

Column

社員が主役のカルチャー改革

今、カルチャー改革を

次の100年、さらにその先の未来に向かうためのカルチャー改革に、創業144年を迎えた今、取組みを開始しました。近年は、働き方改革を中心とした数多くのプロジェクトや、社内でのイノベティブな活動が精力的に行われています。これにより消費者志向経営に向けて変化し続ける社風が醸成されつつあります。

社会に貢献し続け、多くのステークホルダーから選ばれ続ける企業になるためには、発想力豊かで自律した人財の育成が必要不可欠です。当社は人財を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことを目的として「社員が主役」のカルチャー改革を実現します。

社長タウンホールミーティングの実践

カルチャー改革の意義と思想を社員全員に伝え、社員1人ひとりが挑戦と共創、そして自己成長に向けた行動につなげるために、社長が全拠点を回り社員と直に対話をしています。経営トップと社員がさまざまな考えをシェアする時間にしています。



社長タウンホールミーティングの様子

本社を自己変革と自己成長につながる環境へ

社員1人ひとりが働きがいを感じながら、個性や能力を最大限に発揮し挑戦できる環境として、JR東日本が開発を進める「新たなビジネス・文化が生まれ続けるまち“TAKANAWA GATEWAY CITY”」へ2026年2月に本社を移転することとしました。「自己変革と自己成長が起こりやすく、仕事がかいままで以上に面白くなる場所」、そして「多くの共創が生まれる場所」にすべく、社員が主体のオフィスづくりに挑戦しています。



画像参照：JR東日本

TAKANAWA GATEWAY CITY での新たな取組みに挑戦

当社は、JR東日本と東京大学による「プラネタリーヘルス」の創出を目的とした協創に参画し、人と地球にやさしい食「プラネタリーヘルスダイエット」の創出に挑戦します。「プラネタリーヘルス」とは、人の経済活動が、健康や都市環境、地球上の生物・自然に与える影響を分析し、「人・街・地球」のすべてがバランスよく良好に保たれるようなくらしづくりをめざす考え方です。

当社の持つ資源アクセス・加工・流通のネットワークに、東京大学の多様で先端的な知を掛け合わせて

生み出す「未来の食」を、約10万人の来街者が対象となる未来への実験場「TAKANAWA GATEWAY CITY」をはじめとするJR東日本の豊富な顧客接点を生かして磨き上げ、日本各地・世界中に発信していきます。

また当社は、この「プラネタリーヘルスダイエット」をお客さまにご体験いただく場をつくり、その運営を通して、消費者志向経営の実践・人財の育成にも取り組みます。

イノベーションエコシステムの構築

持続的成長のための経営基盤強化の取組みとして、マリンテック領域とフードテック領域への先行投資、および新規事業領域でのデジタル活用の可能性探索を推進しています。

細胞性水産物の研究開発

魚の細胞を増やして食用に加工した「細胞性水産物」は、将来の地球規模での食糧不足問題を解決する新技術の1つとして、注目されています。当社は、細胞性水産物の技術確立をめざす国内スタートアップ企業のインテグリティカルチャー（株）と、水産練り製品の国内

トップクラスのシェアを持つ一正蒲鉾（株）との共同開発を2022年8月に開始しました。本共同開発を通じて、水産物の細胞を増殖する技術、および増殖した細胞を安心して安全に食すことのできる食品加工技術の構築をめざしています。

Voice 研究者からのコメント

私たちのチームでは細胞性水産物の技術確立に向けて、細胞培養の研究を行っています。研究のゴールは、魚由来の筋肉の細胞を培養し、成形して加工品として製品化することです。魚の細胞培養の研究は発展途上で知見が多くなく、また魚の種類によって培養条件が異なるため、その最適化は容易ではありません。現在、共同研究先のスタートアップ企業と連携しながら技術確立を進めています。このオープンイノベーションを通じて、細胞性水産物という新たな領域においてトップランナーとなれるようにチーム一丸でがんばっています。



中央研究所 リサーチ三課
細胞性水産物（培養魚肉チーム）

さらに、細胞性水産物の技術構築を確固たるものにすべく、シンガポールで細胞性水産物の開発および事業化を推進しているUmami Bioworks Pte Ltd.と2023年8月に協業契約を締結しました。技術面および

法整備を含めた世界的な事業環境の変化を見据え、国内に加えて新たに海外企業との協業を図ることにより、研究開発体制の拡大充実と早期事業化への歩みを加速させます。

Voice マルハニチロへの期待と提言

私たちは、細胞性水産物（および食品）が食の世代交代を担うものの1つであると考えています。消費者に適正な価格で本物のおいしさを提供するには、適切なパートナーと正しい技術を積み重ねていくことが重要です。

