



東洋水産グループ
コミュニケーションレポート

2018

第70期
[2017年4月～
2018年3月]



Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

東洋水産グループ コミュニケーションレポート 2018

編集方針

東洋水産グループでは、2015年度よりステーキホルダーの皆さまに、東洋水産グループをより深く知っていただくため、「事業報告書」と「CSR報告書」を統合した「コミュニケーションレポート」を発行しています。2018年度は、グループのスローガンである「Smiles for All. すべては、笑顔のために。」の実現に向けた活動内容を、「5つの笑顔」で構成し、編集しています。こちらに記載していない取り組みについては、下記URLのホームページをご覧ください。

<https://www.maruchan.co.jp/csr/>

報告対象期間

2017年4月1日～2018年3月31日

※一部2018年4月以降の活動も含まれます。

報告対象範囲

東洋水産(株)全事業所、国内・海外グループ会社

発行日

2018年6月(前回発行：2017年6月)

会社概要

(2018年3月31日現在)

社名	東洋水産株式会社 Toyo Suisan Kaisha, Ltd.
創立	1953年3月25日
資本金	189億69百万円
従業員数(連結)	4,639人
売上高(連結)	388,797百万円(2018年3月期)
本社	〒108-8501 東京都港区港南2丁目13番40号 TEL. 03-3458-5111 (代表)
創業者	森 和夫
代表者	会長 堤 殷 社長 今村 将也
事業所数	工場 8、冷凍冷蔵庫 15、支店・営業所 28
グループ会社	33社(海外11社含む)



表紙は、青森県内の小学校で実施した「フリーズドライ出張授業」の様子(2018年1月に実施した社内フォトコンテストの入賞作品)

目次

- 01 編集方針・会社概要
- 02 目次
- 03-04 Top message
- 05-06 **特集** 赤いきつねが40周年を迎えます 
- 07-10 **お客さまに笑顔** 
- 11-12 **社会に笑顔** 
- 13-16 **次世代に笑顔** 
- 17-20 **地球に笑顔** 
- 21-23 **社員に笑顔** 
- 24 **コーポレート・ガバナンス**
- 25-26 決算ハイライト
- 27-30 セグメント別概要

東洋水産 グループ CSR活動方針

東洋水産グループは「Smiles for All. すべては、笑顔のために。」をスローガンに、「食」を通じて、それぞれの国や地域の皆さまに笑顔を届けたいと考えています。

私たち一人ひとりは、「やる気と誠意」を胸に仲間や関係者と協力し、事業活動を通じた社会貢献に励みます。

それにより、社員の働きがいや誇りが生まれ、グループ全体の成長につながります。「笑顔」という言葉がすぐに連想できる企業グループを目指し、東洋水産グループらしいCSR活動を行います。

「笑顔」と「健康」をお届けできる会社を目指して Smiles for All. すべては、笑顔のために。



代表取締役社長
今村 将也

東洋水産は、2018年3月25日に創立65周年を迎えました。すべてのステークホルダーのご支援に対して、心から御礼申し上げます。これからも変わることなく、謙虚な気持ちとチャレンジ精神を忘れずに、70周年、さらにその先に向けて「信頼される、誠実なグループであり続ける」ことを目指してまいります。

東洋水産は1953年の創立以来、顧客第一主義に基づき、お客さまにより良い商品やサービスを提供し、社会に貢献することで、皆さまから信頼される企業グループを目指してまいりました。

1962年に誕生したマルちゃんブランド、2009年に制定したスローガン「Smiles for All. すべては、笑顔のために。」には、「安全でおいしい商品」「確実なサービス」を提供し、これからも幅広いステークホルダーの皆さまに笑顔をお届けする取り組みを広げたいという想いが込められています。

スローガンの制定から10年目を迎え、この間に社会環

境や消費環境の多様化が進み、東洋水産グループを取り巻く環境の変化は、より早く、大きくなっています。

それに伴う様々な課題に対し、食を通じて解決に取り組むことや「新たな食文化の創造」をさらに強化していくことは、これからも私たちの役割だと考えております。

次に迎える70周年、さらにその先に向けて、より信頼される企業グループになるために、社員一人ひとりが「やる気と誠意」を胸に、チャレンジを続けることで、会社の発展と「5つの笑顔」の実現、そして持続可能な社会への貢献に取り組んでまいります。

持続的な成長に向けて

東洋水産グループでは、社会の持続的成長を支えていくために必要なこととして、「健康経営」をテーマに掲げています。社会に笑顔と健康をお届けすることでさらなる成長を目指すために、社員一人ひとりが笑顔で健康でなくてはなりません。

社員の笑顔と健康を保つには、ワークライフバランスの充実による働きがいと働きやすさを高めることが必要と考えています。そのために、働き方改革による様々な取り組みを推進していきます。これからも企業スローガンの実現に向け、社員一人ひとりが力を合わせることで、会社発展の活力になると考えています。

