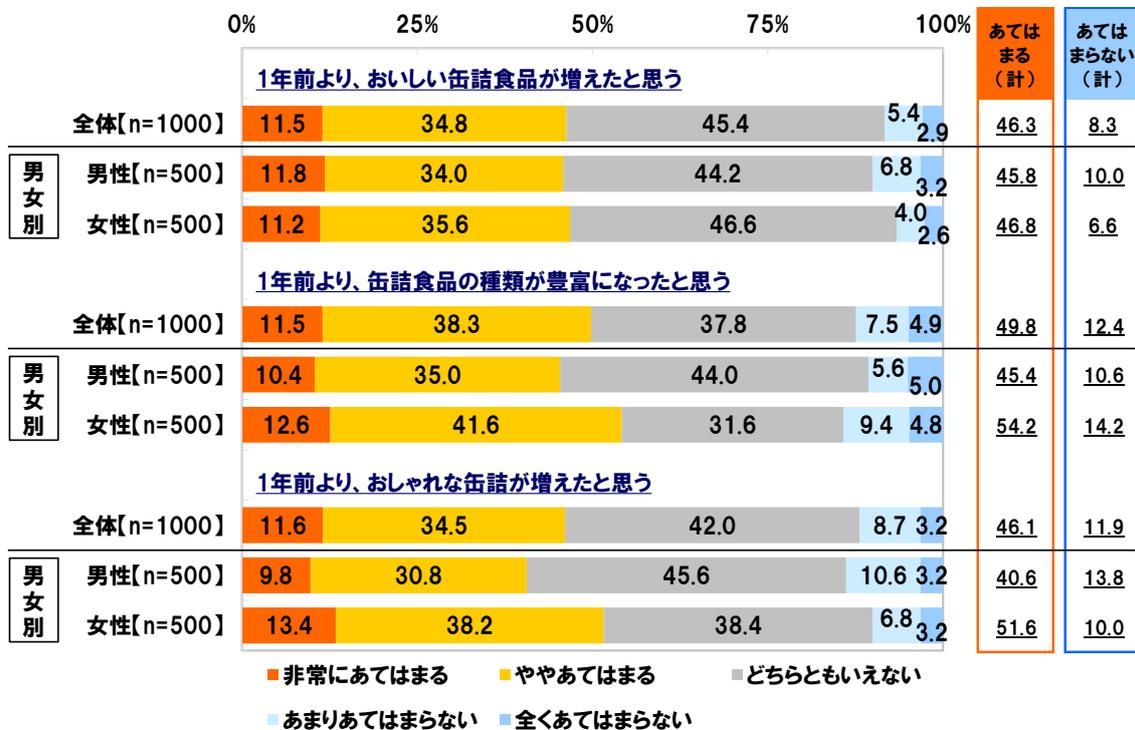
◆高級食材を使った缶詰食品をギフトで貰ったら嬉しいと思う [単一回答形式]



【図 8】
◆缶詰バーを利用したことがあるか [単一回答形式]

【図 9】
◆缶詰バーを利用したことがあるか(2012年時点) [単一回答形式]
※対象:『非常食と缶詰に関する調査(2012年実施)』より、缶詰食品を食べたことがある20歳~59歳の男女


