

MNV創造ストーリー | 水産資源セグメント

漁業ユニット

ありたい姿

世界中の海域における限りある水産資源の持続性を担保しながら、海が与えてくれる、おいしくかつ人々に健康をもたらす水産物を世界中の消費者に届け続ける存在であり続けたいと考えています。

事業を通じて創造するMNV

水産資源の維持・保全が最重要課題となるため、漁船の近代化による排出ガスの低減、海洋汚染の防止を意識して、創出する環境価値を高めていきます。社会価値の観点からは、消費者にうれしい・健康・安全安心な水産物を供給し続けることを推進し、持続的なバリューチェーン網の構築を推進していきます。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- 世界の15漁業海域(管理機関)における漁業権・アクセス権を保有
- 長年の取引関係による、水産資源を管理する各国および各地域の行政官庁とのネットワーク力
- 多様化するマーケットを踏まえ、MSC 認証を取得した魚種の漁業を実践できる対応力

マテリアリティと事業の関わり

気候変動問題への対応

- Austral Fisheries 社による、豪州行政によるカーボンニュートラルへの取組みへの参加(排出権購入など)

生物多様性と生態系の保全

- 水産資源管理に関する各種イニシアチブへの参画(→P.59)

持続可能なサプライチェーンの構築

- MSC 認証を取得した魚種のサプライチェーンを通じた責任ある提供
- IUU 漁業との関わり排除

MNV 創造に向けた戦略

- ▷ マルハニチログループのバリューチェーンの基盤となる水産資源確保を強化し、世界中の食卓に持続可能性に配慮した安全・安心な食を提供

戦略実現への具体策

- ・ 地域行政や有力業界が開催する漁業関連会議への積極的関与、参画。同業他社とのエンゲージメント(対話)による発言力の維持・強化
- ・ 地域行政および顧客に対する信頼性確保のための国際認証の取得・維持
- ・ 地域行政との対話円滑化に向けた各現地法人へのサポートおよび海外人財の継続的養成と派遣

TOPIC

Austral Fisheries 社の商品が Best Sustainable Seafood Product 賞を受賞



養殖ユニット

ありたい姿

母なる海を舞台としてその大きさ、深さ、厳しさ、やさしさを感じつつ、さらなる技術革新によって完全養殖の比重を高め、天然資源を保護しながら、恒久的に世界の人々においさと健康をお届けする姿をめざしています。また、養殖業界のリーダーとして、日本の養殖業界全体の向上に貢献したいと考えています。

事業を通じて創造するMNV

人工種苗の比重を増すことで天然種苗への依存度を下げ、海洋資源の保全に貢献するとともに、養殖を展開する各地域の自治体などのステークホルダーと一体となって事業を営むことで、地域の活性化という社会価値も創出しています。安全でおいしい魚を安定的に世界の人々に供給することで、人々の豊かなくらしとしあわせに貢献しています。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- 養殖事業開始(1959年)、人工孵化開始(1975年)以来蓄積してきた、「人工孵化種苗」の比率を高めた養殖ノウハウ
- 大手日系外食チェーンの海外展開など、多様な顧客ニーズに対応できる販売体制
- グループ内養殖技術研究・開発担当部門と連携しつつ、水産研究・教育機構(FRA)などの外部研究機関とも協力して養殖研究を推進できる開発体制

マテリアリティと事業の関わり

循環型社会実現への貢献

- (株)マルハニチロ北日本青森工場で発生した加工残渣を養殖飼料として有効活用

海洋プラスチック問題への対応

- 海面養殖業で使用する発泡フロートをより強度のあるABS樹脂やHDPE(高密度ポリエチレン)素材のフロートに切り替え、経年劣化によるプラスチックの海洋流出リスクを軽減

健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供

- プリ・カンパチについてASC 認証を取得・維持し、持続可能な養殖魚の提供を推進

MNV 創造に向けた戦略

- ▷ 養殖事業進出エリアの環境保全と地域社会活性化への貢献
- ▷ 環境価値・社会価値の創出を訴求した養殖事業の実践
- ▷ 顧客ニーズに対応した養殖魚の提供
- ▷ 海洋管理のイニシアチブ「SeaBOS」メンバーの一員として、養殖現場で使用する抗菌剤の削減を積極的に推進

