

マルハニチロの価値創造ストーリー

Maruha Nichiro Value (MNV) 創造プロセス

マルハニチログループは、本物・安心・健康な「食」を提供することで、人々の豊かなくらしとしあわせに貢献し、当社グループの成長とサステナブルな社会の実現をめざしています。

経営戦略とサステナビリティの統合により、Maruha Nichiro Value (MNV) の最大化に取り組んでいきます。

インプット

財務資本

営業キャッシュ・フロー ----- **1,150億円**
(2022年度～2024年度計画値)

本邦初ブルーボンド発行

製造資本

グローバル製造・加工拠点数 ----- **57カ所**

事業戦略・サステナビリティ戦略に
もとづく投資 ----- **約1,000億円**
(2022年度～2024年度計画値)

知的資本

研究開発費 ----- **18億円** (2023年度)

研究開発拠点 ----- **3カ所**
(中央研究所、東京開発センター、(株)マルハニチロ
養殖技術開発センター)

人的資本

グループ従業員数 ----- **12,531名**

グローバル人材育成プログラム

受講者数 (2023年度) (→P.57) ----- **49名**

自然資本

天然水産物 (→P.47-49) ----- **約136万トン**

FAO主要漁獲海域すべてからの調達力

社会関係資本

サプライヤーシステム登録済み
調達先 ----- **1,399社**

グローバルイニシアチブへの参加
SeaBOS、国連グローバルコンパクトなど

マルハニチログループを 取り巻く社会課題

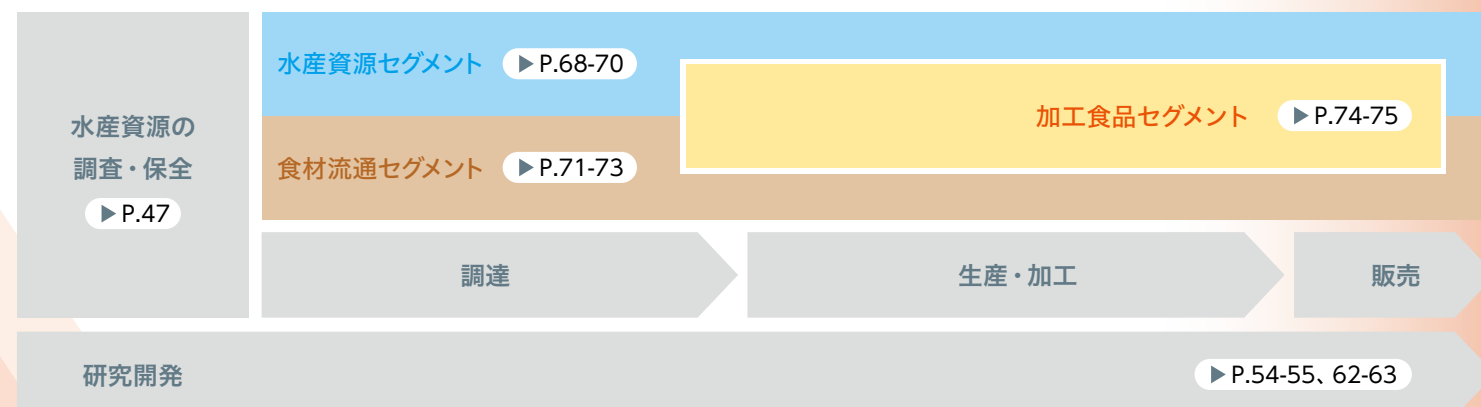
- 深刻化する気候変動
- 水産資源の減少リスク
- 人権問題の顕在化

ビジネスモデル

価値創造経営の実践 ▶ P.26

サステナビリティ経営 ▶ P.30

バリューチェーン



ユニット間の連携が生み出すマルハニチロの強み

天然水産資源の
負荷を低減する養殖技術

世界随一の
水産資源アクセス力

顧客ニーズに
応える多彩な
食品加工製造技術

国内外の多様な
販売チャネル

マテリアリティ

持続的成長のための経営基盤強化

- 多様化する消費者のニーズに対応した健康価値の創造と提供
- イノベーションエコシステムの構築
- 人財への積極的な投資
- コーポレートブランドの発信強化

- 知財リスク対応と無形資産の活用・強化推進
- DX推進基盤の構築とデジタル技術の活用

コーポレート・ガバナンス

グループ理念の実現

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。

アウトカム

2027年度

経済価値 (MNEV)