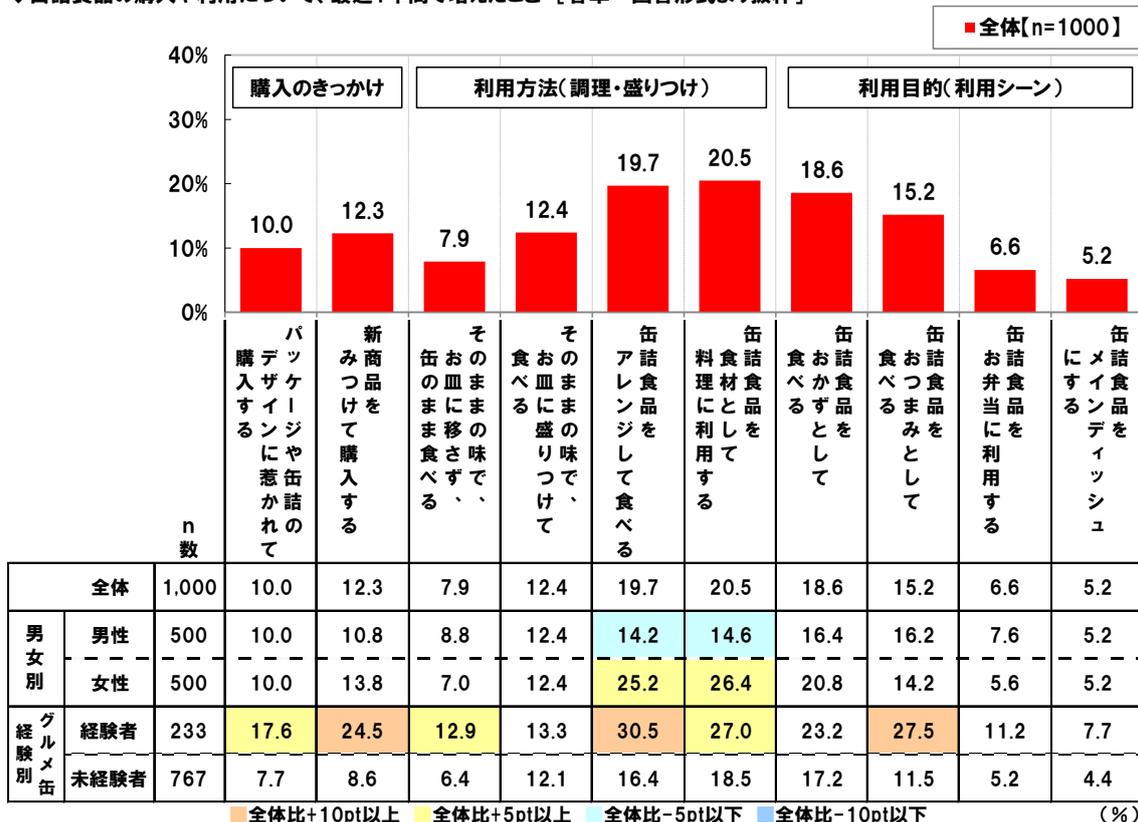
【図 10】

◆最近の缶詰食品の印象 [各単一回答形式]



【図 11】

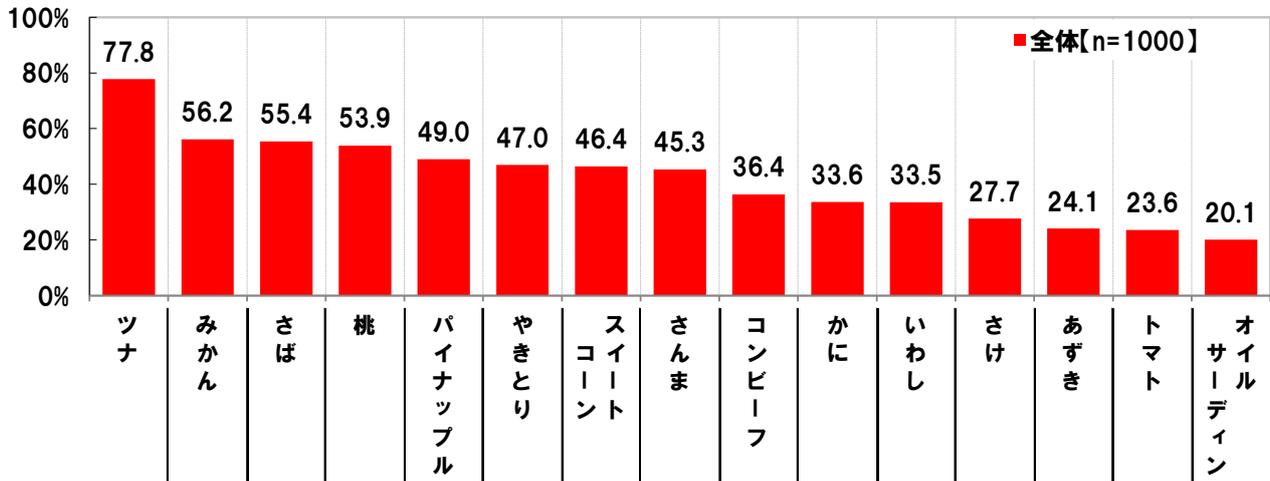
◆缶詰食品の購入や利用について、最近1年間で増えたこと [各単一回答形式より抜粋]



【図 12】

◆日頃、食べたり利用したりする缶詰食品 [複数回答形式]