戦略実現への具体策

- ・ ワクチン接種の効率化による抗菌剤使用量の削減とへい死率の低減
- ・ 人工孵化種苗の生産効率向上の早期実現をめざし、人工孵化種苗の外販体制を構築
- ・ IoTやAI技術を積極的に養殖技術に導入することでコスト低減スキームを開発し、将来的には養殖業界全体に提供
- ・ 市況の影響を受けづらい、定価・定量販売の取引先へ販売チャネルを拡大
- ・ 中国・韓国向けの活魚販売や東南アジア向けの鮮魚・加工品販売に注力し、販売チャネルの多様化を促進

マルハニチロとは

トップメッセージ

強みとなる
ビジネスモデル

MNV 最大化戦略

パフォーマンスハイライト

ユニット別戦略

MNV 創造を支える
ガバナンス

コーポレートデータ

水産商事ユニット

ありたい姿

世界中の消費者が望む水産物をさまざまな形態かつニーズに合わせて供給できる体制の維持・強化を推進し、世界の水産資源の状態および市況を見定めるトップトレーダーであり続けます。

事業を通じて創造するMNV

国内シェアNo.1の魚種を多数有する信用力を背景に、顧客ニーズに合致した商品を提供することで、顧客満足度の向上をめざしています。環境価値側面では、限りある水産資源の有効活用を進めるとともに、社会価値側面では、調達するすべての水産物がIUU漁業にかかわっていないことの確認を同時に進行させることで、持続可能なサプライチェーンを構築し、安全・安心な水産物を安定的に消費者に届けています。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- グループの水産資源アクセスと世界中の各商材主力サプライヤーとの強固な関係性維持により実現するグローバル調達力
- 国内外の多様な販売チャネルを活用した販売力の高さ

マテリアリティと事業の関わり

- 安全・安心な食の提供**
- 製品開発および調達時の、品質保証部との協業による徹底した品質管理体制の確立(→P52-53)
- 健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供**
- MSC・ASC認証製品の取扱いの拡大
- 持続可能なサプライチェーンの構築**
- IUU漁業との関わりを排除

MNV創造に向けた戦略

- ▷ 食材流通ユニットとの連携による、マーケットイン発想の調達力・販売力の強化
- ▷ 国内外での持続可能な水産資源アクセス・商品開発の強化
- ▷ 国内外におけるグループ衛生管理基準を担保した加工機能の拡充
- ▷ プロダクトアウト発想の持続可能な新規商材の市場開拓

戦略実現への具体策

- ・ グループ内荷受会社、食材流通ユニットを通じた顧客ニーズの吸い上げから、商品開発・提案までの迅速化
- ・ グループ製造拠点における、MSC認証製品の取扱いの拡大
- ・ 加工拠点のグループ内製法の推進による、安全・安心を強化した生産体制の構築
- ・ ワンストップサプライヤーたるべく、取扱商材の充実

海外ユニット

ありたい姿

母なる海の天然の恵みを環境への負荷を配慮しながら米国、欧州、アジアそして日本にて水産加工品、冷凍食品、ペットフード製品などに加工し、世界の人々においしさと健康、心のやすらぎをお届けします。また、北米での資源アクセスと加工・販売、欧州での製品販売、アジア、日本での二次加工と国内販売、それぞれの特性