持続的な企業価値向上

MNEV ----- **110億円超**

売上高 ----- **1兆円超**

ROIC ----- **5%超**

ROE ----- **9%超**

※ 2021年度策定

2030年度

環境価値 (EV)

地球環境と共存したビジネスモデルを構築

カーボンニュートラル達成 (2050年)

CO₂排出量削減率
2017年度比 ----- **30%以上**

フードロス (製品廃棄) 削減率
2020年度比 ----- **50%以上**

取扱水産物の資源状態確認率 ----- **100%**

社会価値 (SV)

ステークホルダーとともに
健康価値創造と持続可能性に貢献

対象加工食品の適切な食塩摂取基準に
合致する製品売上比率 ----- **65%以上**

対象加工食品のたんぱく質摂取基準に
合致する製品売上比率 ----- **45%以上**

対象加工食品の良質な脂質摂取基準に
合致する製品売上比率 ----- **20%以上**

通常の食事が困難な方への栄養摂取用
製品の売上 (2022年度比) -- **190%以上**

水産製品・水産物を含む全製品の
持続可能な認証製品売上比率 -- **15%以上**



世界中の人々の
健康に貢献する
食の提供



資源状況を正確に把握できず、適切な対策がとれないことは、本リスク低減においての大きな課題です。2つ目は養殖に関わるリスクです。まず、養殖場が地域の生態系を乱すリスク、加えて、抗生物質使用方法によっては薬剤耐性菌の増殖などのリスクもあります。また、養殖魚の飼料原料となる天然水産物の乱獲に起因した水産物の資源減少のリスクも考えられます。

前川：天然水産資源の減少は以前から言われてきましたが、この数年でより顕在化しています。漁獲量の減少で漁業ができない、続けられない状況が各地で起こっています。まず、世界の3割以上の地域が過剰漁獲の状態にあり、特に中国、インドなどの国で大量消費が発生しています。さらに、地球温暖化が海洋環境を変化させており、養殖や沿岸漁業に影響が出ています。ご指摘の通り資源量が把握できていないため資源が回復するための措置がとれないこともリスク増大要因の1つであり、国際社会および日本企業が水産資源の持続可能性をいかに守っていくかは、これまで以上に重要となっています。日本では2020年の漁業法改正によって、資源量を把握した上で漁獲量を定める欧米型の管理漁業が導入されました。一方で、調査すら行われていない魚種はまだまだあり、それらの資源量をどう担保していくのかは今後の大きな課題です。

舟木：アメリカやノルウェーでは資源調査をもとに国がしっかりと漁獲枠を決め、民間の漁船に枠を分配して管理が行われています。一方、日本では「魚がどんどんいなくなっている」という常套句が聞かれるだけ

です。当社グループは天然水産物の資源枯渇リスクへの対応として、まず、取扱水産物の資源調査を実施しています。調査結果は関係会社、関係部署と共有し、課題の把握と改善を進めています。本調査に関連したKPIには「2030年度までに取扱水産物の資源状態確認率100%」を掲げています。一方の養殖は、ASC認証^{*1}レベルの管理を進めていくことがリスクの軽減につながると考えています。当社のメインの養殖魚のうち、ブリ、カンパチはすでに一部の養殖場でASC認証を取得していますが、マグロは認証規格自体がないので、ASC認証に準じた自主管理基準を設定し、当社グループの13ヵ所の養殖場に展開しています。

前川：世界で多種多様な魚種を扱うマルハニチロのような企業が「資源状態確認率100%」をめざすことは非常に先進的で、難易度の高いチャレンジです。世界のリーダー企業として見本を示すためにも、ますますがんばっていただきたいですね。その一方で、すでに管理できている魚種にリスクが生じないのかという点にも注意を払っていただきたいです。養殖については、厳しい自主基準を設けて管理することも1つの方法だと思います。しかし、自主基準をASC認証と同等であるとコミュニケーションされると優良誤認を招く恐れがあるのでそこは注意が必要です。

