



積極果敢にイノベーションに挑み、
持続的成長を遂げる企業グループへ。



MARUHA NICHIRO

C O R P O R A T E P R O F I L E

私たちマルハニチログループのミッションは、
「本物・安心・健康な食を提供し、人々の豊かなくらしとしあわせに貢献する」ことです。
企業として何のために社会に存在するのか、
何を以って社会に貢献していくのか。
それを常に問い合わせながら私たちは140年を超えるグループの歴史を
継承してまいりました。
創業以来、自然の恩恵を享受してきたマルハニチログループにとって、
生産性や収益性の向上のみならず、
限りある水産資源を持続させ地球環境を守ること、
ひいては、次世代にいのちをつなぎ未来をつくることは、
私たちの責務です。
「海といのちの未来をつくる」という志に立ち、
事業活動を通じて今後とも社会課題の解決に真っ直ぐ向き合うとともに、
健康経営、ダイバーシティ、人材育成をさらに深耕し、
企業価値のさらなる向上を果たしてまいります。
今、世界は、社会経済の環境予測がさらに難しい時代に直面しています。
人々のライフスタイルや考え方の多様化が進み、
労働人口の大幅減少が目前に迫るなど、
私たちは変革と改革の歩みをさらに加速させる必要があります。
変化への対応こそが、企業として生き残るための唯一の戦略です。
持続的成長を遂げるため、
積極果敢にイノベーションに挑み、
100年後もマルハニチログループが存在し発展し続けるための礎を築いてまいります。
皆さまには、いっそうのご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

代表取締役社長

池見 賢

社訓

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

グループ理念

私たちは誠実を旨とし、
本物・安心・健康な『食』の提供を通じて、
人々の豊かなくらしとしあわせに貢献します。

グループスローガン

世界においしいしあわせを

グループビジョン

マルハニチログループは、
• 地球環境に配慮し、世界の『食』に貢献する
21世紀のエクセレントカンパニーを目指します。
• お客様の立場に立ち、お客様にご満足いただける
価値創造企業を目指します。
• 持続可能な『食』の資源調達力と技術開発力を高め、
グローバルに成長を続ける企業を目指します。

CONTENTS

- 3 OUR VISION 「海といのちの未来をつくる」
- 9 PRODUCTS 「多彩多菜」
- 11 DIVISION 「11ユニットが挑む!」
- 13 PROJECT 01 「クロマグロ完全養殖プロジェクト」
- 17 PROJECT 02 「介護食の開発プロジェクト」
- 19 MONO-LOGUE 「“あけぼのさけ”缶の独白」
- 21 KEY NUMBERS 「“数字”で解くマルハニチロ」
- 23 BASIC DATA
 - 23 水産関連拠点
 - 25 加工拠点
 - 27 保管物流拠点・その他
 - 28 業績ハイライト
 - 29 沿革



海といのちの未来をつくる

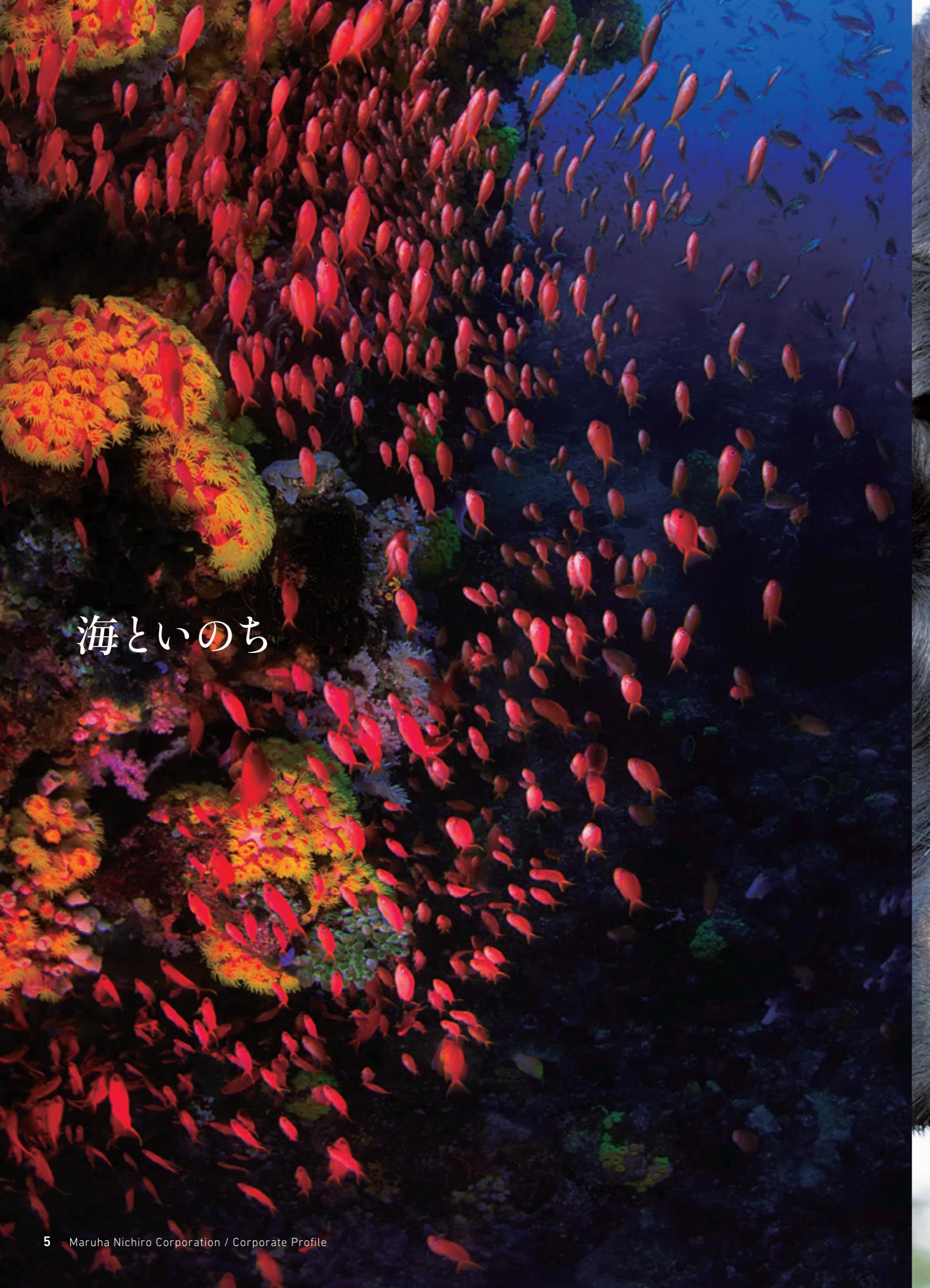
魚だけでなく、動植物から人間にいたるまで、あらゆる生命(いのち)は海を起源とします。

マルハニチロの原点も、また、海にあります。1880年の創業以来、漁業の可能性を追い求めてきた私たちは、サケ缶の製造(1910年)を機に、いち早く加工分野へと進出しました。