水産業の世界的リーダーであるマルハニチロと協力し、海洋の負担を軽減できる技術を確立していけることをうれしく思います。私たちのユニークな技術とマルハニチロの卓越した水産物の調達力を生かして、このパートナーシップが細胞性水産物のグローバルな展開の基盤を築くことができると信じています。



Mihir Pershad
Founder & CEO, Umami
Bioworks

養殖場への新技術導入

● かうんとと(AI魚体計数機について)

2020年に自社養殖場に導入した、AI魚体計数機「かうんとと」は、その後、環境堅牢性やユーザビリティの向上に努め、完成度を向上させてきました。現在、当機器は当社のブリ・カンパチを養殖している全事業所に装備され、操業にはなくてはならない機器として活用されています。

一方、これらの技術をベースに、種苗生産における、稚魚をカウントするシステムも開発しました。現在ブリの稚魚について使用しており、今後、他の魚種の稚魚への応用も検討しています。



● ワクチン自動接種機

養殖現場の人手で行ってきた養殖魚へのワクチン接種作業の自動化を検討してきました。農林水産省の「令和4年度 食品の安全・消費者の信頼確保対策事業」を活用してワクチン自動接種機の実用化をめざす共立製薬（株）との取組みの中で、ワクチン自動接種機の運用試験を開始しました。

ワクチン接種を自動化することにより、人為的ミスの軽減や従業員の体力的負担の軽減、安全性向上、労務費などの経費削減などが見込まれます。ブリでの本格運用を早期に確立し、養殖魚全般での運用をめざします。



陸上養殖への取組み

● アトランド

当社と三菱商事（株）（以下「三菱商事」）とは、2022年10月18日に富山県入善町でサーモンの陸上養殖事業を行う合弁会社、アトランド（株）（以下「アトランド」）を設立しました。アトランドの出資比率は、当社49%、三菱商事51%であり、入善町にアトランドの年間2,500トンの生産規模の陸上養殖施設を建設予定です。

当社が山形県遊佐町に保有する陸上養殖研究施設で培った技術と、三菱商事グループが持つ知見を融合させ、大規模陸上養殖の新技術を成功へと導きます。



入善町の航空写真、入善町役場提供

人財への積極的な投資

担当役員メッセージ

マルハニチログループは、創業より144年もの長きにわたり、「企業は何よりも人にある」という社訓のもと、従業員1人ひとりが知識・スキル・能力を高め、その力を存分に発揮することによりWell-beingを実現し、結果として社会的課題の解決につなげていくことが何よりも重要であると考え事業を展開してきました。

これからも、人財育成や多様な人財が安心して活躍できる職場環境づくりなど、人財には徹して投資を継続し企業価値を最大化してまいります。

当社グループが長期経営ビジョンに掲げる、水産・食品の枠組みを超えたバリューチェーンの価値最大化に向け、各事業の成長シナリオにおける人的資本のAs IsとTo Beのギャップを定量的・定性的に把握することで優先課題を特定するとともに、グループ全体視点で戦略的に人財を配置します。

また、事業環境の変化に、スピーディーかつ柔軟に対応ができる動的な人財ポートフォリオの作成に取り組むと同時に、人財の維持・確保につながる施策を実施します。

現在、当社ではタレントマネジメントなど各種人財管理システムを用いて人財に関する情報の蓄積を行うとともに、経営会議にて、経営戦略を実現するための人財のあり方や要員について定期的に議論しています。2023年度は各施策のハブとなる課長級のジョブディスクリプションを作成し、各ポジションの職務や担う役割を明確にしました。そして、2024年度には、部署長級のジョブディスクリプションを見直し、サクセッションプログラムをリニューアルし教育研修プログラムも刷新します。2025年度より始まる次期中期経営計画においては、経営戦略と人財戦略の連動についてより具体的に示してまいります。

また、当社にとって、従業員とのwin-winの関係構築は最重要課題であり、エンゲージメントの向上は永遠のテーマです。特に、従業員1人ひとりのキャリアプランとのマッチングと、従業員それぞれが個々の強みを存分に発揮できる職場環境の提供と、挑戦できるカルチャーの醸成は重要な要素となります。

具体的な施策として、2022年度より手始めにFA制度、公募制、週休3日制や副業制度などをスタートさせました。また、従業員が自ら手を挙げて参画する社内プロジェクトを複数立ち上げており、2023年度には事業の新規戦略の策定やAIツールの業務適用の検討など、自身の担当業務を超えた部署横断のプロジェクトに多くの従業員が参画しました。