※1 ASC認証：Aquaculture Stewardship Councilが管理運営する養殖に関する国際認証制度で、自然環境の汚染や資源の過剰利用の防止に加え、労働者や地域住民との誠実な関係構築を求めている。MSC認証：国際的な非営利団体のMSC（Marine Stewardship Council：海洋管理協議会）が運営する、持続可能な漁業に関する認証。MSC「海のエコラベル」は、水産資源や環境に配慮した、持続可能なMSC認証漁業で獲られた水産物に付けられる。

水産物調達を通してのIUU漁業への関与や人権侵害の排除のために ～水産物のトレーサビリティ確保への挑戦と水産物に関する調達方針の公表～

安田：水産物調達にはIUU漁業への関与や人権侵害リスクがあることを認識しています。当社グループがトレーサビリティの確保に取り組んでいる目的は、我々はIUU漁業や児童労働、強制労働に関与する水産物、製品は最初から扱わない、マルハニチロはそういう会社なのだとお客さまに示すためです。また、世界のサプライヤーに対しても、当社グループはこういう姿勢で臨みますよと示す意味もあります。私が管轄する水産商事ユニットでは、サプライヤーの皆さまにも協力いただき、この魚がどこの海で漁獲され、どこで加工され、消費者のお手元まで届くのかを明らかにし、責任を持ってお伝

えています。取組みを強化しています。トレーサビリティ体制の構築とともに、今年の9月には新たに水産物に特化した調達方針を公表する予定です。明確な調達方針を社内外に周知し、徹底していこうと考えています。

前川：IUU漁業は古くからあり、かつ根深い問題です。これをゼロにしなければいけない一方で、ゼロにすることの難しさは我々も十分、承知しています。最初の一步としては、安田さんがおっしゃるように、「IUU漁業由来製品は扱わない」とステートメントを出すことが重要です。具体的にいかに撲滅していくかについては、国への働きかけとともに、企業のサプライチェーンへ

特集

次の100年に向けて、水産物を持続的に提供するためのマルハニチログループの使命

マルハニチログループが取扱う水産物は健康価値の高い貴重なたんぱく源であり、その提供は当社グループの重要な使命と考えています。そしてその水産物は、今後の持続的な提供においてはいくつかのリスク、そして機会を持っています。今回は専門的な知識・広い見識を持つ社外有識者と、持続的な水産物の提供におけるリスクの低減方法、機会の活用方法について意見交換しました。

- 1 舟木 謙二**
マルハニチロ株式会社
取締役常務執行役員 水産資源セグメント セグメント長
- 2 安田 大助**
マルハニチロ株式会社
常務執行役員 食材流通セグメント セグメント長
- 3 前川 聡氏**
WWF ジャパン（公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン）
第1自然保護室 海洋水産グループ グループ長
水産エコラベルの普及および取得支援に携わる。養殖業成長産業化推進協議会委員。
- 4 橋本 務太氏**
WWF ジャパン（公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン）
第1自然保護室 金融グループ グループ長

英国ノッティンガム大学で環境マネジメント専攻の修士課程修了。2021年7月より現職。

- 5 末吉 里花氏**
一般社団法人エシカル協会
代表理事
2015年にエシカル協会を設立。講座や講演、政策提言、教科書執筆などを通じて、エシカルの考え方やエシカル消費の普及啓発に取り組んでいる。
- 6 大久保 明日奈氏**
一般社団法人エシカル協会
理事
株式会社オウルズコンサルティンググループ プリンシパル。
サステナビリティ分野における広範なテーマに対する知見と戦略プロジェクト経験を有する。

天然水産資源と養殖におけるリスク低減に向けて ～天然水産資源量の確認・養殖場の自主管理基準の設定～

舟木：当社グループは、貴重なたんぱく源となる水産物を安定的かつ持続的に社会に供給すること、昔も今もこれを最大の使命として事業を行ってきました。しかし、この使命を全うしていく上で現在いくつかのリ

スクを認識しています。1つ目は天然水産物の資源枯渇リスクです。天然水産物の資源量が不安定であるがゆえに、漁獲しにくくなる、漁獲できなくなることを危惧しています。しかも資源調査が不十分ことから



の働きかけが大きな意味を持ちます。ガイドラインを作っ
て、遵守をお願いするだけでなく、マルハニチロのスタッ
フが現場に行って話し、聞き取りを行うことが必要です。
御社だけでなく、他の大企業、大手流通企業と連携し
て取り組めば、トレーサビリティの確保は決して遠い話
ではありません。我々もぜひお手伝いしたいです。