また、水産物を原料とした飼料の製造をきっかけに、畜産分野にも参入(1960年)。さらには、穀物や野菜をつかった冷凍食品の開発・販売へ――。

総合食品企業としての地歩を固めてきた当社は、生命をはぐくむ“食”を事業領域ととらえ、“食”を通じて世界の人々に生きる活力をお届けすることをグループの使命としています。同時に、これらの事業領域を継続・発展させていくため、未来の生態系や地球環境と真摯に向き合っていくことが責務と考えます。

こうした想いを、私たちは「海といのちの未来をつくる」という言葉に託しました。国際未来社会へ向けた、マルハニチロの約束です。



海といのち



「海といのち」とは、人類だけでなく、生態系すべて、生きとし生けるものを指します。そして、これらは、つながりあって生きています。たとえば何らかの原因で生態系が乱れ、食物連鎖が途切れれば、いつしか自然界の秩序は失われてしまうでしょう。これは海や自然の恵みとともに生きるマルハニチロにとって、重要な課題とされています。

そうした背景から、私たちの10年後のあるべき姿を明確化した「サステナビリティ長期ビジョン」を策定(2018年)。事業活動を通じて「持続可能な開発目標(SDGs*)」の達成に貢献することをめざしています。

なかでも、「海洋資源の持続可能な開発・利用」や「持続可能な生産消費形態の確保」などは、私たちの事業と切っても切れない関係にあり、当社ならではのアプローチが求められます。

こうしたアプローチの背骨となるのが、生命(いのち)へのリスペクトです。

パックボーン
*Sustainable Development Goals. 2015年に国連サミットで採択され、193カ国が加盟。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を年限とする17の国際目標を掲げている。



未来をつくる

私たちの強みは、「調達・流通」「生産・加工」「保管・物流」を一貫させたグローバルなバリューチェーンにあります。この鎖を強く結びつけることで、お客さまや社会・環境に対する付加価値を生み出していくと考えます。

グループ全体を通じ、長く大きな視点から取り組む事業計画。安全・安心な食への取り組み強化を基盤として、たとえば持続可能なサプライチェーン管理の実践、地球温暖化対策・循環型社会をめざしたCO₂排出量や廃棄物排出量の削減、あるいは自然環境や資源の保護に配慮した漁業・養殖業を認証する「MSC/ASC認証」の取得の推進。また、世界の民間企業で初めて成功したクロマグロの完全養殖*を、他の魚へと拡大する試みも始まっています。

一方、足元の日本では、高齢者の健康長寿に貢献できるよう介護食の開発を早くから手がけ、ノウハウを蓄積してきました*。

——社会が抱えるさまざまな課題に、一つひとつ応えていくこと。それが「未来をつくる」というチャレンジなのです。

*本誌p13-18参照

日常の食卓から、ハレの日のテーブルまで。

これらメニューのすべて、

マルハニチログループの食材を使ってつくりました。

魚介はもちろん、肉類や冷凍野菜、

多彩な加工食品を組み合わせて、

彩り豊かなメニューが、あっという間に完成。

き春 アツアツのうちに召し上がれ。

卷之三



卷之三

中
菜



*一部食材は取扱っておりません。

水産資源

サステナビリティを追求し、安全・安心・安定した水産資源の供給を担う



1 漁業

獲る漁業

貴重な天然資源であり、世界各国において厳しく、かつ持続可能に適切な管理をされた水産物を世界中の漁場で漁獲、生産し、良質で健康的な食材を日本を含めた世界市場に供給しています。

2 養殖

育む漁業

クロマグロの完全養殖技術をはじめ、ブリ、カンパチなどの養殖における国際的な各種認証の取得や魚粉比率を下げた配合飼料の使用などを通じ、天然水産物資源への負荷を極力低減し、海洋環境にやさしく持続的な養殖により、世界中で拡大を続ける水産物需要に応えます。

3 水産商事

世界の魚を生かす知識と目

世界のトップトレーダー＆サプライヤーとして、各地より水産物を調達・加工・販売。安全・安心な魚の安定供給を通じて、日本市場をはじめ、欧州・米国市場からのニーズに応えます。

4 荷受

市場内流通のキーフレーヤー

国内の卸売市場で取引される水産物の市場内流通を担います。日本国内産の鮮魚や活魚、輸入冷凍魚、水産加工品などを「セリ」や「入札」「相対取引」で効率的な販売を行います。

5 海外

グローバルビジネスの司令塔

水産・畜肉原料をタイ・中国などで冷凍食品や缶詰に加工し、世界中に販売。またベーリング海の水産資源(スケソウダラ、マダラ、カニ他)の調達・加工および製品をグローバルに販売しています。

加工

すべての人へおいしさと健康を



6 家庭用冷凍食品

調達・開発・技術力の三位一体

安定した原料調達力と商品開発力、技術力を融合させ、付加価値の高い商品を提案。産地や品質にこだわり、国内外の拠点で「信頼の味」を追求し、国内で高いシェアを獲得しています。

7 家庭用加工食品

ロングセラーと成長分野の両輪

サケ缶・サバ缶・カニ缶をはじめ、フィッシュソーセージ、ちくわ等のロングセラーアイテムに加え、カップゼリー・レトルト食品といった成長分野でもシェアを拡大しています。

8 業務用食品

さまざまな業態へ、差別化された商品を

グループにおける原料調達力、商品開発力、加工技術力を結集し、多種多様な業態ニーズにお応えできる差別化された価値ある商品を提案しています。

9 畜産

安全・安心な食肉をお届けする

牛肉・豚肉・鶏肉とその加工品を、国内外において調達・加工・販売。信頼性の高いサプライヤーとの協業を重視しながら、お客様のニーズに合った提案と商品開発を進めます。

10 化成

「海の恵み」を医療・健康分野へ

水産原料由来で開発されたDHA・EPA・コンドロイチン・スクワラン・プロタミン・DNAといった医薬品素材や健康食品素材、水産物エキスを使った調味料のほかフリーズドライ製品などを提供しています。

11 物流

「低温物流」のスペシャリスト

全国主要貿易港を中心に、約60万トンの設備能力を有する物流拠点を展開し、輸送網を築いています。水・畜・農産品・冷凍食品など幅広い商品の保管・輸送・通関等、流通を包括的にサポートします。

1987 第1期種苗生産試験実施
(奄美大島・久根津)

2006 第2期種苗生産試験開始
(奄美大島・篠川)

2007 「クロマグロの健苗育成をめざした種苗生産技術開発研究チーム」発足
栄養面・生理面の基礎研究
と量産技術開発を推進

2010 2006年産種苗からの産卵に成功
民間初の完全養殖を達成

2013 事業規模での大量生産に成功
増産をめざし第2ふ化場増設

2014 2010年産種苗からの産卵に成功
人工ふ化第2世代誕生

2015 商業出荷を開始

2019 欧州への出荷を開始

2021 水産研究・教育機関と協働でクロマグロの育種技術開発を開始

産卵・採卵
奄美大島のクロマグロは夏季6~8月に産卵期を迎える。3基の大型生簀内では100~150kgの親魚が、通常日没後から真夜中にかけて、1尾のメスを複数のオスが追いかけながら放卵・放精を行う。1日の産卵行動で生まれる卵は数千万粒以上。海面に浮かんできた卵を網でくわい、隣接するふ化場へ。