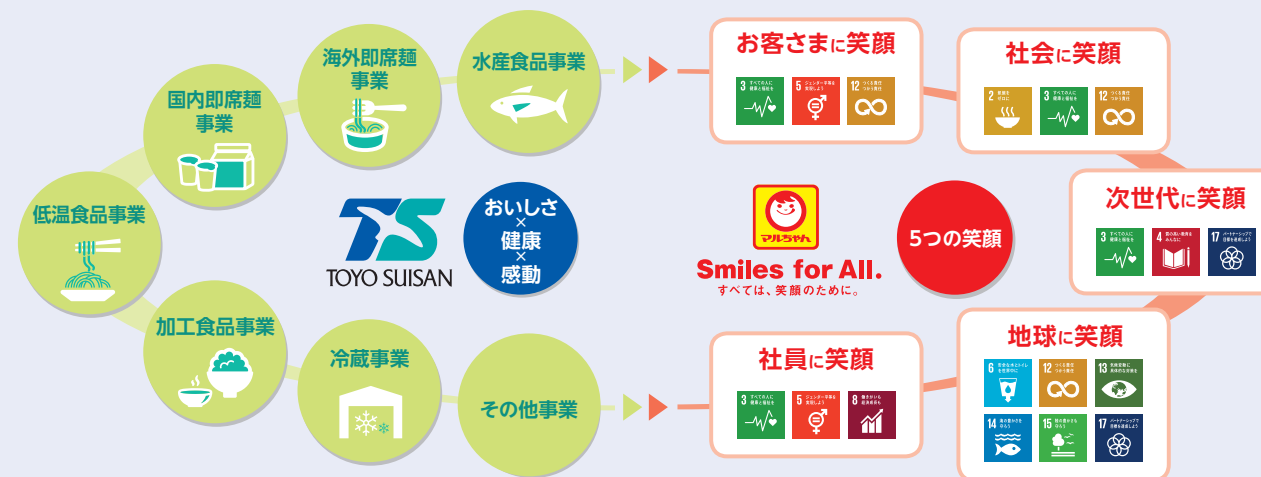
そして、2018年9月には新たな食文化創造の拠点として、新・総合研究所が業務を開始します。これからも技術の研鑽、品質保証の強化に加え、人材育成やダイバーシティなど、将来に向けて「良き人創り」「良きこと創り」に取り組んでまいります。

東洋水産グループの健康経営

東洋水産グループは、心身の健康の維持・増進に自ら努めるとともに、いきいきと活力のある職場を創り、より笑顔のある未来を世の中の人々に提供し続けることのできる会社を目指します。

「食」の事業を通じ「5つの笑顔」の実現を目指します

東洋水産グループは、「Smiles for All. すべては、笑顔のために。」をスローガンに、事業を通じた「5つの笑顔」の実現を目指しております。これらは、2015年、国連にて採決された「持続可能な開発目標(SDGs)」の考え方も合致しております。「食」に関連する事業を通じ、新たな価値創造・社会課題の解決・環境保全活動に貢献していきます。



赤いきつねが40周年を迎えます

「赤いきつねうどん」は、
1978年8月10日に発売され、
2018年に丸40周年を迎えます。
発売以来、長い間お客さまにご愛顧いただいている、
東洋水産のロングセラー商品をご紹介します。



1978年
発売当初の
パッケージ



現在の
パッケージ

「赤いきつねうどん」は、だしの利いたつゆにしっかりとコシのある
麺、そして大きな油揚げを組み合わせた即席カップうどんとして多くの
皆さまから愛されています。日本を代表するロングセラーブランドに
育った大きな理由は、品質とともに存在感のあるパッケージとユニーク
なCMにあります。個性的なネーミングに、赤と白を基調にした大胆な
デザインは、売り場でも独特の存在感を示し続けています。

Point 1 地域ごとの4つの味

発売以来「だし」にこだわり、つゆには国内のグループ会社で粉碎加工したかつお節の粉を使っています。そして、地域によって異なるお客さまの嗜好に対応するため、発売当初から味付けを東西2つに分け、さらに2001年に関西向け、2005年に北海道向けを増やし、現在は、4つの味で販売しています。



Point 3 40年間変わらないCMキャラクター

「赤いきつねうどん」の“顔”といえば、1978年の発売以来CMに出演している武田鉄矢さんです。一つの商品と一人のタレントの40年にわたる関係は他にはあまり例がなく、放映されたCMは150作品を超えています。



「戦車」篇



「幻の鳥」篇

Point 2 ネーミングの誕生秘話

開発当初は、熱々のおいしさが伝わる「熱いきつねうどん」というネーミングで発売される予定でした。しかし、同時に進めていたパッケージデザインの開発作業で、より店頭で目立つ「赤」が基調色として採用されることになり、商品名も、ユニークでインパクトのある「赤いきつねうどん」に決定しました。