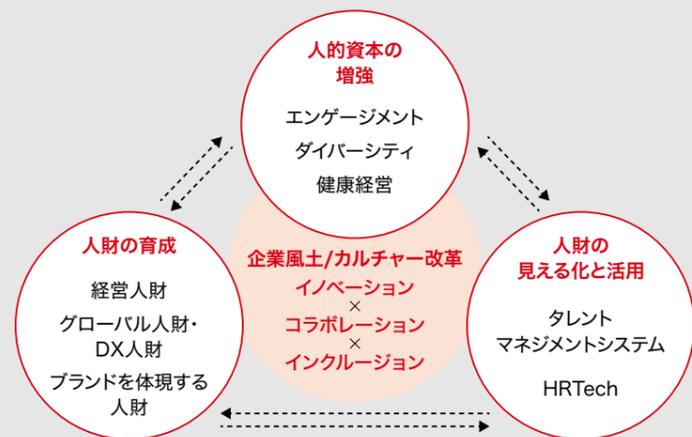
いずれの施策も視野拡大や能力開発、自律的なキャリア形成の実現はもちろん、イノベーションの創造や、挑戦できるカルチャーの醸成につながることを期待しています。

今後も、当社とともに働く従業員の皆さんに多様な活躍の場を提供することで、成長実感を得られるとともに、自律的にキャリアを考えることができるような仕掛けを行ってまいります。



執行役員
若松 功

新しい時代のチェンジメーカー創出



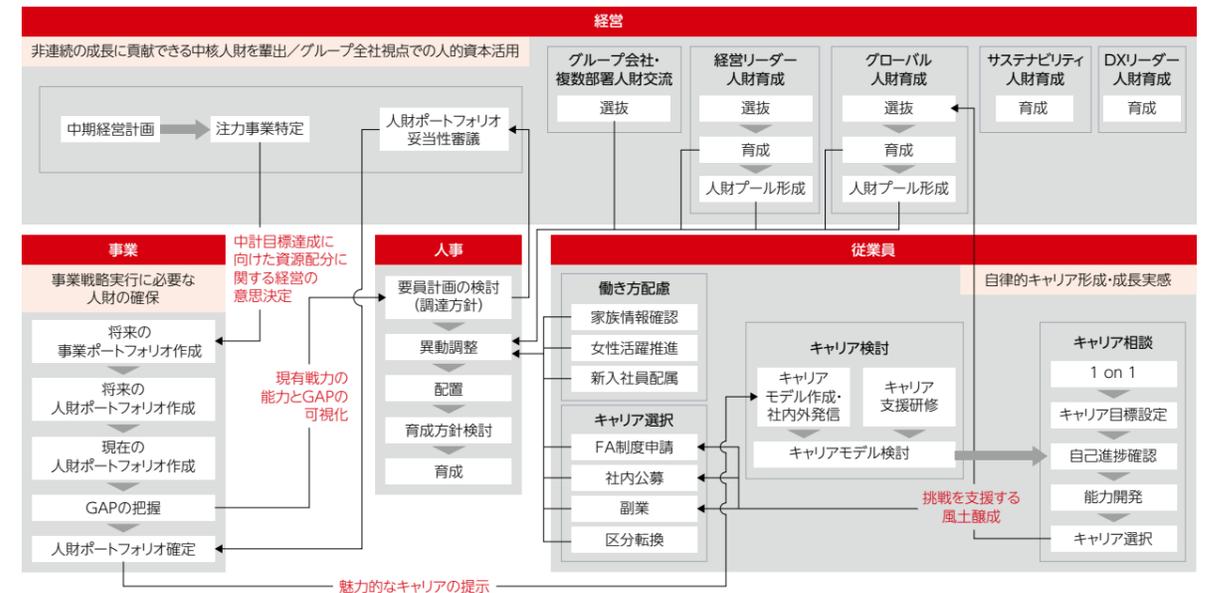
持続的成長を支える人的資本マネジメント

マルハニチロでは、長期経営ビジョンの達成に貢献する、新しいバリューを生み出す人財をチェンジメーカーと位置付けて、人財への積極的な投資を行っています。

右記に掲げる3点をポリシーとしてめざすべき人事施策の全体像を作成し、各取組みを進めています。

めざすべき人事施策の全体像

1. 非連続の成長に貢献できる中核人財を輩出し、グループ全体視点での人的資本活用
2. 事業運営、事業戦略実行に必要な人財の確保
3. 従業員の自律的キャリア形成支援、成長実感を得られる機会の提供



人財の育成

長期経営ビジョンの達成に必要な中核人財の育成に向けて、各種教育研修を運営しています。2024年度

には各種教育研修の見直しを図り、マルハニチロ人財育成プログラムを確立します。

グローバル人財育成

● グローバル人財育成プログラム (MGP)

当社では、入社2年目以上の35歳以下の総合職社員を対象に、グローバルビジネスに必要な語学スキルや異文化対応マネジメント、プレゼンテーション、ネゴシエーションなどのスキル向上を支援するプログラム