ふ化・種苗生産
運びこまれた卵(受精卵)が6cm程度の稚魚(種苗)になるまでの約1ヶ月間、ふ化場内の水槽で細心の注意をはらい管理される。この「人工種苗」によって稚魚の生存率を高めることが、完全養殖最大のポイントだ。なお人工種苗を育てるために、東京海洋大学・甲子園大学とともに共同研究している。

種苗沖出し・養殖
ふ化場で約1ヶ月間育てられた種苗は沖合の養殖場へと移される。種苗は奄美大島だけでなく当社グループの養殖拠点(奄美2拠点に加え、大分・三重など)へと送られ、生後3年で成魚となって、全国のスーパー・量販店や外食企業などへ出荷される。

課題解決プロジェクト マルハニチロの「挑戦」 01 / 02

育めば「資源」!
次代の子どもたちへ届けたい—
**クロマグロ
完全養殖プロジェクト**

民間初の「クロマグロ完全養殖」に成功。

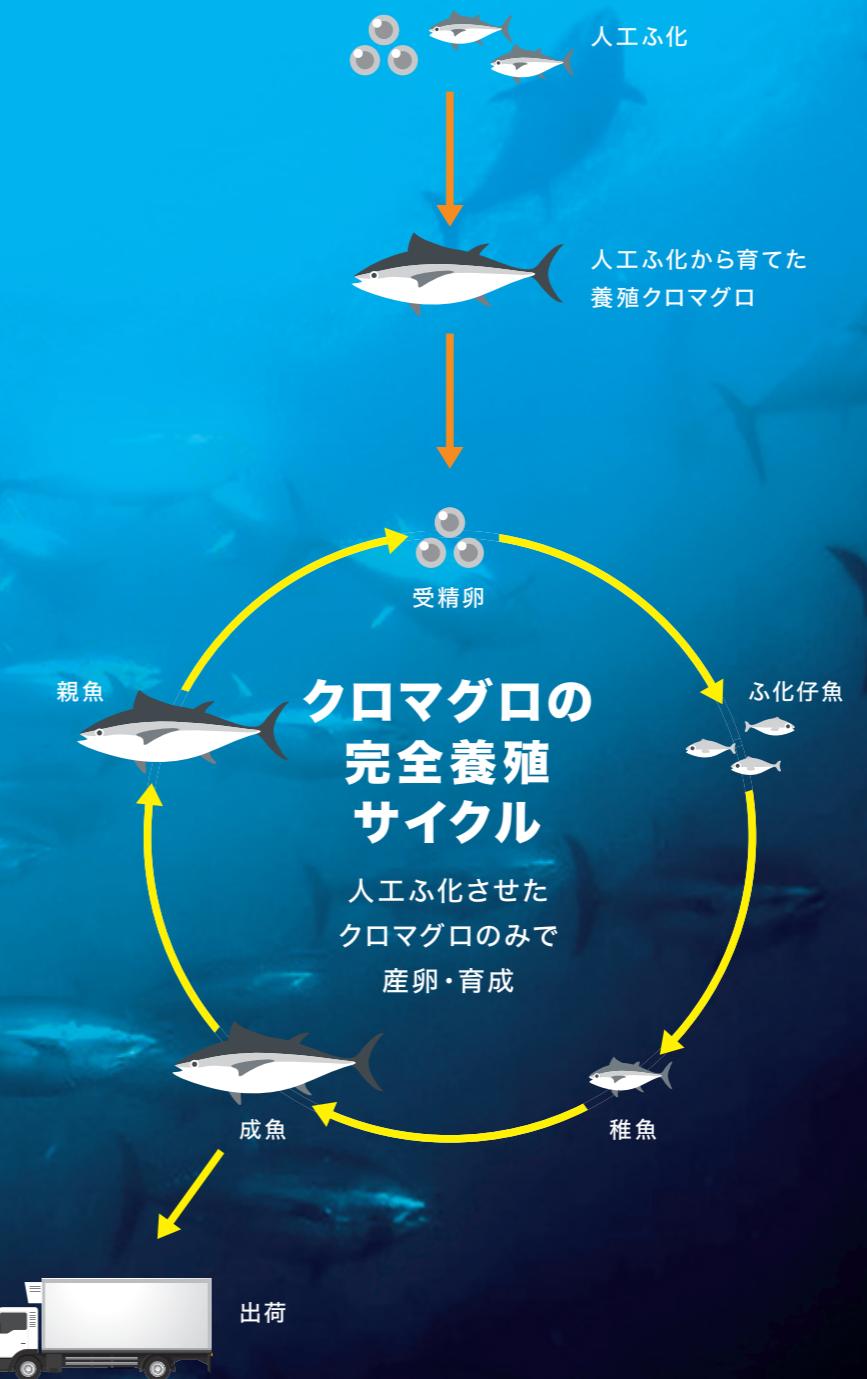
日本の漁業に異変が起きている。
健康ブーム・和食ブームなどによる需
要から、世界各国の漁獲量が軒並み急
増。この影響から、日本の遠洋・沖合漁
業が不漁に陥ってしまった。とある試算
によると、2050年の寿司店ではマグロ
をはじめ大半のネタが「品切れ」になる
かもしれないと警鐘を鳴らす。
水産資源を守りつつ、食卓から海の恵
みを絶やさぬ方法とは? そんな難解
なパズルに挑むプロジェクトがあった。
「クロマグロの完全養殖。これが私たち
の導き出した解答です」と胸を張る
人々がいる。東京から1,300km離れ

た奄美大島で日々奮闘するスタッフで
ある。
養殖と完全養殖。その1番の違いは、
育てた成魚から採卵し、ふ化させて、
2代目3代目の子孫を生み出せるか否か
にある。既存の養殖を「消費型」とする
ならば、私たちが挑む完全養殖は「循
環型」。この末踏のプロジェクトを軌道
に乗せれば、未来の子どもたちに海の
恵みを伝え残していくことができる。
だからこそ奄美のスタッフは、誇りと使
命感を胸に、日夜頑張ってこられた。
だが、完全養殖への道程は遠かった。
クロマグロは本来デリケートな魚で、

環境変化に弱い。夜間にライトを当て
ようものなら驚いて逃げ、生簀にぶつ
かって負傷死する。あるいは産まれた
卵も、水槽では容易にふ化しない。
「100万の卵から1万5千の稚魚を得る
のに20年かった」とスタッフはいう。
なにしろ、ふ化してからも水槽に衝突
したり、共喰いしたりで、個体数は漸減す
る。ストレスか。自然の摂理なのか。前
例がないだけに、暗中模索は続く。
やがて「水槽育ち」を沖合で育て成魚と
なり、最初の成功を得たのが2010年。
2006年に生産した種苗が成長し、産
卵に成功したのだ。いかに稚魚の生存



[完全養殖サイクル イメージ図]





当社の完全養殖クロマグロは「BLUE CREST」のシリーズ名で出荷される。これはクロマグロの英名「BLUEFIN TUNA」の「BLUE」と、『頂点』を意味する「CREST」から命名され、「世界最高峰の品質を届けたい」という想いを込めている。