大久保：漁業や水産加工業における人権課題はますます
重要なテーマになっていますが、川上に行けば行く

ほどサプライチェーンは複雑になり、サプライチェー
ンを把握すること自体にも難しさがあると理解してい
ます。中でも漁船上の人権侵害等は非常にわかりづら
い課題とされています。マルハニチロの水産物の調達
方針公表などは非常に大事な取組みであり、方針の実
現に向けサプライチェーンを管理することが重要です。
具体的には、サプライヤーとコミュニケーションをとり、
顕在化したものだけでなく、潜在的なリスクを把握し
た上で対応策を講じることが重要です。さらに、顕在
化したリスクに対しては、人権侵害を受けた当事者の
救済をどのように行うのかという観点が非常に大事で
す。特にIUU 漁業の場合、労働者が脆弱な環境に置
かれてしまうことから強制労働になり得る可能性が高
いので、救済措置として、労働者からの通報・相談を
受け付けるための苦情処理メカニズムの整備も検討さ
れると良いかと思います。

国際的な生物多様性フレームワークTNFDを活用した情報開示 ～マルハニチログループのサステナビリティに関する取組みを表現するツール～

舟木：昨年9月にTNFDフレームワーク^{※2}完全版が発
表され、そこから役員の勉強会、従業員の勉強会など
の活動を始めました。2024年に入って、各事業の影
響度と依存度を分析してマッピングしていくワーク
ショップを開き、その中から依存、影響の大きいスケ
ソウダラ漁業、マグロ、カンパチ、ブリの自社グルー
プ養殖についての評価を行っています。2024年9月
には、TNFDのLEAPアプローチ、Locate（影響度・
依存度の高い事業・エリア（国内養殖と北米スケソウ
事業）の特定）、Evaluate（事業の生物多様性依存と
影響の診断）までを開示する予定です。

橋本：非常に早い段階から積極的に開示していける

スタンスは素晴らしいものと思います。一方で、TNFD
は「何か新しいガイダンスが出てきた」という風にど
うしても受け止められがちです。マルハニチロの場合、
トレーサビリティや人権課題、水産資源量といった、
本来、TNFDでぜひ表現してほしい取組みが進んでお
られるので、必要以上に身構えずに、これまで御社の
マテリアリティとして捉えてきたことを表現する場とし
て活用いただきたいですね。「2030年度までに取扱水
産物の資源状態確認率100%」といった水産資源調査
の目標もぜひ、その中に開示していただきたいです。

※2 企業の事業活動が自然環境や生物多様性とどのように関連していて、
どのようなリスクや機会を与えるかを評価・報告するためのツール。

水産資源を取り巻く状況

水産資源の過剰利用は国際的に早急な対応が必要な課題と
して認識されており、FAO（国連食糧農業機関）が発表して
いるデータでも、28%の水産資源が枯渇、または深刻な乱獲
状態にあり、また50%強が現状以上の増産が困難であり、適
切な管理体制の構築が必要とされています。一方、グローバ
ルな市場の動向を見ると、世界的な資源の争奪が始まっています。

エシカル消費

Ethical（エシカル）とは英語で、直訳すると「倫
理的な」という意味です。形容詞であるエシカル
をさまざまな名詞と組み合わせることで、多様な意
味に拡大して用いられています。エシカル消費は「地
域の活性化や雇用なども含む、人や地球環境、社
会に配慮した消費やサービス」のことを意味します。

水産物のエシカル消費をマーケットでの機会とするために ～日本でのMSC・ASC認証商品の認知度向上と商品を手にする機会の創出～

安田：水産物のエシカル消費の拡大は当社グループに
とって機会になり得るものと考えており、粘り強く
MSC、ASC 認証商品の提案を続けています。しかし、
エシカル消費に積極的なお客さまはまだ一部です。一
企業だけでなく同業他社、流通のお客さまと連携し、
まずMSC、ASC 認証とは何なのかを消費者に伝えて
いかなければと思います。