を実施しています。これにより、個人の成長を促し、海外現地法人の管理や事業運営を担う経営人財を育成しています。2023年度は新たに11名が参加登録、前年度からの継続者を含め合計49名が在籍しています。

● 成長ドライバー領域におけるグローバル人財育成

成長ドライバー領域と位置付ける冷凍食品の海外市場展開を担う人財の育成を目的に、当社グループのNorth Coast Seafoods社(以下NCS社)へ3ヵ月ごとに派遣を行うプログラムを開始しました。NCS

社のR&Dメンバーと協働して商品開発を行う実践の場を経験することで、海外のマーケティング力や商品開発力を持った人財を育成していきます。

経営リーダー人財育成

持続的な企業価値創造には、全社視点で経営や事業を捉えて、グループ内のリソースを生かすことができる中核人財の中長期的な育成が必要との考えから、「経営リーダー人財育成プログラム (MMP)」を2018年度から運用しています。部長層・課長層・非管理職層

の幅広い層や部署から素質を持つ人財を選抜し、育成・経験のフェーズに経営に関する知識・スキルのリテラシー習得のほか、必要なキャリアを経験として積ませることで成長機会を提供し、計画的な次世代経営リーダー人財の育成につなげます。

教育研修制度による成長機会の提供

階層別、選抜による教育として、役職や職務に応じて求められる能力・役割期待やビジネススキルを学ぶ機会を提供し、全社的な人財育成に取り組んでいます。また、テーマ別研修・通信教育 (自己啓発)・資格取得奨励制度など、現在の職務やポジションにかかわらず、従業員が自ら知識・スキルを習得できる機会を提供しています。

プラン講座」では、キャリア開発として「キャリアデザイン講座」を2回にわたり実施し、定員人数を超える申し込みがありました。

マルハニチログループ会社についても、マルハニチロ (株) の人事部が主催する階層別 (管理職・中堅・若手) 研修を実施しグループ全体としての人財育成を進めています。

2023年度のテーマ別研修「全員活躍 (ゼンカツ) オー

マルハニチロ (株) の教育体系

	役職	等級	階層別教育	選抜・テーマ別教育	自己啓発	資格取得奨励制度
管理職	部長 部長役	ゼネラル マネージャー	目標管理研修 新任部長研修	経営リーダー育成プログラム (MMP) サクセッションプログラム OJTリーダー養成研修 グローバル人財育成プログラム (MGP) メンター研修	※全階層対象 すべてにおいて 費用補助あり e-ラーニング 全254講座 JMAM社提供 受け放題 パッケージ 通信研修 全159講座 公開講演会 (社外) 夕学講演会 惣菜管理士 通信研修 1級~3級 TOEIC受験	対象資格 全39講座
	副部長 副部長役	シニア マネージャー	管理職研修 e-ラーニング			
	課長 課長役	マネージャー スペシャリスト	グループ 管理職研修			
非管理職	課長代理	1級	新任 課長代理研修	グループ 中堅社員研修		
	主任	2級	新任主任研修	グループ 若手社員 研修		
		3級	フォローアップ 研修III フォローアップ 研修II フォローアップ 研修I 新任現場実習 マルハニチロ 新入社員研修 グループ新入社員研修			

人的資本の増強

キャリア形成支援

従業員が自律的に考え、成長できる仕組みとして、本人の異動希望調査をもとにした主体的なキャリア形成支援など、会社から活躍の場を提供することで成長

実感を得られるとともに、従業員が自律的にキャリアを考えることができるような仕組みを用意することで、人事施策の実効性を高めています。

支援制度

既存事業部間の交流やコラボレーションを促進し、自身が全社視点でキャリアを検討し挑戦を支援する制

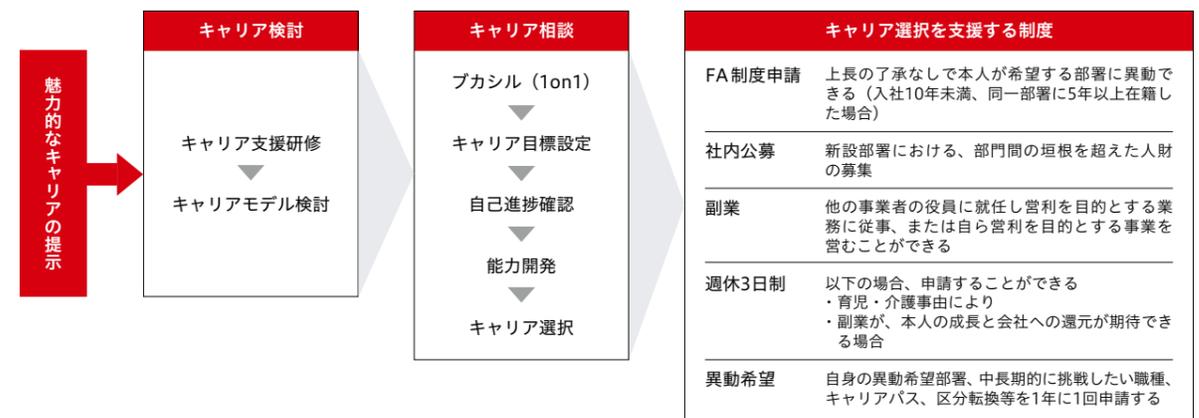
度として、2022年度より「FA制度」「社内公募」「副業制度」「週休3日制」を導入しました。