を生かしながら連携によりMNVの最大化をめざしていきます。

事業を通じて創造するMNV

持続可能な天然資源へのアクセス権を生かし、グループ全体における付加価値の最大化を図っています。加工においては、エネルギー効率改善によるCO₂排出の削減、回収技術向上による排水廃棄物の削減などにより、環境に配慮した事業を展開しています。事業進出エリアにおける環境保全と地域振興を図りながら、漁獲・加工・販売の機能を発揮し、世界中の人々に豊かなくらしとあわせを創出していきます。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- スケソウダラなどを扱う北米事業に続き、世界の他拠点においても「資源アクセス」「生産」「販売」すべての機能を有機的に統合できるポテンシャル
- Seafood Connection社の欧州販売拠点9カ国と米国・中国・ベトナム・タイにおける加工拠点14カ所の連携体制
- 資源アクセスや加工技術ノウハウ、販売ネットワーク、サステナビリティ対応に関して、グローバル競争力を有する

マテリアリティと事業の関わり

- 循環型社会実現への貢献**
- すりみ生産時の排水に含まれるたんぱく質回収率の向上など、廃棄物削減と資源の有効活用を推進
- 生物多様性と生態系の保全**
- 北米事業に代表される、取扱水産物資源調査(→P66-67)の定期実施やサステナブルな資源アクセス維持を積極的に推進
- 多様な人材が安心して活躍できる職場環境の構築**
- 人事部と連携した人材育成プログラム(→P.34)の確立

MNV創造に向けた戦略

- ▷ 世界の各拠点で「資源アクセス」「生産」「販売」すべての機能の統合を推進
- ▷ グローバルな視点で各拠点を運営管理できる人材を育成し、各拠点の統括的な管理運営を促進
- ▷ 各拠点での環境に配慮した事業活動の推進

戦略実現への具体策

- ・ タイ、中国、ベトナムなどの拠点において「資源アクセス」「生産」「販売」の各機能の拡充
- ・ 環境配慮商品の企画・開発・販売
- ・ 海外人材を中長期で育成するための人事ローテーションの実施、グローバル人材育成プログラムの活用、海外現法の各拠点での雇用・育成



Business×Materiality 水産資源調査結果

持続可能な調達に向けた水産資源の保全の取組み

マルハニチログループは、マテリアリティ「生物多様性と生態系の保全」の2030年のありたい姿(KGI)として、「取扱水産資源について、資源枯渇リスクがないことを確認している」を掲げています。具体的な取組みとして、2019年から水産資源調査を開始し、2021年度の1年間に当社グループ外から調達した原料、製品を対象に第2回調査を実施しました。事業活動において取り扱う水産物の資源状態を把握した上で、課題を認識し、改善に向けた取組みを進めることが生物多様性と生態系の保全に通じるとの考えの下、今後も同調査を継続的に実施し、2030年のありたい姿の実現をめざします。

第2回水産資源調査の概要

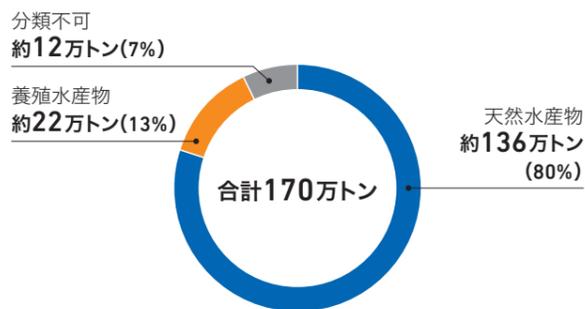
■調査方法

実施年度	第1回(2020年度)	第2回(2022年度)
対象年度	2019年度	2021年度 ^{※1}
調査対象	グループ48社(国内31、海外17)	グループ42社(国内25、海外17)
分析主体/参照データ	SFP ^{※2} /FishSource ^{※3}	SFP/FishSource
評価方法	当社独自の基準	ODP ^{※4} 手法の基準
評価基準	<p>①資源状態に心配なし FishSourceの5つのスコアが平均6以上かつ、スコア4が6以上</p> <p>②資源状態に心配あり FishSourceの5つのスコアが平均6未満または、スコア4が6未満</p> <p>③データ不十分 FishSourceの5つのスコアに欠損があり評価ができない場合</p>	<p>①Well managed(優れた管理がなされている) FishSourceの5つのスコアがすべて8以上</p> <p>②Managed(一定レベルの管理がなされている) FishSourceの5つのスコアがすべて6以上</p> <p>③Needs improvement(改善を要する) FishSourceの5つのスコアに6未満がある場合</p> <p>④Not scored(評価不可) FishSourceの5つのスコアに欠損があり評価ができない場合</p>