舟木：もともと魚を獲って食べることで日本が先進
国であり、アメリカや欧州はまだまだ後発と思っていた
のですが、私がアメリカに駐在していた2000年代
半ば頃から欧米ではMSC 認証の浸透が急速に進みまし
た。MSC 認証は最初、WWF がユニリーバと組ん
でスタートされ、加工業者、消費者を巻き込んでその
概念を浸透させていきました。このような動きが日本
にはなく、魚食の先進国としてもどかしく感じています。
日本でも加工業者、量販店などが一体となって消費者
にその価値、重要性を訴えていくことが重要と考えます。

末吉：私たちは2019年から2021年に日本の10代か
ら70代以上の6,000人以上を対象にエシカル消費動
向調査を行いました。エシカル消費に積極的な約3割
の方に「エシカル消費の際に参照する情報は何か」を
尋ねると1番が「認証ラベル」で、すでに意識のある
方の購買のきっかけとして、認証ラベルは威力がある
とわかりました。しかし現状は、企業側は「消費者が
買ってくれないから認証ラベルを付けない」、消費者
側は「あれば買うけどなかなか商品へアクセスできな
い」という議論がずっと続いている印象があります。

安田：一般消費者向け商品だけでなく、ホテルや外食
などの業務用商品にも認証商品が含まれているのですが、
これをお客さまにどうお伝えするかも大きな課題です。

大袋に認証ラベルを付けても現場の皆さまの目に触れ
る前に破棄されますので、業務用商品においてもパッケー
ジを含めたコミュニケーションを強化し、素材の良さを
生かしたメニュー提案などもしていこうと思っています。
末吉：そうですね。見える化は非常に大事だと思いま
す。2021年から中学、2022年から高校の教科書に
エシカル消費が掲載され始めましたが、その中でさま
ざまな認証ラベルも取り扱われています。今後10年、
20年後の消費者の中心となる若者たちは、大人たち
よりも先に学んでおり、“エシカル・ネイティブ”と
も言われています。消費者の共感や信頼を得るために
も、手にとってすぐにわかる認証ラベルは有効な手段
であると考えます。

安田：エシカル消費の拡大を企業成長の機会として活
用するため、当社では健康価値創造と持続可能性に
貢献する食の提供プロジェクト、通称「健プロ」を
2025年度から本格始動させます。日本人の健康課題
や食糧の持続可能性に関わるリスク対応を製品基準に
反映させ、その基準に合致した商品の売上拡大に取り
組むことで、お客さまから選ばれる企業として成長し
ていきたいと考えています。

WEB 特集:次の100年に向けて、水産物を持続的に提供するための
マルハニチログループの使命



IUU 漁業と人権課題

IUU 漁業とは、Illegal, Unreported and Unregulated
漁業、つまり「違法・無報告・無規制」に行われている
漁業のことです。密漁だけでなく、不正確および過少報
告の漁業、旗国なしの漁船による漁業、地域漁業管理機
関（RFMOs）の対象海域での、認可されていない漁船
による漁業も含まれます。近年、IUU 漁業に関連して特

に問題視されているのが、乗組員や漁業監視員、加工場
などでの労働者への人権侵害です。具体的には、遠洋マ
グロ漁船などの外国人乗組員が長時間労働を強いられパ
スポートの没収や暴行などの行為も行われている事例や、
東南アジアの養殖エビの加工場での児童労働などが報告
されています。

健康価値創造と 持続可能性に貢献する食の提供プロジェクト



本物・安心・健康な「食」の提供を通じて、人々の豊かなくらしに貢献することはマルハニチログループの理念です。この理念の実現には、消費者の健康価値向上へ貢献し、社会課題・環境課題に配慮した持続可能な「食」を消費者に安定的に提供し続けることが必要不可欠だと考えています。マルハニチログループは、健康価値創造と持続可能性に貢献する「食」を提供し続けることで、お客さまの豊かなくらしに貢献していきます。

栄養提供に関する考え方

健康寿命延伸と健康格差の縮小は世界的な課題です。日本でも「健康日本 21（第三次）」において個人の行動と健康状態の改善が必要と提言されています。マルハニチログループは当社製品による栄養と情報の提供で、健康寿命延伸と健康格差の縮小に貢献していきます。

食糧の持続可能性に関する考え方

世界人口の増加に伴い、食糧供給システムによる環境負荷は増加し続けています。水産資源も大きな影響を受けており、マルハニチログループは持続可能な水産物を安定的に消費者の皆さまに提供することが使命と考えています。