ブカシル (1on1) の有効活用

2021年度から、「心理的安全性の向上」「上司と部下の関係の質向上」「部下の成長支援」を目的に、上司・部下間での1on1ミーティングを導入してきましたが、今後は部下のキャリアに関する相談に対するスキルセットを行い、従業員のキャリア形成を支援する場と

して活用することを検討しています。

2023年度に作成した課長級ジョブディスクリプションにおいて、管理職の職務としても記載することで、ブカシル (1on1) をさらに活性化させ、キャリア自立を一層進める機会として期待しています。



利用実績：FA制度12名、副業制度11名、副業による週休3日制度1名

従業員エンゲージメントの向上

マルハニチログループは、従業員のエンゲージメント向上を企業価値の重要な要素と位置付け、2023年度からエンゲージメントサーベイの対象範囲を拡大し、総合職・エリア職に加え、直営工場やグループ会社の従業員も含めた10,197名が対象となりました。サーベイ結果を分析し、部署ごとの評価をフィードバックすることで、管理職はマネジメントを見直すツールとして活用し、全社的なエンゲージメントを把握しています。また、人事部はスコアモニタリングやヒアリングを通じて、アクションプランの検討を支援しています。将来的には、サーベイ結果にもとづいた部署で

のアクションサイクルを構築することをめざしています。グループ会社は、サーベイ結果およびレポート内容をもとに、マルハニチロ (株) の事業企画部ユニット担当とともに各社の状況を把握し、課題感や今後のアプローチの必要性の有無などを検討、スコア向上に向けて取り組んでいます。

2023年度実施状況 (エンゲージメントサーベイ) :
マルハニチロ (株) (単体)
正規社員・非正規社員: 配信対象3,331名 (回答 3,094名) 回答率92%

DX推進基盤の構築とデジタル技術の活用

責任者メッセージ

当社は、「日々変化し続ける」社風をめざし、果敢に取り組むイノベティブな活動を推進しております。今年度は「この先100年、選ばれ続ける企業であるための、社員が主役のカルチャー改革」に取り組み、未来に向けた挑戦をしております。

これらの取り組みには、次々に発展し続けるデジタル技術動向をタイムリーにキャッチし、正確かつ効率的な活用につなげることが重要と考え、多くの知見ある企業やベンチャー、そしてアカデミアの方々とも連携をとりながら、効果の最大化を図っていきたくております。



DX推進部
業務改革推進室 室長
田光 正人

マルチチャネルDXこれまでの歩みと今後

マルチチャネルDXの取組みにより、変革と挑戦のカルチャーを醸成



事業継続性に対応すべく、ITインフラの整備や社内システムの脱レガシー、業務効率化を中心とした「守りのDX」は着実に進んでいます。2024年度は既存ビジネスの深化やカルチャー改革による新規事業創出など「攻めのDX」に大きく一歩踏み出します。

同時に、社内にとどまらず多くの専門分野を有する企業や機関とともに手を組み、企業価値向上のための取組みに着手します。

2023年に認定された経済産業省「DX認定事業者」に続き、2024年5月には、体制を整えて全社的なプロジェクトとしてさまざまなテーマに取り組もうとしている姿勢が評価され、経済産業省「DX注目企業」に認定されました。

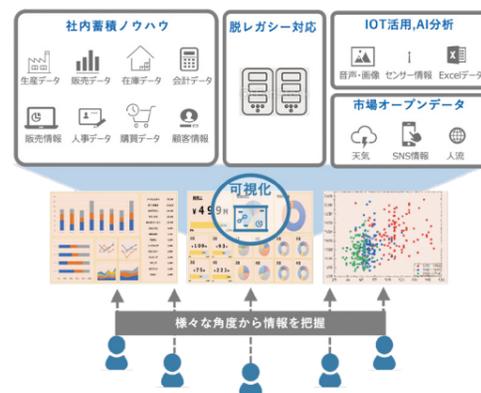


マルチチャネルDXの推進

データドリブン経営に向けて

経営の意思決定を高度化・高速化することを狙いとして、データの集積と見える化に取り組んでいます。社内に点在するデータを収集し全社横断的に掛け合わせることで、状況の把握を即座に深く行うことが可能となります。