※1: 国内と一部海外は2021年4月~2022年3月、その他海外は2021年1月~12月
 ※2: 持続可能な漁業のためのパートナーシップ。FishSource^{※3}を管理する米国のNPO。正式名称はSustainable Fisheries Partnership
 ※3: 各国行政機関の水産資源情報をもとに開発された国際的な水産資源に関するデータベース
 ※4: Ocean Disclosure Project。SFPにより運営される、水産物調達の透明性を高めることを目的とした情報開示プラットフォーム

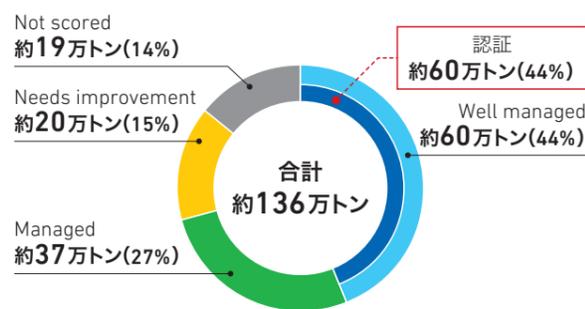
■調査結果

水産物全体



当社グループ全体の2021年度の取扱実績は、原魚換算で約170万トンとなり、取扱魚種は学名で天然魚337種、養殖魚83種におよびました。一方、分類不可は飼料原料由来を中心に約12万トンとなり、前回調査時の14万トンから改善はされたものの、依然大きな課題と認識しています。

天然水産物



天然水産物の資源状態/管理状態を評価するため、SFPのODP手法にもとづいた分析を行いました。その結果、マルハニチログループの取扱天然水産物のうち、44%にあたる約60万トンが「Well managed」と評価され、このうちの大半がスケソウダラを中心とした、MSCなど持続可能であるとして認証された漁業で漁獲されたも

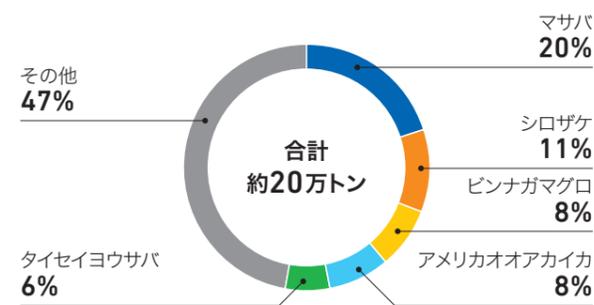
絶滅危惧種の取扱い(2023年6月時点^{※1})

Red List 評価	魚種	学名	重量(トン)	調達国	備考
EN ^{※2} (絶滅危惧種)	ミナミマグロ	Thunnus maccoyii	732	日本、ニュージーランド、韓国、台湾	資源回復計画あり
EN (絶滅危惧種)	アオザメ	Isurus oxyrinchus	575	中国	副産物の有効利用の観点もあるため、取扱いについては段階的に検討
EN (絶滅危惧種)	チヒロアカウオ	Sebastes fasciatus	71	ノルウェー、米国、オランダ諸島、日本	取扱い見直しを検討

※1: SFPの評価結果入手時期、実際の取扱いは2021年度
 ※2: IUCN(国際自然保護連合)のカテゴリ Endangered (EN)

のであることがわかりました。また、27%にあたる約37万トンが「Managed」と評価されました。一方で、15%にあたる約20万トンが「Needs improvement」、14%にあたる約19万トンがデータ不足のため「Not scored」と評価され、改善が必要な課題と認識しています。

「Needs improvement(改善を要する)」の天然水産物



「Needs improvement」においては、上位5魚種で53%を占めました。データ不十分で「Not scored」に分類されたイトヨリダイやタチウオなどの魚種については、取扱水産物のより詳細な漁獲海域や漁法などの情報を入手し、実態の正確な把握に努めていきます。