奄美大島



当社グループの養殖場・奄美養魚篠川支店の面々。「資源保護」を合言葉に、1人ひとりの使命感とモチベーションはすこぶる高い。そんなスタッフとともに増養殖事業部養殖課副部長(後列右から4人目)の小野寺純は、足かけ20年で商業出荷へと漕ぎつけた不屈の男。完全養殖クロマグロは、グループ全体の出荷ベースで2021年度は500トン、1万尾を予定。

率を高めるかが事業として継続するための必須課題だった。

我々のミッションは、加工・販売までを含めた自社サプライチェーンに乗せ、量産ビジネスとして成立させていくこと。採算点を厳密に見極めねばならない。エサ(飼料)の開発も急務だった。クロマグロは大食漢なうえに好き嫌いも激しい。社内外のプレーンと連携し、最もコストパフォーマンスの良いエサを探し求めた。なぜならエサの配合によって、例えば脂肪率を増減させるなど、品質管理されたクロマグロを出荷できるからである。

かつて江戸の寿司屋台では、脂身は棄て、赤身を重宝した。それは脂身に含まれる不飽和脂肪酸が酸化・傷みやすく、当時の技術では保存しにくいため。鮮度にこだわった寿司職人が赤身を愛した理由はここにあったという。

スタッフは語る。「エサによって品質をコ

ントロールする。そして、エサの原材料を見直すことでエコロジカルな輪を確立することが、次なる課題」だ、と。

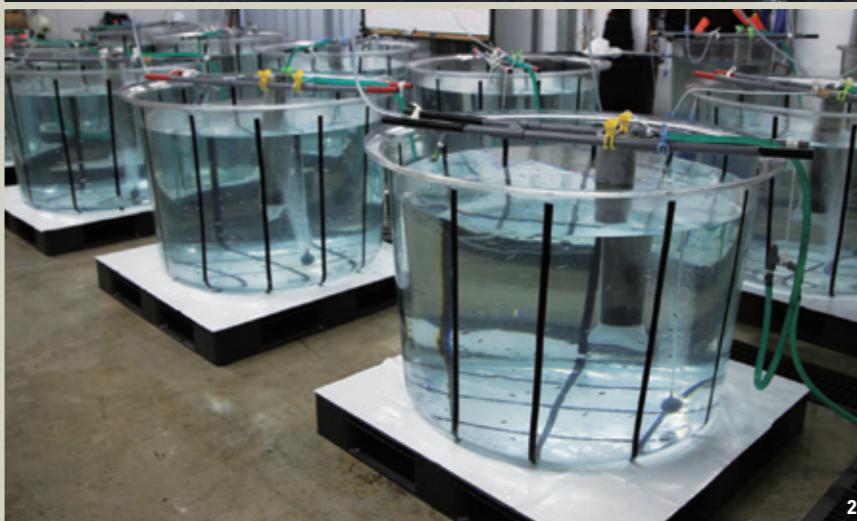
一例として、従来のエサは魚が主原料だが、これを大豆などの植物性たんぱくに代替できないだろうか。もし、この試みが成功すれば、新たな資源保護の輪ができる。しかし現状は、植物由来のエサを与え続けると、クロマグロは飽きて、食べ残してしまうという。まだまだ、試行錯誤は終わらない…

「和食」が世界無形文化遺産になり、世界的に魚食・生食ニーズが高まっていくなか、完全養殖クロマグロは、業界初の欧州出荷に漕ぎつけ、さらに、一層の生産性向上のために、国の研究機関と協働で人工種苗を用いたクロマグロの育種技術開発を開始した。

この一步が、大きな足跡となる明日を夢見つつ、今日も私たちは挑戦する…



- 奄美大島南部の海域に設けられた大型生簀で交尾・産卵活動を行うクロマグロ。
- ふ化場内の水槽(写真)で1ヵ月かけ、受精卵は体長5~6cmの種苗へと育っていく。2006年の種苗生産試験開始時には0.1%にも満たなかった種苗の生存率を3%へと高めることに成功。この間、グループの総力を挙げて、生育環境やエサの改善に取り組んだ。飼育に適した卵の選別、エサとして与えるプランクトンの栄養強化、水温や照度の微調整など、まだ挑むべき課題は多い。



卵から種苗になるまで



受精卵



5日



10日



15日



20日



25日(種苗)

3 ふ化場から洋上へ、水槽から生簀へと居を移した種苗。ここからは「品質管理」がポイントとなる。かつてのマグロ養殖では、日本近海で漁獲された小型魚を飼料としてきた。しかし資源保護の観点から、当社は新たな飼料の開発に着手。流通時点での「残渣」となる魚の骨や内臓をリサイクルした飼料。ビタミンやミネラルを強化した飼料。あるいは生簀周辺の生態系にやさしい、環境配慮型の飼料などへと逐次スイッチしている。

4 2020年に鹿児島県南さつま市に(株)マルハニチロ養殖技術開発センターを設立。クロマグロで培った完全養殖のノウハウを応用しながら、多様な魚種の種苗生産、ICT・AIの活用、ゲノム情報を利用した育種を行っていく。

5 2015年の商業出荷を皮切りに、2019年には初めて欧州へ出荷を開始(大分県の養殖場より)。すでに中国へも輸出された。完全養殖クロマグロの場合、冷凍せず「氷藏」で空輸されるのも特長で、生鮮かつ日本ブランドであることに対してバリューを感じていただけの消費者層を狙う。