当社でこれまで使用していたシステムから、より効率的かつ視覚的に強いダッシュボード機能を持ったシステムへの切り替えを予定しています。直感的に情報



を把握できるダッシュボードを社内を展開することで、全従業員がデータをもとにした意思決定ができる環境の構築を進めています。

たとえば、経理部門の決算説明書を従来の紙面での作成からダッシュボード化することで、さまざまな角度の情報が俯瞰的に把握できます。さらに注目した数値の深掘りで細部の状況も理解できるようになるため、

変化を加速させるDX人材の育成

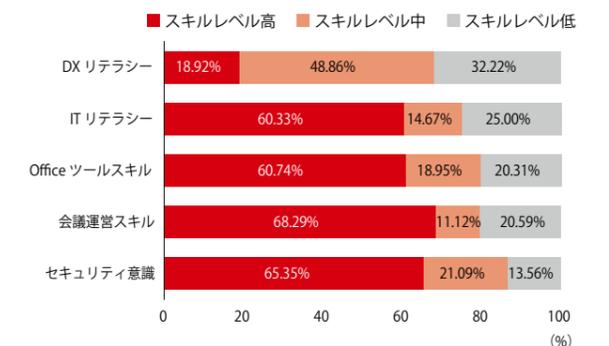
当社に見合った人材育成をめざすべく、育成計画を立てる前に、全社員へDX/ITスキル棚卸調査を実施し、当社の強みと弱みを把握、そして階層や部門によってスキルに偏りや特徴があることがわかりました。

この結果をもとに、今年度は全社育成の実践と区別した育成ターゲットとなる人材に集中的な育成を計画します。またあわせて各々の役割に応じたスキル向上プログラムを研究し実施することで、DX/ITリテラシーをベースとした改革に挑戦できる風土を醸成します。

意思決定の高度化につながっていきます。

営業部門では必要な情報を集めて1つのダッシュボードで即座に把握することを検討しています。同じ情報をリアルタイムで見ながら課題認識や次の打ち手の議論ができるのと同時に、営業担当者の報告資料作成を不要にすることで営業活動余力を創出します。

DX人材スキル棚卸調査表 (抜粋)



強みを生かした攻めのDXへの挑戦

攻めのDXへの挑戦の1つとして、データを活用したサービス・商品の開発に取り組んでいます。

・魚食のリデザイン

「調理しづらい」「長期保存できない」といった魚の弱点を克服し、誰もが手軽においしく魚を食べられる未来へ、魚食のリバリュー&リブランディングに挑戦します。

・パーソナルスーパーフード

人々の移動データや健康状態から、1人ひとりに合わせた完全健康食品の開発に挑戦します。



パーソナルスーパーフードイメージ図

ChatGPT研究プロジェクト発足による事業貢献

昨年より、社内公募による若手従業員で研究チームを発足し、効果的活用の研究を継続しています。自身の業務でどのように活用できるかを議論、研究、評価を繰り返し「当社専用ChatGPT」の開発を早期に実装し、膨大な業務データを読み込ませ、業務の効率化に直結させることができました。

また、社内公募による部門横断メンバーにより、他

事業の課題を共有することで、個別最適から全社最適への業務効率化の可能性に気づく副次的効果もありました。

今年度は全社員が活用する浸透活動を実践し、従業員の1人ひとりが楽しさを感じながら事業現場へ貢献することをめざします。

知財リスク対応と無形資産の活用・強化推進

責任者メッセージ

当社グループが推進しているオープンイノベーションやブランディング活動により生み出される技術・ノウハウやブランド・信用などの知財・無形資産をはじめとした知的資本は、当社グループの競争力の源泉です。当社グループの価値創造経営にはこれらの拡大が不可欠であり、そのためには事業、そして経営と一体となった強固な体制が不可欠です。

事業部門や研究開発部門との知財部門の協業を進めてきた結果、各現場では知財・無形資産の浸透が進んでおります。2023年度は新たに特許庁の調査研究に応募し、将来価値を起点とし非財務（知財・無形資産）の観点から事業戦略の検討を事業部門とともに進めてきました。これまでの事業戦略は財務面を重視するあまり短期的な成果にとらわれがちでしたが、非財務を考慮することで今まで気づけなかった中長期での勝ち筋への気づきがありました。今後は対象となる事業分野を拡大し、将来的には経営戦略への盛り込みを通じて当社価値創造経営へのさらなる貢献にチャレンジしていきたいと思っております。



経営企画部
知財グループグループ長
初谷 泰夫

マルハニチログループ中期経営計画「海といのちの未来をつくる MNV 2024」において、グループ内連携を強化し知財リスクへの対応と無形資産の活用・強化をグループ全体で推進することを掲げています。