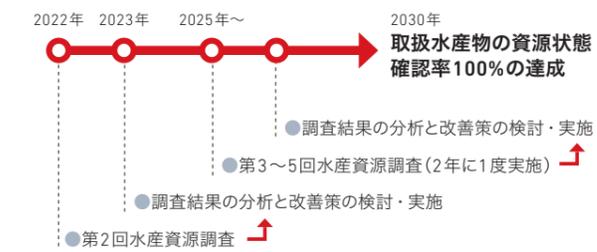
■絶滅危惧種

今回の調査の結果、取扱天然水産物の一部に、IUCN(国際自然保護連合)で定められた絶滅危惧種(EN)に該当する魚種が含まれていることを確認しました(上表)。科学的知見にもとづく漁業管理ルールにのっとり漁獲されている魚種は引き続き状況を注視しつつ取扱いを継続し、それ以外の魚種については取扱いの見直しを検討していきます。

■2030年のありたい姿の実現に向けて

2030年のありたい姿の実現には、抽出した課題の改善が必要不可欠です。定期的な調査実施、課題の抽出と改善のサイクルを回し、2030年のありたい姿の実現をめざしていきます。

今後のロードマップ



責任者メッセージ

本稿で述べたとおり、私たちが取り扱う水産物の資源状態を把握することは重要で、その状態に応じた対応をしていく必要があります。一方で、私たちが調達する水産物のほとんどは、水揚げされてから何段階かの流通過程を経て、さらにその過程でさまざまな加工が施されたものです。「資源」という観点からは、加工された水産物を、水揚げ時点での重量に戻して集計する必要があります。また、資源管理状態を把握する上では、同じ種類の水産物でも、漁獲時期・場所、漁獲方法で管理状態が異なり、細分化した把握が必要となります。かなりの労力を必要とする資源調査ですが、この調査結果を踏まえての対処を最重要課題として活動を推進してまいります。



経営企画部 部長役
目時 弘幸

MNV創造ストーリー | 加工食品セグメント

加工食品ユニット

ありたい姿

健康価値創造企業としての当社の存在価値が広く理解され、競争力ある商品を多数有する強い事業ユニットをめざします。



事業を通じて創造するMNV

マーケットや消費者ニーズに合致した安心で簡便、健康でおいしい商品を提供し続けることで、人々の豊かでしあわせな食卓づくりに貢献していきます。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- 国内シェアトップカテゴリー群を複数有する(弁当のおかず向け冷凍食品、冷凍ミックス野菜類、青物・サケ・カニ缶詰など)
- 直営工場やグループ会社で長年培ってきた製造、品質管理ノウハウに加え商品開発力と技術力が生み出す付加価値の高い商品の提案力
- 冷凍炒飯のあおり炒め製法、リサーラソーセージなど、さまざまなニーズにお応えできる差別化された商品や生活者のライフスタイルの変化に合わせた商品の提供

マテリアリティと事業の関わり

- 循環型社会実現への貢献**
 - 脱トレイ推進によるプラスチック使用量の削減
- 安全・安心な食の提供**
 - 品質事故ゼロ活動の取組み(→P.52-53)
- 健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供**
 - 特定保健用食品・機能性表示食品制度を利用した商品提供
 - 減塩に配慮した商品提供(→P.44-45)
- 持続可能なサプライチェーンの構築**
 - ASC、MSC認証原料を活用した加工食品の開発・生産

MNV創造に向けた戦略

- ▷ 生産アイテム数の絞りこみおよび工場の機械化省人化による、生産体制の最適化
- ▷ 限りある水産資源を有効活用した製品の開発
- ▷ 成長する海外市場深耕を見据えた長期視点の開発力強化
- ▷ DHAに主眼を置いた特定保健用食品・機能性表示食品制度を利用した製品開発
- ▷ 減塩に配慮した製品開発