責任者メッセージ

当社のグループ理念に掲げられている「健康な食の提供」を、中期経営計画のマテリアリティとして、お客さまの健康課題の解決にいかに取り組み、貢献していけるかをプロジェクトにて「栄養と持続可能性」の両面から検討を続けてまいりました。また、昨年度には厚生労働省より2024年からの「健康日本21（第三次）」が公表されました。基本方針は主に「健康寿命の延伸と健康格差の縮小」、「個人の行動と健康状態の改善」です。当社のマテリアリティの具体的な解決策として掲げた4つのテーマは「適切なたんぱく質摂取」、「適切な食塩摂取」、「良質な脂質摂取」、「通常の食事が困難な方への栄養摂取」であり、その基本方針と合致するものと考えています。具体的に2030年までのKPIを設定し、マーケティング活動をしていくことで、お客さまへ持続可能な食を通じた健康増進に貢献してまいります。



健康価値創造と持続可能性に
貢献する食の提供プロジェクト
リーダー
マーケティング部 部長
大和田 耕司

健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供プロジェクトのめざす姿





健康価値創造に貢献する栄養

KPI 設定の考え方・基準

日本政府が主催する「東京栄養サミット2021」のアクションプランで、当社が「食関連産業のイノベーションの推進」、「個人の栄養に関する行動変容の促進」の2つのアクションプランへ賛同したことをふまえ、「適切なたんぱく質摂取」、「適切な食塩摂取」、「良質な脂質摂取」、「通常の食事が困難な方への栄養摂取（栄養格差改善）」の4つを評価項目としました。

当社製品は既に健康価値を生み出している製品が多くあること、現状の貢献度を改めて認識したうえで、KPIは全体売上に占める対象製品の割合を増やすことを目的に対象製品売上比率としました。売上比率をKPIとすることで、事業活動を通じた経済価値と社会価値創造が連動することも考慮しています。

具体的な取組み

2024年7月、当社が参画する厚生労働省「健康的で持続可能な食環境戦略イニシアチブ」へ「適切な食塩摂取」を主題とした行動目標、評価指標を提出しました。

また、社会とのつながりにおいては、当社のコミュニティサイト“Oishiine!!（おいしいね!!）”を健康オウンドメディアとし、会員をはじめとした多くのお客さまにコミュニケーションをを広げ、当社の取組みを伝えていく計画です。

今後は全体マーケティング戦略を策定し、全社に落とし込みを進め、健康価値創造製品の取扱拡大を進めていきます。

健康価値に関する4つの評価項目

	基準・内容	2030年度KPI
適切な食塩摂取	1食あたり3g未満、または100kcalあたり0.46g未満 ^{※1}	対象加工食品のうち基準を満たす製品売上比率65%以上
適切なたんぱく質摂取	100kcalあたり4.1g以上、または100gあたり8.1g以上 ^{※2}	対象加工食品のうち基準を満たす製品売上比率45%以上
良質な脂質摂取	1食あたり350mg以上、または1gあたり1mg以上 ^{※3}	対象加工食品のうち基準を満たす製品売上比率20%以上
栄養格差改善	咀嚼・嚥下困難な人への栄養摂取を支援する食品の普及	対象製品の販売金額を2022年度比190%以上

※1 スマートミール基準の“ちゃんと”に基づき設定した自社基準
 ※2 消費者庁表示基準の“含まれる”に基づき設定した自社基準
 ※3 厚生労働省2020年食事摂取基準 n-3系不飽和脂肪酸摂取目安量に基づき魚由来 n-3系不飽和脂肪酸の摂取目標を設定した自社基準