開発途中のパッケージ

Point 4 個性豊かなシリーズ

「赤いきつねうどん」発売の2年後の1980年に姉妹品として「緑のたぬき天そば」が誕生しました。「赤いきつねと緑のたぬき」は、個性豊かな組み合わせとして今もマルちゃんのカップ麺を牽引しています。その後も「黒い豚カレーうどん」や「白いカもちうどん」など個性豊かなシリーズ商品が登場しています。



緑のたぬき天そば
(1980年発売)



黒い豚カレーうどん
(1998年発売)



白いカもちうどん
(1996年発売)

お客さまに笑顔

お客さまが笑顔になる商品づくりを目指して

安全・安心でおいしい商品を提供することにより、
お客さまが笑顔になる食生活を守ります。



減塩・糖質オフ・
機能性表示食品数合計

37 商品
(2018年6月現在)

関連する
SDGs



カテゴリー No.1 商品の育成

「ロングセラー商品の弛まぬ改善」「新たな食文化の創造」「エリア別戦略の実行」を通じて、カテゴリー No.1 商品の育成を目指しています。ロングセラー商品については、継続的に、品質の改善や生産の効率化等を行ってきました。また、2017年3月に発売しご好評をいただいている即席カップ麺「MARUCHAN QTTA」や、時短ニーズへの対応として、2018年3月に発売した水でほぐすだけで食べることのできるチルド麺「つるやか」シリーズ等、今後の育成を目指す商品についても継続的なブランド力強化に取り組んでいます。

ロングセラー商品



マルちゃん焼そば 3人前



麺づくり ふっくら赤飯

育成商品



MARUCHAN QTTA



つるやか

様々なニーズに対応した商品



4本入り
ソーセージ
減塩



糖質30%カット
北海道産小麦使用
中華麺 1食入



レンジで麺上手
稲庭風細うどん
2食入

機能性表示食品

玄米と麦のぞうすいシリーズ



まめ入り



ひじき入り



きのこ入り



鯛入り
(春夏商品)

いつまでも愛される「MARUCHAN QTTA」を目指して

“日々がんばっている若手を応援したい”そんな思いから生まれた「MARUCHAN QTTA」は、商品設計はもちろんのこと、プロモーションにおいても今までにないチャレンジを行ってきました。発売より2年目を迎えますが、10年後、20年後も愛され続ける商品になるよう、様々な取り組みを行っていきたいと思います。



営業統括部
中嶋 健太郎



「おいしさと健康」をお届けします

不足しがちな第6の栄養素ともいわれる食物繊維を配合し、「食後血糖値の上昇を抑える」「おなかの調子を整える」機能をパッケージに表示した機能性表示食品を商品化することができました。これからも「おいしさと健康」に配慮した商品開発に努めます。



総合研究所
竹谷 博志



新しい価値のある商品の開発

「新たな食文化の創造」をテーマに、安全・安心やおいしさに加え、さらなる価値のある商品の開発に取り組んでいます。少子高齢化を背景に高まる健康志向に合わせて、魚肉ハム・ソーセージや調味料の分野でも減塩商品を発売しています。その他、糖質が気になる方に向けたチルド麺「糖質30%カット 北海道産小麦使用 中華麺」や時短ニーズへの対応として、電子レンジで調理可能な「レンジで麺上手」シリーズに加えて、水でほぐすだけで食べることのできる「つるやか」シリーズを発売しました。また、「玄米と麦のぞうすい」シリーズは、東洋水産初の機能性表示食品として、「食後血糖値の上昇を抑える」「おなかの調子を整える」の2つを取得しました。

伸長カテゴリーへの積極的な設備投資

個食・簡便・本格といった消費者ニーズの高まりを背景に、フリーズドライおよび米飯商品の売上が近年伸長し続けており、今後も拡大が見込まれます。東洋水産グループでは、これらの事業にも積極的に投資を行い、新たに生産能力を増強します。さらに、生産能力を最大限に生かした商品企画と販売施策を実行し、お客様のニーズにお応えしていきます。

フリーズドライ商品



朝の満足スープ
トマト酸辣湯
3食パック

素材のチカラ
野菜が美味しいスープ
5食パック

素材のチカラ
まいたけスープ
5食パック

米飯商品



あったかごはん

ふっくら赤飯

ふっくら五目釜めし

甲府東洋(株) フリーズドライ新工場



所在地：山梨県中央市布施91
稼働：2018年1月

フクシマフーズ(株) 米飯新工場



所在地：福島県伊達郡桑折町大字成田字二本木10-1
稼働予定：I期 2018年夏・II期 2019年夏

安全・安心な商品をお届けするために

技術伝承学校の実施

▶ 技術伝承プロジェクトチーム

技術伝承学校は、より安全・安心な商品をお客さまに提供していくことを目的として、2016年度よりスタートしました。グループ会社を含めた工場と冷蔵庫を対象とし、様々な課題の検討や改善、技術者の育成を行っています。また、2018年2月より、各工場の製造責任者を対象に、専用の試作機を用いるなど、実践に即した授業を実施しています。