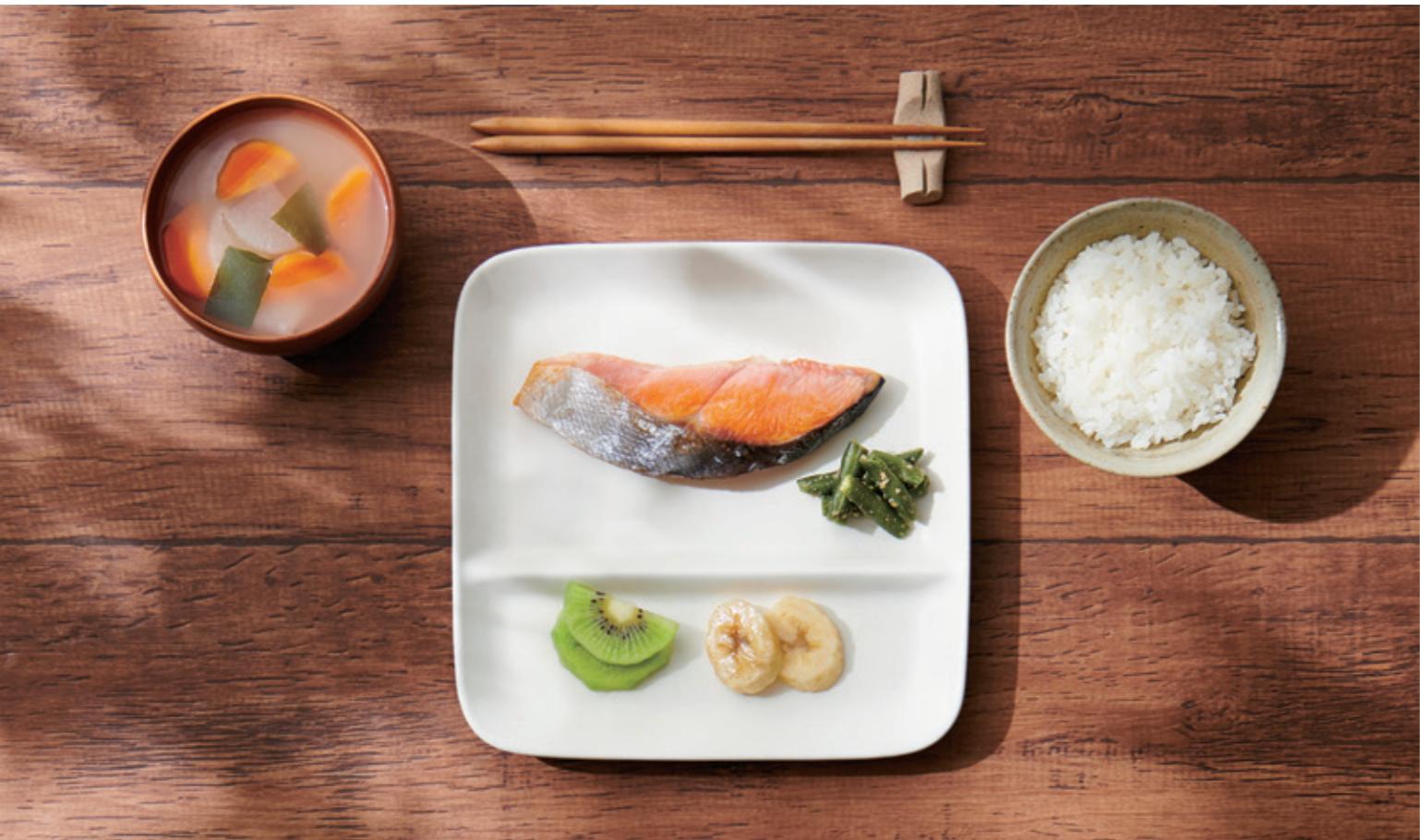
3



4



5



課題解決プロジェクト マルハニチロの「挑戦」 02 / 02

業務用
食品

>連携する主なユニット

水産
商事 海外 家庭用
冷凍食品

超高齢社会の 「健康長寿」を考える 介護食の 開発プロジェクト



写真下は当社の病院・施設向けの冷凍介護食。かむ力が異なっても同じメニューを囲むことができる。

マルハニチロの介護食は、用途やかむ力に応じて選べる183品目(2021年4月時点)。魚・肉・野菜など素材のムースやゼリーなどの病院・施設向け冷凍食品や、温めるだけで食べられる在宅向けレトルト食品、冷凍食品を取り揃えた。形・色・風味・物性・栄養価などから自在に組み合わせができる。調理経験のない方々でも容易に取り扱え、介護負担の軽減にも役立つ。当社ホームページではさまざまなアレンジレシピも公開、「食べる楽しみ」を拡げている。

<https://www.medicare.maruhachichiro.co.jp/>



少量でも高栄養な「おいしさ」を求めて。

「これ、おいしい!! その一言が私たちの原動力です」

介護食*.その商品開発とマーケティングを担う、メディケア営業部スタッフの声である。

*当社のシリーズ名は「メディケア食品」。

介護食だからこそ「おいしさ」にこだわりたい。それは、完食して欲しいから。必要な栄養素をきちんと摂って欲しいから。そして、食事そのものを楽しんでもらいたいから。

だが高齢化が進み、いまや独居老人や老々介護世帯が急増。また介護施設の厨房なども人手不足に陥っている。おいしいごはんを、丁寧にこしらえてくれる人手が、絶対的に足りない。

一方で高齢者は1人ひとり「かむ力」が異なる。やわらかいものしか食べられない人には、料理を碎きペースト状にし

たうえで提供するという配慮が要る。だが、ミキサーにかける際には水を加えなくてはならないので、量が増え、味気もなくなり、結果、完食してもらえない。必要な栄養を摂取できない。

在宅を含め、介護の現場では、こんなジレンマを長年抱えてきた――。

2000年代より、「骨なし魚」などを病院向けに開発・製造・販売し、グループを挙げて介護食に取り組みだしていた当社。担当スタッフは各々、病院・介護の現場を訪ね、利用者の生の声に耳を傾けていた。

現場での試食やヒアリングを重ね、これらの評価や意見を工場に持ち込んで試作・落とし込み・生産確認を繰り返す。そして2005年、「やさしい素材」シリーズを発表。魚ムース・肉ムース・野菜ムース・野菜ゼリーなどを世に送り出した。

以後、ラインアップを拡充し、現在では総数183品目、施設向けの冷凍介護食シェアは20%を超えるを走っている。

が、まだまだ課題も少なくない。

在宅向けの販路は、まだ街中の店舗で買いたいのが実情だ。

あるいは「料理は手づくりに限る」という人々の、既製品への偏見も払拭していかねばならない…。

超高齢社会を目前に、プロジェクトは、緒に就いたばかりだ。



UJ
ユニバーサルデザイン

容易に
かめる

歯ぐきで
つぶせる

舌で
つぶせる

かまなくて
よい

高齢・病気などでかむ力が弱くなった人向けに加工された食品。日本介護食品協議会が規格を定め、食品のかたさや粘度に応じて上記の4段階に区分。適合した商品には「ロゴマークと区分」が表示される。

マルハニチロのメディケア営業部で、介護食の企画・普及・販売促進に取り組む儀間詩織(管理栄養士)。「おいしさ」と「少量高栄養」、そして「誰でもつくれる」をテーマに日々奮闘中。介護の現場やイベント、学会にも足しきく通い、そこからさまざまな課題を抽出、実勢に即したソリューションを心がけている。自社製品を使ったメニュー提案なども多く行う。

モノ

MONO-LOGUE

語り

INNOVATION 1910-2021

製品みずからが語る、イノベーションの軌跡



私、こと「あけぼのさけ」缶の来歴をお話しましょう。

日露戦争によって締結された日露漁業協約(1907年)。カムチャッカ沿岸にかけての漁業権が拡大したこと、堤商会(新潟)を主とした母船式サケ・マス漁が始まります。船内に缶詰・塩蔵設備を備えた「母船」と、運搬船・給油船ら50余隻が船団をつくり出漁しました。

当時はシロサケなどに高値がつく一方、不人気なベニサケは買い叩かれる。そこで堤商会の創業者・堤清六と平塚常次郎がベニサケで保存も出来、すぐに食べられる「付加価値」をつけて売ることを発案*。1910(明治43)年、輸出用缶詰「あけぼのさけ」が誕生します。以後、日本の缶詰産業

*現在はカラフトマスを主原料としている。

は急成長し、国内消費も急増。かの堤商会も1921年、日魯漁業(現マルハニチロ)へと改称しました――。

あれから百歳を超えた私は、国内外で累計約40億缶を出荷する長寿商品へ。この間、原材料・容器などをイノベートしつつ、折からのエコブーム・健康ブーム・時短ブームを追い風に、ますます意気軒昂なのであります。