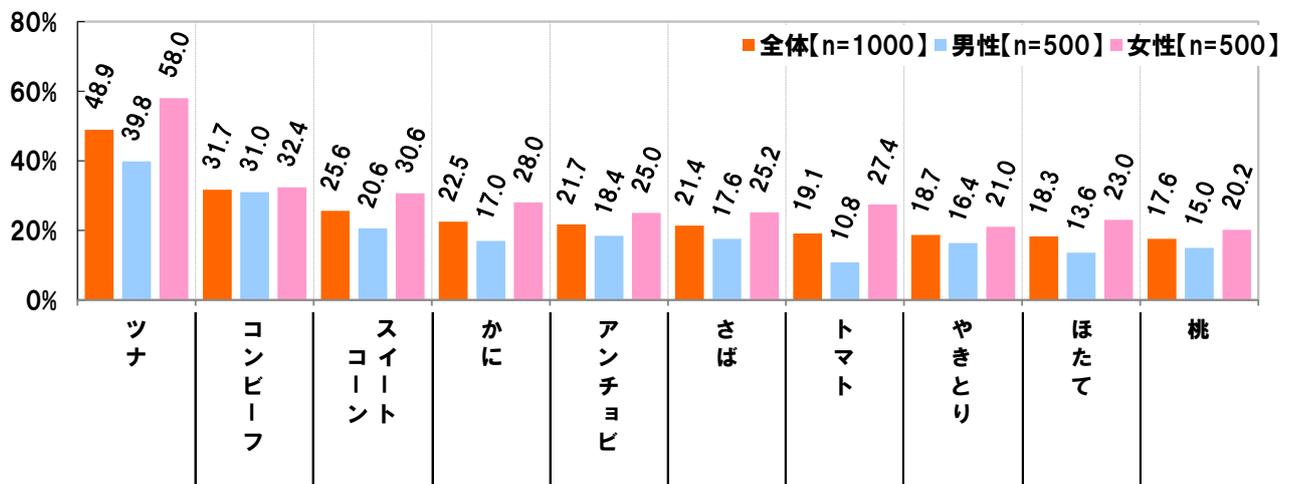
※上位15位までを抜粋



【図 13】

◆アレンジして食べることで抜群においしくなると思う缶詰食品 [複数回答形式]