技術伝承学校

技術伝承学校を通じてお伝えしたいこと

東洋水産グループには、長い年月をかけて築いてきた先人の知恵や技術が受け継がれています。私たちは、関東工場に導入した試作機を最大限に活用し、講師と生徒が共に学び、その技術を次の世代へ伝承し、未来に向けて発展させることを実践していきます。

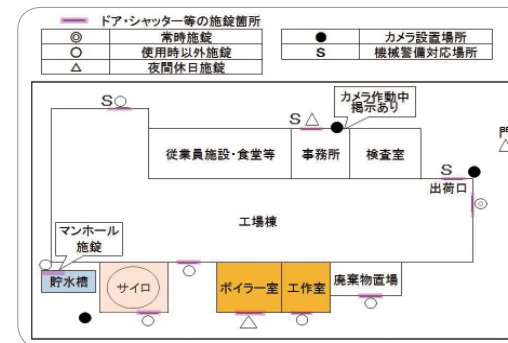


技術伝承学校長
鎌田 重美



フードディフェンスについて

各工場では、薬剤および使用水の適正管理をはじめ、工場図面を活用した「ハザードマップ」を作成し、個々のリスクに応じた対策を実施しています。そして、フードディフェンスの最も重要な位置付けとして、「社員との信頼関係向上」に努めています。また、将来的なHACCP義務化に備え、「HACCP運用指針」を策定し、各工場に展開しています。今後は国際的な食品安全マネジメントシステム規格である、FSSC22000の認証取得を推進していきます。



ハザードマップ事例

社会に笑顔

地域に根ざした社会貢献活動への取り組み

社会の一員として、それぞれの国や地域の皆さまと連携し、社会の笑顔に貢献します。

関連するSDGs



工場見学参加者数

約 **8,000**人
(2017年度)



地域を対象とした工場見学

専用の見学コースのある北海道工場と関東工場では、地域の方を対象にした工場見学を実施し、2017年度は北海道工場に約6,300人、関東工場に約1,700人が来場しました。

北海道工場

北海道工場では、見学通路から北海道限定で販売している「やきそば弁当」の製造ラインが見学できます。地元の皆さまに食を通じて笑顔と健康をお届けするという理念のもと、安全・安心なものづくりをご覧ください。

関東工場

関東工場では、見学通路から「緑のたぬき天そば」の製造ラインが見学できます。2017年8月には親子見学会を2日間実施し、製造ラインの見学の他にオリジナルの「赤いきつねうどんづくり」も体験していただきました。

マルちゃんにより親しんでいただくために

小学生からご年配まで、幅広い年代の方を対象に工場見学を実施しています。訪れた方の「楽しかった」という言葉や、素敵な笑顔に、私たちもうれしくなり、やりがいを感じています。今後も、マルちゃんをよく知り、楽しんでいただけるような案内を心がけていきます。



北海道事業部
北海道工場
左より
川上 舞佳
荒木 麻由



災害時の協定締結

2018年2月5日に、関東工場の所在地である館林市と、「災害時における物資供給に関する協定書」を締結しました。また、2018年3月26日に北海道事業部の所在地である小樽市と、地域における幅広い分野での連携と協力に関する「パートナーシップ協定」を締結しました。今後も地域とのつながりを大切にしていきます。



館林市との締結式の様子

フードバンクへの商品提供 ▶(株)シマヤ



フードバンク山口への商品提供

(株)シマヤでは、企業等から提供された食品を、生活困窮者や児童養護施設等に供給するフードバンク活動に賛同し、2016年度より商品提供を実施しています。この活動を通じて、流通上の都合等で品質に問題がないにもかかわらず廃棄される食品ロスと、それに伴う環境負荷を削減するとともに、地域社会への貢献を行っています。

地域のお祭りに協力

地域社会への貢献のために、全国の様々なお祭りに協賛しています。また、会場にブースを設けたり、実施に合わせてお祭りのロゴと象徴的な写真を配置した商品を発売するなどの応援を行っています。2017年度は「博多どんたく港まつり」や「仙台七夕まつり」など13ヶ所のお祭りに協賛しました。