戦略実現への具体策

- ・ 品質管理を強化する検査機器への設備投資
- ・ アイテムごとの損益分析にもとづくラインの再編、機械化省人化の促進
- ・ 商品改善検討会(→P.53)などを利用した、マーケットイン発想の商品開発
- ・ 米Waffle Waffle社での開発提案の強化
- ・ 広告戦略やパッケージデザインの再考など、効率的なマーケティングによるブランディング戦略の強化

ファインケミカルユニット

ありたい姿

当社の強みである水産物に関する調達・加工・研究開発のノウハウを最大限活用し、水産物由来の機能性素材分野のリーディングメーカーとなり、安定的・継続的に経済価値を創出するとともに、世界中の人々の健康価値創造に貢献することをめざします。

事業を通じて創造するMNV

バリューチェーン上の水産資源を最大限有効に活用することで、グループの成長ドライバーとして収益貢献するとともに、長寿社会においてさらに高まる健康寿命の維持改善という社会的要請に応える機能性素材を世界中の人々に提供しています。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- DHAなど健康維持に貢献できる機能性素材の提供
- 水産物由来の機能性素材提供に寄与する大手水産会社というブランド力
- 長年磨き上げてきた水産物由来の機能性成分に関する抽出・精製ノウハウと幅広い業界(健康食品・医薬品・化成品など)への販売力

マテリアリティと事業の関わり

- 循環型社会実現への貢献**
 - 水産加工過程で生じる未利用部位からの機能性成分(DHAなど)の抽出
- 健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供**
 - 世界規模で進行する超高齢社会とセルフケア市場拡大を見据えた健康価値創造への貢献(→P.44-45)

MNV創造に向けた戦略

- ▷ 健康寿命の維持改善に貢献できる機能性成分の提供拡大
- ▷ 疾病予防・未病※をターゲットにした食分野への進出
- ▷ 既存製品について新たな機能性探索などの深掘化
- ▷ 新たな製品領域への進出や生産拠点の確保

※発病には至らないものの軽い症状がある状態

戦略実現への具体策

- ・ 新たな製品領域への進出の一步としてDHAの完全無臭化をめざす
- ・ 機能性表示制度を活用した他社との協業
- ・ 医薬品原薬事業の拡大
- ・ 自社開発品の強化と生産拠点の確保も視野に入れたM&A

マルハニチロとは

トップメッセージ

強みとなるビジネスモデル

MNV最大戦略

パフォーマンスハイライト

ユニット別戦略

MNV創造を支えるガバナンス

コーポレートデータ

MNV創造ストーリー | 食材流通セグメント

食材流通ユニット

ありたい姿

世界中の食卓に健康価値を提供し続けるために、水産・畜産・農産、すべての食材をチャンネルごとにサステナブルかつ最適な形で提供し、食を通じて、多様なライフスタイルに応えることができるユニットをめざしています。

事業を通じて創造するMNV

マーケットイン思考や収益性を踏まえた最適な加工度で商品を提供し、市場ニーズをマルハニチログループの調達や開発に生かしています。チャンネル別組織や社内の強力な調達部門、社内外の加工拠点のハブとなることで、自然からの恵みを持続的に無駄なく活用し、強固なバリューチェーン構築を進め、ステーキホルダーへの価値提供を強化しています。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- 多くのユーザーと直接対話できる多様な販売チャンネルを有することで顧客課題への高い解決能力を具備
- 冷凍・冷蔵・常温など、多様なユーザーニーズに応えられる食品加工拠点の保有
- 伸長を続ける介護食品市場で、キザミ食・ミキサー食・ソフト食カテゴリーを中心としたシェアの拡大

マテリアリティと事業の関わり

- 生物多様性と生態系の保全**
 - MSC・ASCなどの認証原料を使用した商品開発
- 安全・安心な食の提供**
 - 品質事故ゼロ活動の取組み(→P.52-53)
- 健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供**
 - 介護食品や減塩など、健康価値を創造する商品の開発(→P.44-45)

MNV創造に向けた戦略

- ▷持続可能な原料へのニーズに対応した商品開発の推進
- ▷ユニット内の調達、開発、生産体制の効率化と強化
- ▷国内外の少子高齢化社会ニーズに対応した介護食品の事業展開