その実現のため、当社グループでは知的財産戦略を策定、「適切な出願戦略の推進」「ブランド・商標保護体制の整備」「教育啓発の全社展開」「知財人財の配置と育成」等を掲げて知財活動を推進しています。

適切な出願戦略の推進

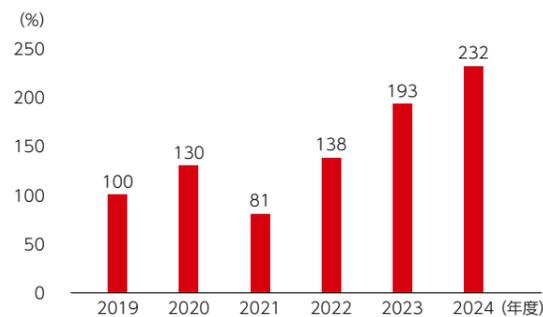
経営戦略とリンクした知財活動を行うために、中核となる分野を特定して事業、研究開発、知財の連携による三位一体の取組みを行い、特許出願を推進しています。

事業分野および研究開発部門からメンバーを選定、知財部門とともに必要となる活動のテーマを決めて定期的に会合を行っています。また、選定メンバーのみ

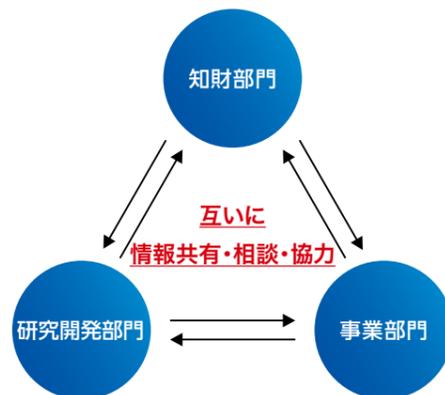
ではなく状況に応じて他部門の担当や社外専門家も交えて検討を進めています。

この活動の結果、特許を活用した製品の販売実績と知財による保護の程度に応じて発明者へ支給する実績報奨が継続して増加しており（2019年度対比）、当社の製品や事業の保護が拡大していることが読み取れます。

実績報奨推移（2019年度対比）



三位一体の取組み（知財／研究開発／事業）



ブランド・商標保護体制の整備

当社では特許権やノウハウはもとより、ブランド強化に関する取組みにあわせてブランドの育成に必要な商標権による保護活用も推進しています。

当社グループを示す「MARUHA NICHIRO GROUP」については、当社グループ企業で使用を推進し、使用態様はガイドラインを定めて統一した発信をすることで当社グループのブランド強化を推進し、事業活動への支援を図っています。

当社グループは2007年の経営統合から10年を契機にブランディングプロジェクトを開始しました。ブランドステートメント「海といのちの未来をつくる」を設定し、保護が必要となる各国での出願・登録を進めました。

また、特許権だけではない知財ミックスの取組みも推進しています。AI魚体計数機「かうんと」など、特許による保護とともに名称も商標登録しており、戦略的な商標権の取得といったブランドの観点も含めて推進しています。

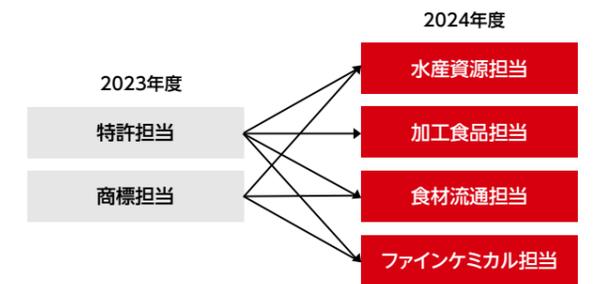


知財人財の配置

2023年度までは特許・商標の知財分野ごとに知財グループ担当を配置していました。2024年度よりその体制を見直して、事業分野ごとの担当配置に変更しました。

事業を中心に置いた知財活動を促進することが目的であり、今後の知財部門は事業戦略の立案から実行の各段階に関与した伴走型の事業サポートを推進していきます。

知財部門の体制



今後の重点的な取組み

● 将来価値を起点とした知財活動（メディケア・コントラクト営業部との取組み）

事業成長のためには知財・無形資産の蓄積が重要であり、知財部門の活動として各事業の将来的な価値を特定して非財務（知財・無形資産）の観点から中長期の事業戦略の検討が必要であると考え、2023年度に特許庁による「将来価値を起点とした知財経営の実践と開示に関する調査研究」に応募し、取組みを行いました。