「博多どんたく港まつり」の東洋水産ブースと「仙台七夕まつり」特別パッケージ商品

次世代に笑顔

子どもたちの笑顔のために、健やかな成長をサポート

次世代を担う子どもたちの笑顔のため、心と体の健やかな成長をサポートします。



食育講座「だし」の秘密
参加者数累計
1,820人



フリーズドライスープをテーマにした継続的な食育活動

東洋水産グループでは、全国各地で子どもたちを対象とした食育活動を行っています。

東北地区では、青森県八戸市の小学校で、八戸東洋(株)で製造しているフリーズドライスープをテーマに、小学校での理科の授業内容を交えて、製法や特長についての出張授業を行っています。また、2015年度より、東北地区の高校生を対象に、地域の特色を生かしたスープメニューの商品アイデアコンテスト、「スマイル“フード”プロジェクト in 東北」を開催しています。3回目の開催となる2017年度は、合計68チームの応募があり、各県代表6チームが決勝大会へ進み、青森県立百石高等学校の「青森三昧イカスープ」が優勝しました。(2015年度と2016年度の優勝作品はフリーズドライスープとして商品化)

また、これらの活動は、文部科学省主催の「平成29年度 青少年の体験活動推進企業表彰」において、製造の科学的知識から商品化までの継続的なプログラムとして評価をいただき、「審査委員会奨励賞」を受賞しました。

商品化した
優勝作品



小学校での出張授業



「スマイル“フード”プロジェクト in 東北 2017」決勝大会に参加した皆さん

出張授業と工場見学学習会 ▶ 相模工場

相模工場では、工場の所在地である伊勢原市内の小学3年生を対象に「マルちゃん焼そば 3人前」をテーマとした出張授業と工場見学学習会を実施しています。2017年度は、5つの小学校の児童483人が参加しました。出張授業では、映像での学習をメインとして、製造工程を説明し、工場見学学習会では、工場内の通路からの見学、映像による製造工程の説明と、試食をしながらの食育授業を行っています。



「マルちゃん焼そば 3人前」をテーマとした出張授業



冷蔵倉庫内でのシャボン玉実験

親子冷蔵庫見学会 ▶ 水産食品・冷蔵部

水産食品・冷蔵部では、2015年度より、毎年夏休みの期間に川崎市にある東扇島第一冷蔵庫で親子冷蔵庫見学会を実施しています。2017年度は30組68人の親子が参加しました。見学会では、-20℃以下の冷蔵倉庫内でシャボン玉を膨らませたり、濡れタオルや凍ったバナナを使った実験を行いました。また、物流における大型冷蔵庫の役割や東洋水産グループの冷蔵庫について説明を行いました。

環境に関する出張授業 ▶ 関東工場

関東工場では、2017年9月に近隣の館林市立美園小学校にて、生活美化委員と保健委員の34人を対象に「ごみを減らすために」というテーマで出張授業を実施しました。授業では工場での廃棄物の分別と再利用を通じたごみの削減への取り組みや環境対策などを紹介しました。



小学校での環境に関する出張授業

インターンシップの実施 ▶ (株)シマヤ

(株)シマヤでは、2005年度より、地元の中学生・高校生・総合支援学校生の就業体験を受け入れています。生徒たちの適性に合わせた職場を選定し、食品メーカーの仕事を体験していただいています。また、山口県立大学の管理栄養士基礎演習を受託し、品質管理や商品開発の現場実習も行っています。2018年2月には大学生を対象にした公募型インターンシップを初めて実施し、液体調味料の商品開発の実体験を行いました。



インターンシップの様子

地域の人材育成のために

公募型のインターンシップはシマヤでは初めての試みでしたが、地元の方を中心にすぐに定員が一杯になりました。また、学生の皆さんに楽しく取り組んでいただき、うれしく思っています。今回は開発部門での実施でしたが、今後は営業など他の部門での実施を検討しています。



(株)シマヤ
高原 沙里 佐々木 庸江

中学生の職場体験受け入れ ▶ 埼玉東洋 (株)

埼玉東洋 (株) では、近隣の加須市立加須北中学校の1年生を対象に、毎年夏休みに職場体験の受け入れを行っています。冷蔵倉庫内での-25℃の体験や商品の仕分け作業を行うことで、働くことの大変さとやりがいを学んでいただきました。これからも地域との絆を大切にしていきます。



埼玉東洋 (株) 外観

● 活動ハイライト



「手打ちラーメン教室」の実施

北海道事業部では、小中学生とその保護者を対象にした「こどもラーメン道場～マルちゃん手打ちめんちチャレンジ～」を札幌市生涯学習センター「ちえりあ」と共同開催しています。3回目となる2017年度は11組23人の親子が参加しました。



「だしの秘密」講座の実施

「だしの秘密」と題した食育講座を全国で行っています。だしの役割や旨味の相乗効果、地域ごとの嗜好についての説明や、だしの試飲を行っています。2017年度は9会場で、605人の方が参加しました。



「手打ちうどん教室」の実施

埼玉工場では、工場の所在地である日高市の教育委員会が夏休みに実施している、小学生向け体験プログラムの一つとして、「マルちゃん うどん教室」を開催しています。4回目となる2017年度は市内の小学校高学年の児童17人が参加しました。