持続可能性に配慮した食

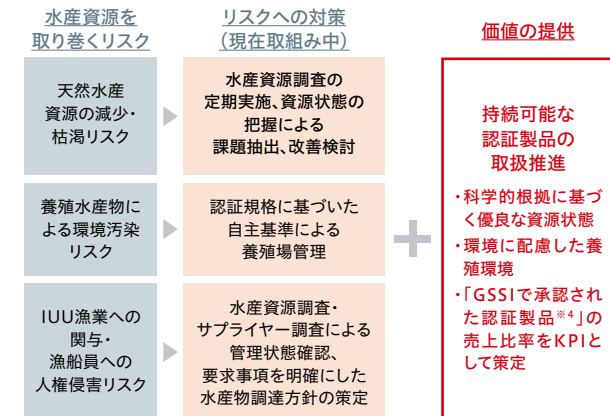
KPI 設定の考え方・基準

世界で流通している水産物には天然水産資源の枯渇、養殖による環境破壊、IUU 漁業への関与など多くのリスクがあると考えられています。リスクへの対策に加え、今回、“持続可能性に配慮した食”の価値提供として、GSSIで承認された国際的な認証を取得した持続可能な漁業および養殖業により生産された水産物を、KPIを定めて積極的な取扱いを推進することとしました。健康価値創造と同様に全体売上に占める認証製品の売上比率をKPIとして、取組みを推進します。

具体的な取組み

当社は事業活動を通してお客さまに持続可能な水産物を取扱う意義をしっかりと伝えていくとともに、一般社会に広く伝達し、啓蒙していくことが必要と考え、2024年8月開催の「ジャパン・インターナショナル・シーフードショー2024」にて、当社社員とMSCジャパンにより対談形式のセミナーを実施し、水産業界が現状抱える課題について討議しています。また、社会とのつながりにおいては、当社のオウンドメディア“umito.”を活用し、多くの方々に当社の取組みを伝えていきます。

WEB 健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供



持続可能性に関する評価項目

	基準	2030年度KPI
持続可能な認証製品	GSSI 認証水産物 ^{※4}	水産製品・水産物を含む全製品の持続可能な認証製品売上比率15%以上

※4 Global Sustainable Seafood Initiative で承認された認証水産物（MSC 認証、ASC 認証、BAP 認証、MEL 認証等がある）



有識者メッセージ

食糧事情の見通しが世界的に悪化する中、食品業界では今、栄養、環境、人権の複数の側面からサステナビリティを追求する動きが加速しています。その中で、マルハニチロが掲げた栄養とサステナビリティ調達の双方の観点での売上比率目標は、必要なアクションを真正面から捉えたものと言えます。

栄養の観点では、栄養疫学を基礎として「健康的な食品」を測る基準を自ら整備し、商品の栄養成分改善を測るだけでなく、栄養利点の大きい水産物の販売促進につなげていく意欲が伺えます。

サステナビリティ調達の観点では、GSSI 承認の認証取得を天然魚と養殖魚の双方で進める方向性を打ち出しています。GSSI は、水産資源量と人権（労働慣行含む）を包含した基準を設定しており、マルハニチロにとって重要な一步を踏み出したと言えます。

野心的な売上比率目標を達成するためのハードルを乗り越える過程で競争力は磨かれていきます。設定した売上比率基準を今後どのように引き上げていくかに注目していきたいと思います。



株式会社ニューラル
代表取締役 CEO
夫馬 賢治

ESG 分野で複数の企業の社外取締役やアドバイザー委員の就任。環境省、農林水産省、厚生労働省、経済産業省等の委員も歴任。書籍や講演も多数。



国際医療福祉大学大学院
教授

津金 昌一郎

医師、医学博士。前・医薬基盤・健康・栄養研究所理事兼国立健康・栄養研究所長。元・国立がん研究センター社会と健康研究センター長。

有識者メッセージ

健康価値創造に関するKPI設定・運用の目的において、「健康寿命の延伸」を期待できる製品に健康価値を置いている点は、極めて重要で賢明な選択と考えます。既に流通している健康価値に焦点を当てた製品の多くは、「特定の健康又は栄養課題解決」を目的とした例が多く、健康寿命延伸に資する効果は限定的と思われます。わが国において健康寿命延伸に寄与し得るためには、早期死亡の主要要因であるがん・循環器疾患、高齢期における要介護の大きな原因になるフレイルなどの予防に取り組む必要があります。食塩の過剰摂取（虚血性心疾患、脳卒中、胃がんのリスク）、魚介 n-3 系脂肪酸の低摂取（虚血性心疾患のリスク）は、不健康な食事として科学的に確立しています。また、たんぱく質不足（早期死亡やフレイルのリスク）は、肥満に比べてやせによる健康影響が懸念されるわが国にとって相対的重要課題ですので、それらの改善に寄与する製品を提供することに価値を置くことは妥当だと思います。