戦略実現への具体策

- ・ユニット内の調達、開発、生産体制に関する情報共有と人事交流の推進
- ・バリューチェーン上のMSC・ASC認証原料・加工拠点を活用した商品開発
- ・介護食品は中国をはじめとした海外市場への展開を推進(→P.27)

畜産ユニット

ありたい姿

水産資源にとどまらず幅広い食資源を調達するマルハニチログループの畜産カテゴリーの司令塔として、良質なたんぱく質を世界の人々に安定的に供給し、健康価値創造に貢献するユニットでありたいと考えています。

事業を通じて創造するMNV

世界中から持続的かつ安定的な調達を行い、食肉のおいしさや栄養を通じて、世界の人々に生きる活力を提供しています。世界中の調達先や多様な販売先と蓄積してきた信頼関係のもと、品質・価格・ユーザビリティをはじめ、産地環境やアニマルウェルフェアへの配慮など、お取引先・ユーザーごとに異なるさまざまなニーズにお応えすることで、グループ価値を高めています。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- 経産牛肉(国産)の市場シェア15%、豚肉輸入シェア10%を実現する強固かつ安定的な調達力
- グループ内の加工食品ユニット・食材流通ユニット向けに、世界各地から各種食肉や食肉加工品を安定供給できるグループ内の連携力
- 国内外の多様な販売チャンネルを活用した販売力の高さ

マテリアリティと事業の関わり

- 安全・安心な食の提供**
 - 品質事故ゼロ活動の取組み(→P.52-53)
- 健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供**
 - 良質な動物たんぱく質の持続的な供給を通じて、人々の健康に寄与(→P.44-45)
- 持続可能なサプライチェーンの構築**
 - 多様なサプライヤーと強固な関係性を築き、持続的な食肉の安定供給へ貢献(→P.48-49)

MNV創造に向けた戦略

- ▷将来予想される世界的なたんぱく質不足に備え、サプライヤーとの関係性維持・強化による安定供給
- ▷販売先の多様なニーズに応える商品提供体制の強化

戦略実現への具体策

- ・安定調達と販売先ニーズに応じた商品提供を可能とすべく、海外生産拠点への投資を検討
- ・サプライヤーガイドラインへの遵守状況の定期確認による、持続的提供を見据えた環境・社会リスクの把握と低減

マルハニチロとは

トップメッセージ

強みとなる
ビジネスモデル

MNV最大戦略

パフォーマンス
ハイライト

ユニット別
戦略

MNV創造を
支える
ガバナンス

コーポレート
データ

物流ユニット

ありたい姿

国内主要港湾地区に立地する物流インフラの提供を通じて、人々に健康とおいしいあわせをお届けし、マルハニチログループのバリューチェーンの一翼を持続可能な形で担い続けていきます。

事業を通じて創造するMNV

グローバルに調達された水産・畜産・農産の原料・加工品について国内の保管機能を安定的に果たすことで、当社各ユニットの持続的な経済価値創造に貢献しています。また、ドライバー不足、フードロスやCO₂排出量の削減などの社会課題解決に必要な物流コストの増加に対して、荷姿のモジュール化、パレット輸送、保管・配送面での他社との協業などを追求し、持続可能な社会の実現、当社物流インフラの有効活用、グループ物流コストの最適化を推進しています。

ビジネスモデル・差別化を実現する事業の強み

- 大都市圏を中心とした物流拠点の立地（関東8、中京3、近畿2、福岡3 拠点など）
- 庫腹約60万トンに達する冷凍冷蔵倉庫業界3位の収容力
- 国内外グループの多様かつ安定的な調達力を最大限活用した集荷力



マテリアリティと事業の関わり

- 気候変動問題への対応**
- 環境性能を高めた物流拠点の整備
- 循環型社会実現への貢献**
- グループ内協業によるフードロス削減（→P.50-51）
- 多様な人財が安心して活躍できる職場環境の構築**
- 多様な人財の確保と労働環境の改善