「マルちゃん杯少年柔道大会」を主催

1986年より全国の小中学生を対象に、「マルちゃん杯少年柔道大会」を主催しています。現在全国7地区で開催している大会には、年間で約1,500チーム・10,000人が参加しており、これまでの大会の参加選手の中からは、国際大会等で活躍する選手が何人も誕生しています。

地球に笑顔

生産・サービスを通じて環境負荷を低減

環境負荷の低減に積極的に取り組み、未来の笑顔を守ります。



20年間で
放流した稚魚

37万匹

水産資源・水資源の保護

東洋水産グループでは、CO₂や廃棄物の削減の他、水産資源・水資源の保護にも取り組んでいます。

ウナギの養殖研究

▶ (株) いらご研究所

(株) いらご研究所では、1996年の設立以来、ウナギの完全養殖の研究に取り組み、2010年には「いらご研究所で生まれた仔魚を親魚まで育てて産卵させ、次世代の仔魚を得る」というウナギの繁殖サイクルの確立に成功しました。現在、量産化・事業化に向けて取り組んでいます。



(株)いらご研究所で生育したシラスウナギ

カサゴの稚魚放流

▶ 田子工場

田子工場では、水産資源の保護や地域の活性化を目的に、地元の漁協組合・水産技術研究所やこども園にご協力いただき、カサゴ等の稚魚放流活動を行っています。2018年5月には20回目となる放流活動を実施しました。現在までに放流した稚魚は累計で約37万匹に上ります。



こども園の園児による稚魚放流

工場排水の水質改善

▶ 埼玉工場

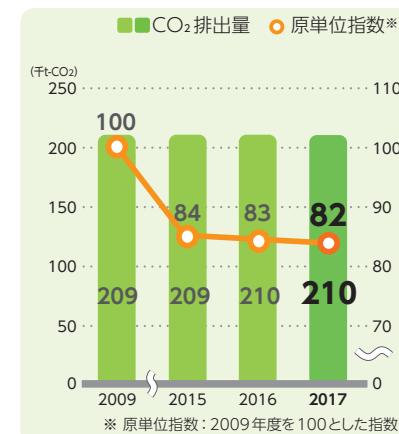
埼玉工場では、工場からの排水を微生物処理により浄化して排出しています。設備の運転方法の改善により、排水の温度を下げるなど、出来るだけ環境への負荷を小さくしています。放流水流域の池では魚が泳ぎ、ハスが繁茂するなど、地域市民の憩いの場となっています。



放流先流域の池

環境負荷データの推移 (国内グループ事業所)

▶ CO₂ 排出量と売上高原単位



▶ 産業廃棄物排出量と再資源化率



▶ 食品廃棄物の排出量とリサイクル率 (東洋水産単体)



生産量の増加に伴いエネルギー使用量は増加しましたが、フロン漏えい量の削減や自然冷媒への切り替えが進んだ結果、排出量は横ばいとなり、原単位指数は1ポイント低下しました。

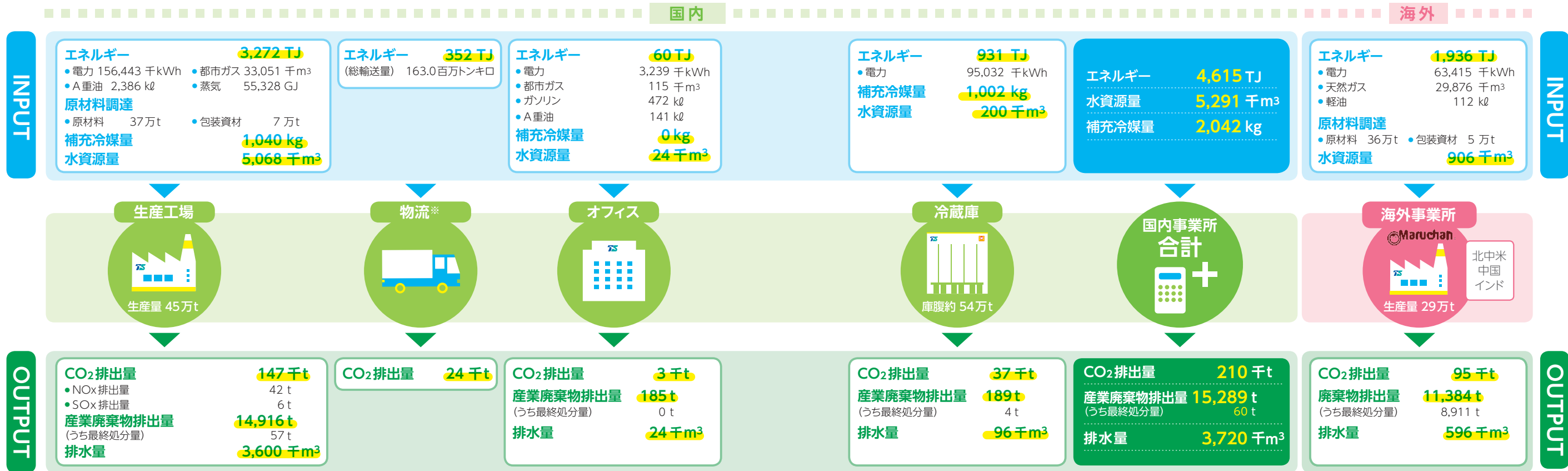
製造ラインの増設や新設工場の稼働に伴い排出量は前年より約9.4%増加しました。一方、再資源化率はほぼ横ばいとなりましたが、2018年度は処分方法の見直しにより改善される見込みです。