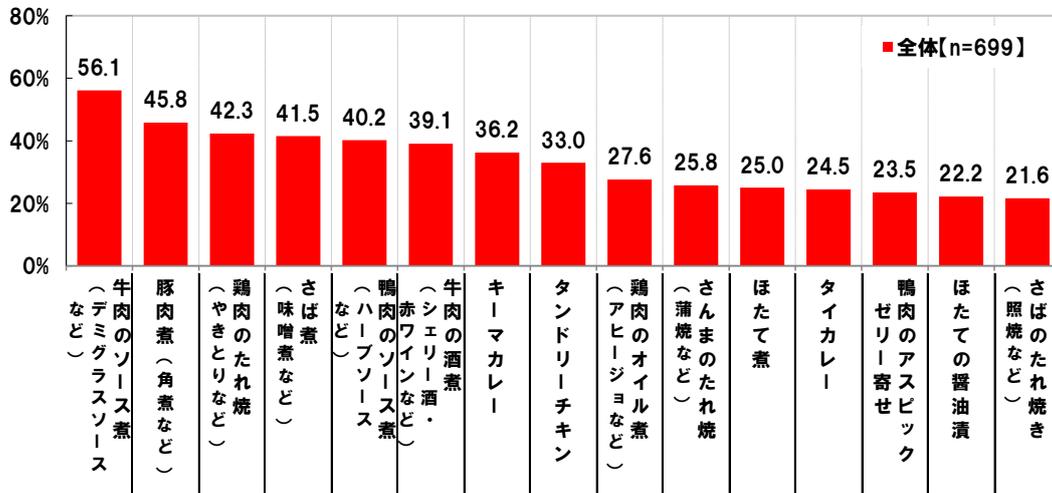
※上位10位までを抜粋



【図 14】

◆食事のおかずとして味わいたいグルメ缶 [複数回答形式]
※対象:グルメ缶の利用経験者と利用意向者

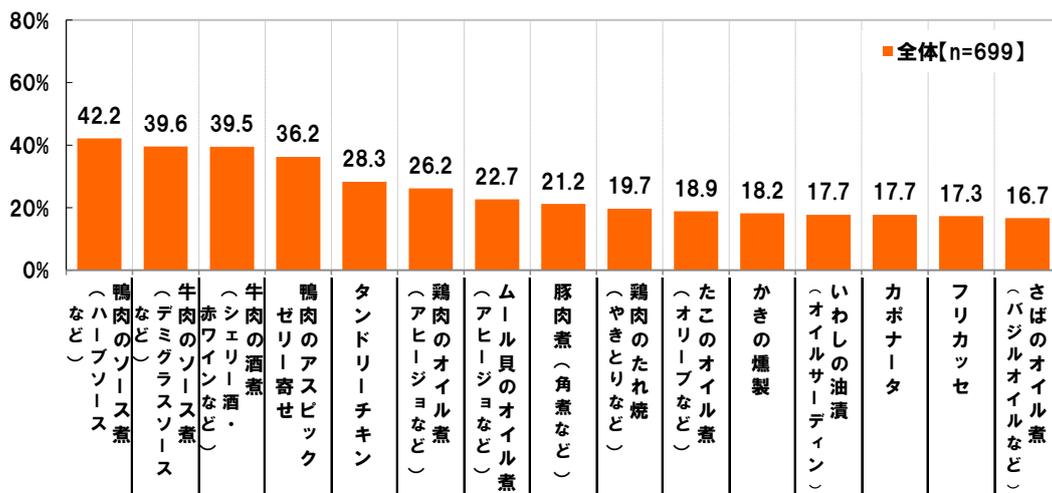
※上位15位までを抜粋



【図 15】

◆家に人を招いたとき、おしゃれなおつまみとして楽しみたいグルメ缶 [複数回答形式]
※対象:グルメ缶の利用経験者と利用意向者

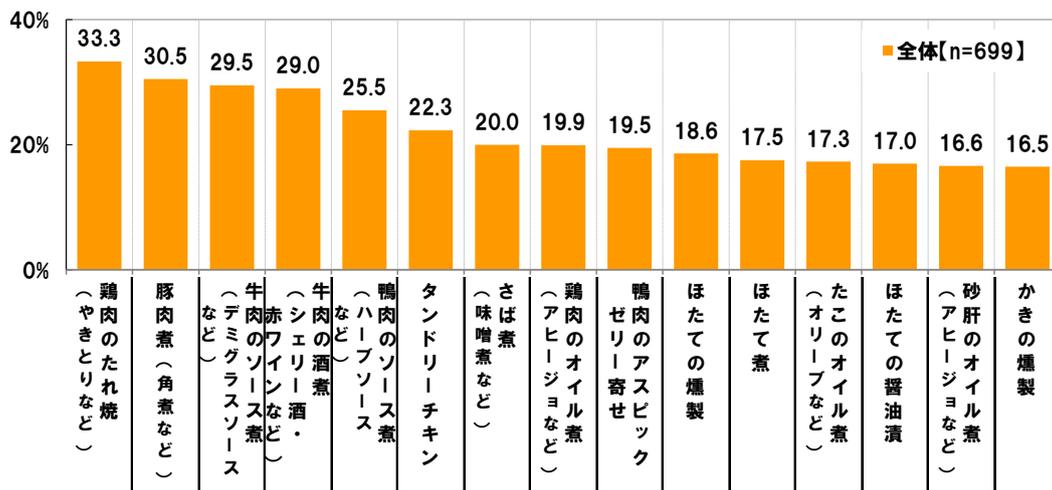
※上位15位までを抜粋



【図 16】

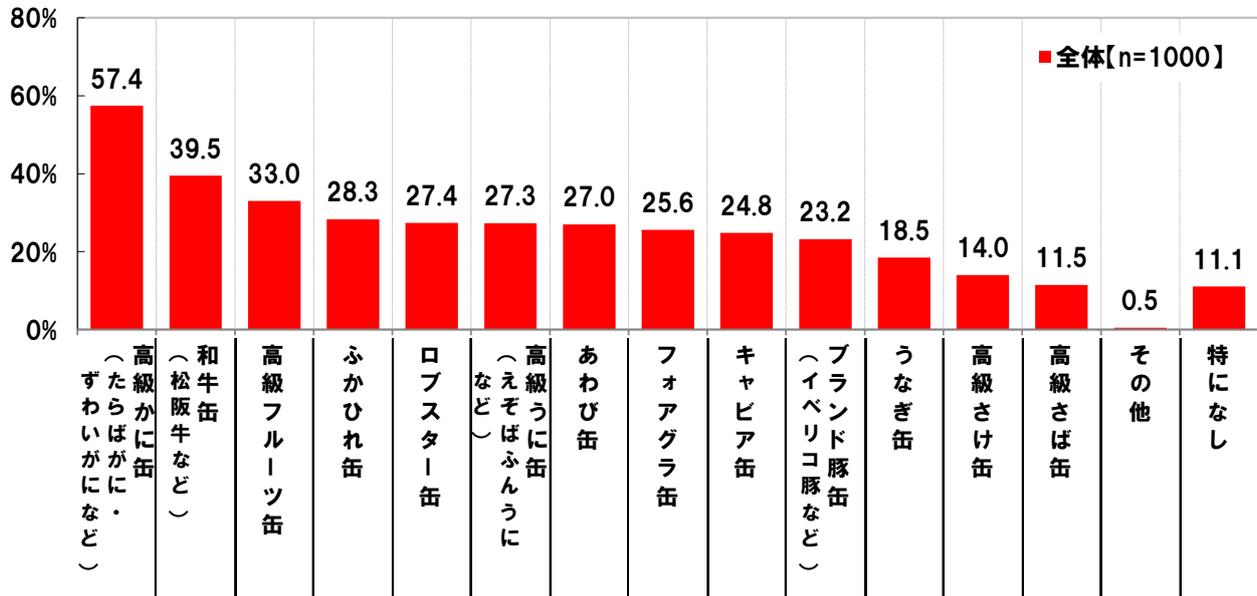
◆一人や夫婦二人の落ち着いた晩酌で、おつまみとして楽しみたいグルメ缶 [複数回答形式]
※対象:グルメ缶の利用経験者と利用意向者

※上位15位までを抜粋



【図 17】

◆ギフトで貰ったり、奮発して買ったりして、一度は食べてみたい高級缶詰 [複数回答形式]



【図 18】

◆ギフトで貰ったり、奮発して買ったりして、一度は食べてみたい高級缶詰 [複数回答形式]

※男女別の上位10位までを表示

男性[n=500]			女性[n=500]		
順位	高級缶詰の種類	%	順位	高級缶詰の種類	%
1位	高級かに缶	55.0	1位	高級かに缶	59.8
2位	和牛缶	40.0	2位	高級フルーツ缶	40.8
3位	フォアグラ缶	29.0	3位	和牛缶	39.0
4位	高級うに缶	27.8	4位	ふかひれ缶	30.4
5位	あわび缶	27.6	5位	ロブスター缶	28.8
6位	キャビア缶	26.8	6位	高級うに缶	26.8
7位	ふかひれ缶	26.2	7位	あわび缶	26.4
8位	ロブスター缶	26.0	8位	ブランド豚缶	23.8
9位	高級フルーツ缶	25.2	9位	キャビア缶	22.8
10位	ブランド豚缶	22.6	10位	フォアグラ缶	22.2

《調査概要》

- ◆調査タイトル : 缶詰に関する調査2016
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
缶詰食品を食べることがある20歳～59歳の男女
- ◆調査期間 : 2016年8月31日～9月2日の3日間
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国

- ◆有効回答数 : 1,000サンプル
(内訳) : 男性500名 (20代125名/30代125名/40代125名/50代125名)
女性500名 (20代125名/30代125名/40代125名/50代125名)

- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社
(調査協力会社 : ネットエイジア株式会社 担当 : 吉田)

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「マルハニチロ調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

マルハニチロ株式会社
TEL : 03-6833-0826
Eメール : koho@maruha-nichiro.co.jp
受付時間 : 9時00分～16時00分(月～金)

■■会社概要■■

代表者名 : 代表取締役社長 伊藤 滋
設立 : 1943年3月31日
(2014年4月にマルハニチロ株式会社に社名変更)
所在地 : 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロントビル
業務内容 : 漁業・養殖・水産物の輸出入・加工・販売、
冷凍食品・レトルト食品・缶詰・練り製品・化成品・飲料の製造・加工・販売、
食肉・飼料原料の輸入、食肉製造・加工・販売

会社および商品の詳細は <http://www.maruha-nichiro.co.jp/> をご覧ください。