長寿の秘訣? それは素材を生かした、変わらぬおいしさにアリ! 新鮮なサケに水と塩だけを加えたシンプルな調理法を、頑なに守り続けてきたことでしょう。

これまでも。これからも。日本の、世界の食と健康長寿へ奉仕していく所存ゆえ、切に、ご贔屓願えますよう。

100年前の愛用者は 英米の人々

明治末期、発売当初の価格は1缶20-35銭。これは、日本国内で米3升(4.5kg)が買えるほどの“たいへんな高級品”であった。そのため主としてイギリスへ輸出され、外貨獲得に大いに貢献。輸出がピークを迎えたのは第2次世界大戦前夜で、1939年には263万缶(ケース)、1.5億円分が海を渡った。



3ピース構造の 「サンタリー缶」

「あけぼのさけ」の缶は3ピース構造。缶蓋(トップ)には異種金属が触れても腐食しにくいアルミ合金を使用。また缶胴(ボディ)は鉄板に錫(すず)メッキを施し、更にニッケルをメッキして耐食性・溶接性・塗装性を強化。缶底(エンド)は薄く延ばした鉄板に錫メッキを施した。これが三位一体となって、常温で3年間の長期保存が可能な「サンタリー缶」となる。

よわい
ワタクシ齢百を超え、ますます意気軒昂ナリ。

水・塩だけの シンプルな調理法

主に5~7月に北海道東沖に水揚げされたカラフトマス(PINK SALMON)を使用し、グループのマルハニチロ北日本釧路工場で加工。工場では身を切りそろえ、食塩水につけて肉を引き締め(塩析)、密封したのち、レトルト缶に入れて加熱殺菌。これが、保存料や添加物を一切加えずに長期保存できる「水煮」という調理法。



身も骨も皮も! サケ缶は栄養の宝箱

サケの身は、人体では生成されない9種類の必須アミノ酸をすべて含み、DHAやEPAをはじめ、ビタミン類(A、B12、D、E)、ミネラル、アスタキサンチン等も含む。さらに、やわらかく「煮た」中骨や皮目と一緒に食べられるサケ缶は、中骨に含まれるカルシウムや、皮に含まれるコラーゲンも摂食できるのがメリット。

さらなるトリビア 缶詰の明日

(公社)日本缶詰びん詰レトルト食品協会の調査によると、日本人は飲料を除く食料缶詰・びん詰では、年間1人あたり約8.3kgを消費しているとか。1缶250gで計算すれば33缶。いまや「缶詰にできない食品はない」といわれるほど発達した加工技術。国内・世界に流通するものは、一般的な食用缶詰から、ベビーフード、ペットフード、飲料、タレ・調味料など、その種類は多岐にわたる。

KEY NUMBERS

「数字」で解く
マルハニチロ

もっと私たちを知っていただくために、象徴的な「数字」で綴ったミニコラム集。
グループの歴史に関わる数字、事業規模がわかる数字、
認証や環境問題にまつわる数字などなど、ご一読あれ!

149 社

グループ会社の数(2021年3月時点。国内74社、海外75社)。日本をはじめ北米・南米・アジア・オセアニア・欧州・アフリカ各地にネットワークは拡がっている。

▶ 詳しくは本誌 p.23

39 種

環境・自然保護に配慮した「持続可能な漁業」の証、MSC漁業認証。労働者の人権、地域社会にも配慮した「持続可能な養殖場」の証、ASC養殖場認証。当社グループではその両認証を取得した漁業・養殖場を供給源とする水産物取扱数が39種に達した。

(2021年4月時点)

海のエコラベル
持続可能な漁業で獲られた
水産物
MSC認証
www(msc.org).jp



MSC-C-51737

**責任ある養殖により
生産された水産物**
asc
認証
ASC-AQUA.ORG



ASC-C-01271

40,000t

世界各地から買い付けるエビの取扱量は約4万トン。これは国内シェアの約18%で、No.1(2020年1~12月累計/当社調べ)。



6/22

す。そんなDHAを使った加工食品や健康食品を手がけてきたマルハニチロが「DHAの日」を制定、(一社)日本記念日協会に登録した(2012年)。しかしながら、6月22日なのか? それはDHAが「6つのシス型の二重結合を含む22個の炭素鎖をもつカルボン酸の総称(!!)」であるから、とか。

2010年

民間企業として初めてクロマグロの「完全養殖」に成功。稚魚を買い付けて育てる一般的な養殖とは違い、産卵からふ化・育成まで、すべてを人工的に行う。この完全サイクルの確立こそが大きく異なる点だ。すでに2015年から商業出荷を開始し、2019年には業界初の欧州出荷を実現。

▶ 詳しくは本誌 p.13

25°C



マルハニチロ物流
(物流ユニット)の
主な保管温度帯(冷凍)。
この他、冷蔵帯や超低温帯など、
10°C~-50°Cまで
商品に合わせた温度帯での
保管に対応している。

位

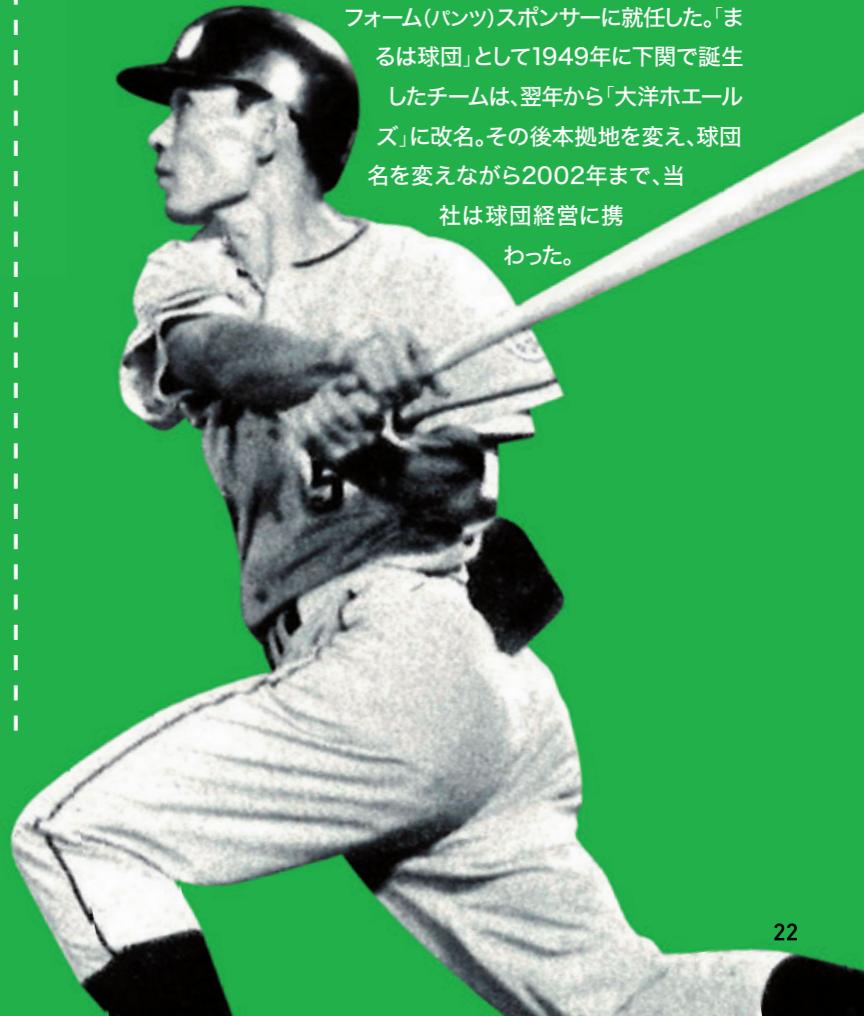
冷凍食品「横浜あんかけラーメン」は
冷凍ラーメン売上1位*。この商品は中
華の名店、広東名菜「赤坂璃宮」オナ
ーシェフ・譚彦彬氏監修による人気シリ
ーズ「新中華街」のひとつ。豚肉ときくらげ
にたっぷりの野菜(もやし、白菜、たけのこ、
んじん、ねぎ、小松菜)を炒めたとろみスープ
が決め手!