各工場では廃棄物削減に向けた施策に取り組みましたが、生産量の増加や新工場の稼働に伴い排出量は増加しました。リサイクル率は法令に基づく目標値95%をクリアしました。

CO₂ 排出量算出の根拠

- ▶ 電力: 電気事業連合会 2009年度実績に基づく使用端 CO₂ 排出原単位 (0.351kg -CO₂/kWh) を使用
- ▶ 電力以外: 温対法の換算係数を使用
- ▶ 使用冷媒: IPCC4次レポート「地球温暖化係数 (GWP)」を使用

環境負荷データ (グループ全体)



※ 物流は、省エネ法 (特定荷主) における東洋水産 (株) 単体の適用範囲より算定

① フロン冷媒の使用量削減

東洋水産グループの冷蔵倉庫では、温室効果の大きいフロン冷媒から自然冷媒 (アンモニア・CO₂) への切り替えを計画的に進めています。2017年度は東扇島第一冷蔵庫・名古屋冷蔵庫・埼北東洋 (株) 加須冷凍工場と、札幌第三冷蔵庫・スルガ東洋 (株) の一部で切り替えを行いました。また、冷蔵庫や空調機器の日常点検・整備を徹底し、フロン冷媒の漏えい防止に努めています。

② 認証パーム油の取り組み

米国のマルチャンインクでは、2015年にRSPO (持続可能なパーム油のための円卓会議) に加入し、東洋水産グループの調達方針に基づき、2020年末までに認証パーム油への切り替えを目指しています。今後も自然環境や人権問題に配慮したパーム油の調達を進めていきます。



③ 包材の原料使用量削減について

「マルちゃん正麺 カップ」では、品質面における安全性と製造工場での機械との適性を確認した上で、カップ容器のポリスチレンの使用量の削減を行いました。またフリーズドライスープのフィルムの一部に、回収されたPETボトルをもとに作られたメカニカルリサイクルPETを用いた包材の使用を開始しました。



マルちゃん正麺 カップ

④ 廃棄物の有価物化

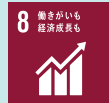
廃棄物の排出量削減のため、リサイクルや有価物化を行っています。工場では排水処理後に発生する汚泥の肥料化や、製造ラインで排除された製品の飼料化、冷蔵庫では使用済みストレッチフィルムやPPバンドの有価物化を進めています。

社員に笑顔

社員一人ひとりが笑顔で活躍できる職場づくり

社員一人ひとりが主役となり、笑顔で活躍できる組織を目指します。

関連するSDGs



ダイバーシティ勉強会
2017年度実施回数

79回



人材育成の取り組み

東洋水産グループにとって、社員教育は重要な経営課題と捉え、社員の成長を支援する制度を整えています。組織上の役割・期待に応じて求められる能力や意識の向上を図る「集合型研修・勉強会」や、成長意欲の高い社員の能力開発を支援するための自己啓発制度を充実させ、将来の東洋水産グループを担う人材の育成に取り組んでいます。

多様な人材の活用

▶ 甲府東洋 (株)

甲府東洋 (株) では、製造機械のオペレーション業務に女性の担当者を増やす等、ダイバーシティへの取り組みや技術の進歩に合わせて、年齢や性別等によらず、個人の能力を十分に生かせる、多様な人材の登用を進めています。こうした取り組みにより、繊細な技術を必要とする機械の操作だけでなく、製造ラインのわずかな変化に敏感に反応してリスクを未然に防いだり、ライン周辺の整理整頓など、職場の改善につながっています。

知識や経験を生かしてより良い商品を

現在はフリーズドライ商品の製造ラインのオペレーターを担当しています。これまで即席麺をはじめとする様々な部門で得た知識や経験を生かして、一食一食を大切に、お客さまに安全・安心な商品をお届けできるように、これからもスキルアップしていきたいと思えます。



甲府東洋 (株) 村野 由起



ダイバーシティ勉強会の実施 ▶ダイバーシティ推進室

社員一人ひとりの能力を最大限に発揮することを目的に、ダイバーシティを推進しています。2017年度の取り組みの一つとして、ダイバーシティに対する理解と意識の醸成を図るための勉強会を実施しました。今後も人材の多様性を生かし、誰もが活躍できる職場を目指して、制度の拡充や啓蒙活動を行います。