MNV創造に向けた戦略

- ▷ 環境負荷軽減を主眼に置いた構造物・機械類の採用
- ▷ フードバンク団体への寄付を活用したフードロス削減の推進（P.50-51）
- ▷ 労働力不足に対応した各種施策の実行と働きやすい職場環境の整備

戦略実現への具体策

- ・ 環境配慮を意識したスクラップ&ビルドの推進、省エネ型冷凍機への切替え（全31拠点のうち、15拠点を完了）
- ・ グループで連携した冷凍食品寄付スキームへの参画（→P.50-51）
- ・ 自動倉庫、自動フォークリフト、無人搬送車などの導入による、冷凍庫内での作業割合削減による労働環境の改善
- ・ 業務標準化・効率化と物流DXによる生産性向上

ユニット長メッセージ



舟木 謙二 取締役常務執行役員 漁業、養殖、海外 各ユニット長

140年以上にわたり海と真摯に向き合い、その恵みを受けながら時代の変化に適応してきた漁業、60年を超えてたゆまぬ技術革新を続ける養殖事業、そして世界で漁獲、加工、買付、販売を積極的に展開する海外事業、いずれも世界の人々の豊かなくらしとあわせには欠かせない営みです。これらをしっかりと未来に向けて持続、発展させていくためには安定した収益構造はもとより、水産資源保護や自然環境への配慮、関係する国や地域、パートナーとの協調が極めて重要です。そのために漁業、養殖、海外、これらユニットに課せられた使命は大きく、経済、環境、社会の各価値を創出する中で社会を豊かにすること、食で世界の人々を笑顔にすることに貢献していきたいと考えています。

安田 大助 常務執行役員 水産商事、食材流通、畜産 各ユニット長

マルハニチログループの強みは、水産資源アクセスの優位性、食品加工技術、グローバルネットワークを有することです。この強みをいかに効率良く、顧客起点で事業を推し進めていくことができるか、社内、グループ企業が一致団結し、全社で取り組むべき時が来ています。

当社の持つ販売チャンネルをさらに強固なものとしていくために、水産・畜産・農産の枠組みを超えたバリューチェーンの価値最大化に挑み、将来に向けた持続的な成長につなげていきます。

「マルハニチロは今はベストか？」を常に皆で意識し、我々の「ありたい姿」を追求してまいります。



若宮 靖史 常務執行役員 加工食品、ファインケミカル 各ユニット長

昨今の社会経済の目まぐるしい変化の中、私たちの価値観や生活様式も変化と多様化が進み、消費者ニーズも多様化しています。食品に関しても、お客さまの年齢層や家族構成、購買チャンネル、調理時間短縮効果に対する価値尺度、環境意識など、さまざまな背景や価値観の違いによる多様なニーズが混然一体となって市場は形成されています。それでも食品では、「健康価値」がどのお客さまにも共通の重要ニーズであることに間違いありません。

加工食品セグメントでは、「健康価値」という基盤の上に、おいしさや簡便性を盛り込んだ商品の提供を通じ、人々の豊かでしあわせな食卓に貢献し、お客さまに信頼され選ばれるより強固なマルハニチロブランドを創りあげてまいります。

小門 賢一 常務執行役員 物流ユニット長

当社グループにとって、グローバルに調達される水産農産原料・加工品の国内保管機能は生命線であり、建設コスト上昇により将来的に庫腹不足の深刻化が想定される中で、物流ユニットは、持続可能な物流インフラをグループ内外に提供し続ける使命があります。一方で、2024年問題で深刻化するドライバー不足やフードロス・CO₂排出量の削減などの社会・環境課題の解決に向けては、物流は非競争分野との認識のもと、保管・配送面での他社との協業や物流業務の標準化・効率化に業界を挙げて取り組む必要があり、持続可能な社会の実現とグループ内物流コストの最適化の要請に応えつつ、保有する物流インフラを最大限有効に活用し、安定的な収益基盤の構築に努めてまいります。