当社介護食事業部門とともに、介護食事業としての将来的な社会・顧客への提供価値を特定し、将来ありたい姿を明確にしつつ、介護食事業の現状を整理しました。

2023年度の取組みでは具体的な実行戦略と目標を明確にするところまではできませんでしたが、2024年度では本取組みを発展させつつ対象部門を拡大して継続していくことで、当社における中長期の価値創造実現の確度を高め、当社事業の飛躍的な成長に貢献していきます。



コーポレートブランドの発信強化

責任者メッセージ

マルハニチロは、144年にわたり海と真摯に向き合い、ブランドステートメント「海といのちの未来をつくる」のもと、人々に生きる活力を届ける「新たな食の可能性」に挑戦してきました。このような当社の志や独自性について、企業CMやスポーツ協賛を通じ、社内外のステークホルダーへ積極的に発信しています。特にスポーツ協賛では「サカナ X SPORTS」と称し、幅広い年代のスポーツファンへ、魚の健康的価値の啓発などの魚食普及活動や、完全養殖クロマグロ事業など、海を守るサステナブルな取組みを情報発信しています。今後もあらゆるタッチポイントで、社会価値を創造する信頼される企業として、一貫性のあるコーポレートブランドメッセージを発信してまいります。



経営企画部
ブランドコミュニケーション・
広報グループグループ長
小林 美穂

企業のココロザシや想いを伝える

マルハニチロブランドの価値向上とさらなる成長をめざし、2018年度にスタートした新コーポレートブランド戦略のもと、当社の個性や独自性を具現化し、当社ブランドの魅力をより広く、深く、理解していただくための対外的コミュニケーションを、TVCMやラジオCM、WEB動画などを通じて継続して行っています。TVCMにおいては、2018年よりマルハニチロのファクトをもとにバリューチェーンやサステナビリティを紹介するシリーズを展開し、信頼感・安心感・グローバル・持続可能性などの企業イメージを伝えてきました。2024年5月からは、これまでの企業イメージに加え、新しく、身近さ・意外性・親しみやすさをテーマにした「人生は出会いの連続」シリーズを展開し、新しい企業イメージの獲得をめざします。何気ない生活のワンシーンから始まり、日々のくらしのいたるところでさまざまな人のために、社会を支えているマルハニチロの存在や社会性を訴求しています。



企業CM「人生は出会いの連続」シリーズ



企業CM「未来に、幸あれ。サステナブル」編

CMや撮影裏話は
こちら



魚の価値、可能性を見出す「SAKANA X(サカナクロス)」アクション

近年、日本人の魚介消費が減少する中で、創業から144年にわたって培ってきた技術やノウハウを生かし、魚の多様な価値を生活者が再認識できるメッセージを積極的に発信すべきとの考えから、2022年、ブランド戦略の一環として「サカナクロス」アクションをスタートし、オウンドメディアにて情報発信しています。「サカナクロス」を通じて、魚とさまざまなテーマや物事を掛け合わせ、これからの食や未来のくらしと社会のために魚の新たな価値や可能性を生み出すと

もに魚の価値向上を促し、人々の豊かなくらしとあわせに貢献していきます。



継続的なスポンサー活動と、社内アイデア公募で「サカナクロス」を具現化

「サカナクロス」アクションの1つとして、「サカナ X SPORTS」を推進しています。DeNAスポーツのオフィシャルパートナーに就任し、それまでのプロ野球チーム「横浜DeNAベイスターズ」、プロバスケットボールチーム「川崎ブレブサンダース」、プロサッカーチーム「SC相模原」に対してスポンサーシップを行っています。

話題づくりを進め、魚の持つ健康価値やおいしさなど、さまざまな魚食の魅力を発信し魚食普及に取り組んでいます。

フィッシュソーセージなどのフードサプライによるアスリート支援や、スポーツスクールに通う子どもたちへの魚介缶詰の配布など、魚食に親しむ機会創出と

2023年からはサカナクロスに関するアイデアを社内公募し、集まったアイデアをウェブ社内報にて全従業員に共有しながら、具現化に向けて支援する仕組み作りを行っています。このような魚の価値向上へのさまざまな取組みを広く社内外に発信し、積極的なコミュニケーション活動を展開することで、マルハニチロブランドの提供価値を高めていく方針です。



横浜 DeNA ベイスターズの当社冠試合 MVP 選手にヒーロー賞として完全養殖クロマグロ(1本分) 贈呈 (©YDB)



魚食普及のためSC相模原の子どもサッカー教室で当社商品、マイワシのペーパークラフトをサンプリング



川崎ブレブサンダースの当社冠試合を通じて完全養殖クロマグロを訴求 (©KBT)

川崎ブレブサンダースの当社冠試合で「サカナクロス」ブース出展



各チームの当社冠試合で当社商品や「サカナクロス」タブロイド紙をサンプリング