*冷凍調理ラーメンカテゴリー
販売金額(累計)、インテージSRI
(2018年10月~2020年9月)



1949 年

2019年の球団創設70周年オフィシャルスポンサー就任に続き、横浜DeNAベイスターズ2021年春季キャンプ「冠」スポンサーおよびユニフォーム(パンツ)スポンサーに就任した。「まるは球団」として1949年に下関で誕生したチームは、翌年から「大洋ホエールズ」に改名。その後本拠地を変え、球団名を変えながら2002年まで、当社は球団経営に携わった。



10 社

当社グループは「サステナビリティ長期ビジョン」を策定し、経済・社会・環境に価値をもたらす取り組みを推進。その活動のひとつが、持続可能な水産資源の保全である。その実践に向けて、2016年から、世界の水産関連企業10社と科学者によって組織された「SeaBOS*」のメンバーとして活動開始。伊藤会長が2018年からの2年間、SeaBOS初代会長を務めた。今後も、健全で生産的な海洋の実現やIUU(違法・無報告・無規制)漁業の撲滅など、持続可能な水産資源の利用に向けて積極的に関与していく。

*SeaBOS(Seafood Business for Ocean Stewardship): 海洋管理と持続可能な水産事業の推進を目的として世界の水産大手企業が発足した組織



©Thai Union Group

主要グループ企業

漁業ユニット	大洋エーアンドエフ マルハ(N.Z.)コーポレーション オーストラル・フィッシャリーズ 大洋ナミビア サカナ・テル・ペラー 大洋ミクロネシア	東京 ニュージーランド オーストラリア ナミビア ペルー ミクロネシア	国内外漁業・マグロ養殖 トロール漁業 漁業 カニ漁業 漁業 漁業
養殖ユニット	大洋エーアンドエフ	東京	国内外漁業・マグロ養殖
水産商事ユニット	琉球大洋	沖縄	水産加工品販売
荷受ユニット	大都魚類 船橋魚市 大東魚類 名北魚市場 大京魚類 神港魚類 観音寺海産 境港魚市場 マルハ九州魚市ホールディングス 九州魚市 九州中央魚市	東京(豊洲・千住・大田)千葉(成田) 千葉 愛知(名古屋) 愛知(名古屋北部) 京都(京都) 兵庫(神戸) 香川(観音寺) 鳥取(境港) 福岡 福岡(北九州・佐賀) 熊本(熊本・鹿児島)	荷受 荷受 荷受 荷受 荷受 荷受 荷受 荷受 事業管理 荷受 荷受
海外ユニット	マルハホールディングス(タイランド) マルハニチロ(タイランド) サイゴンフード マルハ上海貿易 マルハキャピタルインベストメント ウェストワードシーフーズ アリエスカシーフーズ プレミアパシフィックシーフーズ トランソーシャンプロダクツ シーフードコネクションホールディング マルハニチロリテールサービス	タイ タイ ベトナム 中国 米国 米国 米国 米国 米国 オランダ 東京	事業管理 水産物等販売 水産加工 水産物輸出入販売 事業管理 水産加工、販売 水産加工、販売 水産物販売、事業管理 水産加工、販売 水産物販売 水産加工、販売
業務用食品ユニット			

国内養殖拠点



グループ荷受ネットワーク拠点



海外水産関連拠点



主要グループ企業

漁業ユニット	大洋エーアンドエフ 青島多福康食品	東京 中国	冷凍食品、調味料、乾燥食品 野菜エキス、サケフレーク
養殖ユニット	大洋エーアンドエフ	東京	冷凍食品、調味料、乾燥食品
水産商事ユニット	広洋水産 マルハニチロシーフーズ	北海道 茨城	水産加工、販売
荷受ユニット	ダイトウフーズ	愛知	水産加工
海外ユニット	キングフィッシャーホールディングス シーパック KFフーズ JPK コールドストレージ 浙江興業集団 煙台日魯大食品 サイゴンフード 大洋食品 林田食品産業	タイ タイ タイ タイ 中国 中国 ベトナム 長崎 佐賀	冷凍食品 ツナ缶詰・レトルト、ペットフード 冷凍食品 冷蔵倉庫業 水産加工、販売 冷凍食品 冷凍食品、レトルト 水産加工、海苔 水産加工、販売、魚卵
家庭用冷凍食品ユニット	マルハニチロ九州	熊本	冷凍食品、缶詰
家庭用加工食品ユニット	マルハニチロ北日本 マルハニチロ山形	北海道 山形	缶詰、びん詰、エキス カップゼリー、レトルト
業務用食品ユニット	ヤヨイサンフーズ デリカウェーブ サングルメ N&Nフーズ	東京 神奈川 鳥取 タイ	冷凍食品 コンビニ向けパンなど 冷凍食品 冷凍食品
畜産ユニット	マルハニチロミートアンドプロダクツUSA QMKインターナショナル アークランドマルハミート ニチロ畜産	米国 米国 神奈川 北海道	畜産物販売 食肉加工、販売 食肉加工 食肉加工、販売
化成ユニット	AK&MN バイオファーム 慈溪永興食品 寧波市吉進興業国際貿易	韓国 中国 中国	オメガ-3関連化成品 乾燥食品 乾燥食品

国内加工拠点

●マルハニチロ 新石巻工場

製造品目／冷凍食品



2017年4月に稼働を開始した、グループ内最新の工場です。無人搬送車やロボット等を充実した省人化、廃熱回収システム等による省エネルギー・環境配慮、IT機器による正確な品質管理、そしてフードディフェンスにおいて、最新鋭の設備を整えています。高いレベルの品質管理とローコストオペレーションを両立しています。

●マルハニチロ 大江工場

製造品目／冷凍食品



主食冷凍食品(冷凍麺、冷凍米飯)を製造。トレーサビリティ機能を含む、製造実行システムを導入することにより、原材料受入時より、最終製品外箱まで、2次元バーコードラベルにて管理し、迅速にトラッキング・トレースを行えます。

●マルハニチロ 宇都宮工場

製造品目／フィッシュソーセージ 冷凍食品



フィッシュソーセージ、冷凍食品を製造。同じ敷地内にコンドロイチン硫酸ナトリウムやDHAなどの医薬品素材や健康食品素材を製造する化成バイオ事業部と、調味エキスなどを製造する調味料乾燥食品事業部があります。

●マルハニチロ 広島工場

製造品目／冷凍食品



食卓惣菜向けの「五目シユウマイ」や、「牛力ルビマヨネーズ」「肉巻きポテト」などのお弁当向けのロングセラー商品まで、冷凍食品(畜産加工、フライ類)を製造しています。

●マルハニチロ 下関工場

製造品目／ちくわ 乾燥食品



ちくわ、乾燥食品を製造。徹底した品質管理と、自動化生産によるローコストオペレーションが実施されています。

● ISO取得拠点



畜産物調達加工拠点

【海外产地】

海外に広がるネットワークを駆使しながら、安全・安心な牛肉・豚肉・鶏肉を調達し、加工・供給しています。信頼のおける生産者とパートナーシップをとりながら、お客様の視点に立った付加価値の高い商品の開発にも取り組んでいます。



【国内产地】

日本全国に息づくブランド肉。マルハニチログループでは、牛肉における当社とグループ会社のコラボレーションで、北海道発のブランド牛のブランド牛の販売にも着手しています。豚肉・鶏肉に関しても、全国の良質な生産地をネットワーク化し、生産者の顔が見える信頼の食肉提供を実施しています。



【食肉加工品】

マルハニチロブランドの商品はもちろん、お取引先からのご要望に合わせて、食肉の加工なども行っています。厳しい品質管理基準をクリアした国内外の指定工場で加工・生産を実施。唐揚げ・ハンバーグ・ソーセージ・焼豚など、幅広い商品を提供。中食や外食マーケットへの提案にも力を注いでいます。



ニチロ畜産の十勝工場・名寄工場・札幌工場では、食肉の1次加工から食肉製品加工、食肉加熱加工までを実施。安全・安心な食肉と商品の提供を取り組んでいます。



海外加工拠点



主要グループ企業

物流ユニット	マルハニチロ物流	東京	保管・輸配送・通関
	マルハニチロ物流サービス関東	東京	荷役請負業
	マルハニチロ物流サービス中部	愛知	荷役請負業
	マルハニチロ物流サービス関西	大阪	荷役請負業
	マルハニチロ物流サービス九州	福岡	荷役請負業
新長門運送	新長門運送	福岡	運送業
その他	アイシア	東京	ペットフード
	マルハニチロアセット	東京	不動産売買・賃貸・管理・仲介業
	中央すりみ研究所	東京	食品の品質・細菌検査他
	日本サイロ	千葉	倉庫、港湾運送業
	CACマルハニチロシステムズ	東京	IT・システム

国内主要保管物流拠点

● ISO9001取得拠点

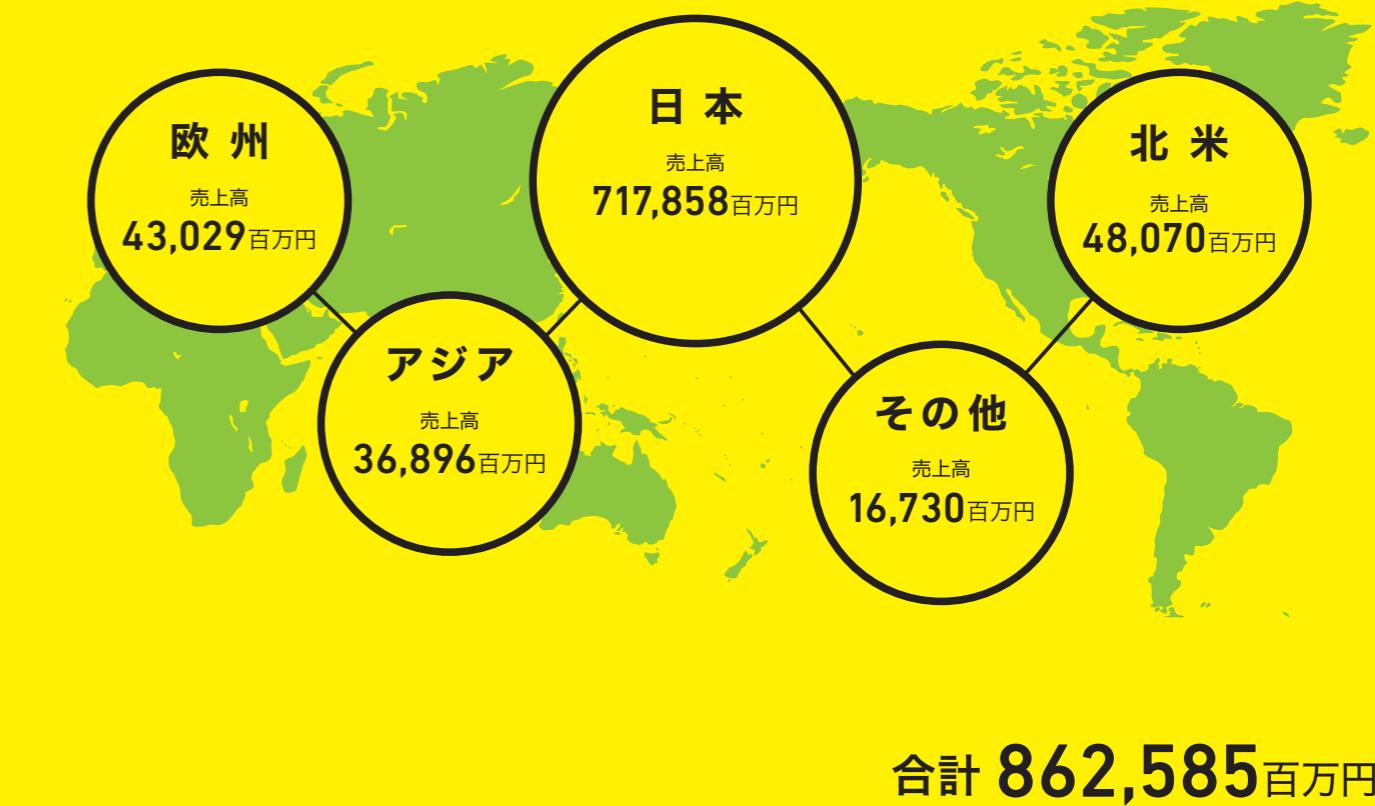


主な経営指標(連結)

売上高	862,585百万円
営業利益	16,208百万円
経常利益	18,130百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	5,778百万円
総資産	532,719百万円
純資産	166,996百万円
1株当たり当期純利益	109.81円
1株当たり純資産	2,714.32円
自己資本比率	26.8%



地域別売上高







会社概要

商号	マルハニチロ株式会社
英文名	Maruha Nichiro Corporation
設立	1943年3月31日
事業内容	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
所在地	東京都江東区豊洲三丁目2番20号 豊洲フロンティアビル
代表者	代表取締役社長 池見 賢
電話	03-6833-0826
FAX	03-6833-0506
URL	https://www.maruha-nichiro.co.jp/
資本金	200億円
決算期	3月31日