ダイバーシティ勉強会



運動会開会式の様子

TSグループ大運動会の実施

国内の全事業所が参加する「TSグループ大運動会」を毎年10月に開催しています。2017年度は、敷地内にグラウンドを有する関東工場ですべて実施しました。小雨が降る中での開催となりましたが、全国より全16チーム、約1,700人の社員や家族、OBが参加し、親睦を深めました。

納涼祭の実施

社員やそのご家族、近隣の地域にお住まいの方々をお招きして、主に全国の工場で、毎年納涼祭を行っています。ユタカフーズ (株) では2017年7月に開催し、1,000人を超える方々に来場いただきました。会場では社員による焼そばなどの模擬店に長い列ができ、恒例の盆踊りでは大きな輪が広がりました。



ユタカフーズ (株) での納涼祭

オリジナルDVDを用いた安全教育 ▶ 焼津工場

焼津工場では、工場内で事故が発生する可能性のある箇所をまとめたオリジナルDVDを作成し、新規に雇用した社員を対象に、安全教育を行っています。映像によって理解を深めることで、事故の未然防止に役立っています。社員が安心して働ける職場づくりと、将来にわたる労災事故ゼロを目指し、今後も安全への取り組みを強化していきます。



新入社員への安全教育



小集団活動による危険箇所の確認・共有

小集団活動による職場改善 ▶ フクシマフーズ (株)

フクシマフーズ (株) では、労災事故ゼロを目指し、製造ラインの担当者が中心となって、ヒヤリ・ハットの危険性のある箇所を指摘し、改善していく活動を各課ごとに小集団で行っています。また、その結果を安全衛生委員会に報告し、会社全体で共有しています。



ウォーキングイベント参加中に撮影

ウォーキングイベントの開催 ▶ 健康保険組合

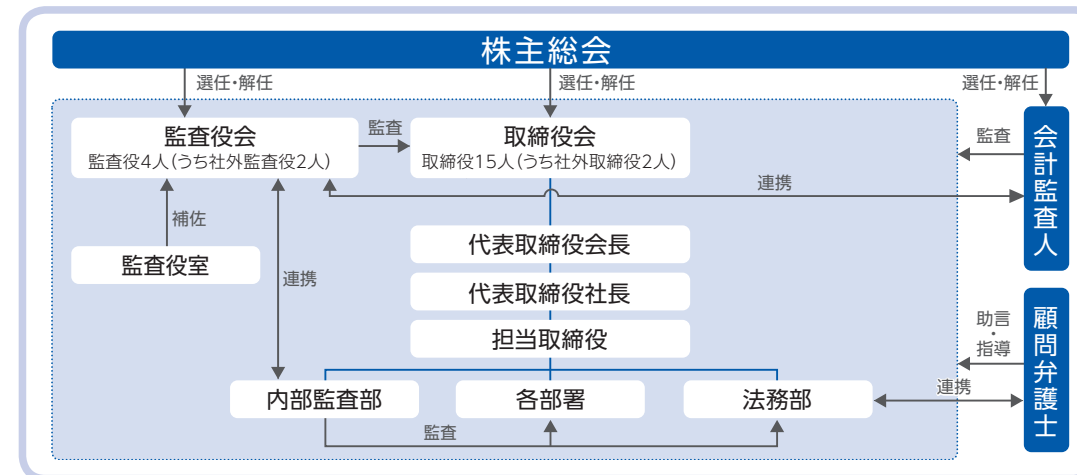
健康保険組合では、社員の笑顔と心身の健康保持・増進を目的とし、2ヶ月間の歩数を個人戦とチーム戦で競うウォーキングイベントを行い、2017年度は245人が参加しました。ウォーキングイベントを通じ、健康面だけでなく、コミュニケーションの向上等、様々な効果が期待されるため、今後も継続します。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスを経営上の重要課題として認識し、取締役の責任および個別事業の責任体制を明確にしています。今後も経営の透明性および迅速性を確保していきます。



▶ コーポレート・ガバナンス体制図 (2018年6月28日株主総会后)



※その他、法令違反や社内不正等を防止又は早期発見して是正することを目的に、内部通報制度「レポートライン」を設置しています。経営陣から独立した体制として、内部窓口（「一般窓口」「監査役窓口」と弁護士による外部窓口）を設置しています。

コンプライアンス教育

▶ 法務部

法務部では、一人ひとりのコンプライアンス意識の醸成と定着のため、毎年上半期に役員・全社員を対象に、各事業所にて「コンプライアンス勉強会」を実施しています。下半期にはフォローアップとしてコンプライアンス違反事例の紹介や勉強会の理解度確認テストを行っています。また、階層別集合研修時にもコンプライアンス教育を行い、すべての社員が公正で誠実な判断のもと業務に励めるように取り組んでいます。



コンプライアンス勉強会の様子

決算ハイライト

第70期決算報告

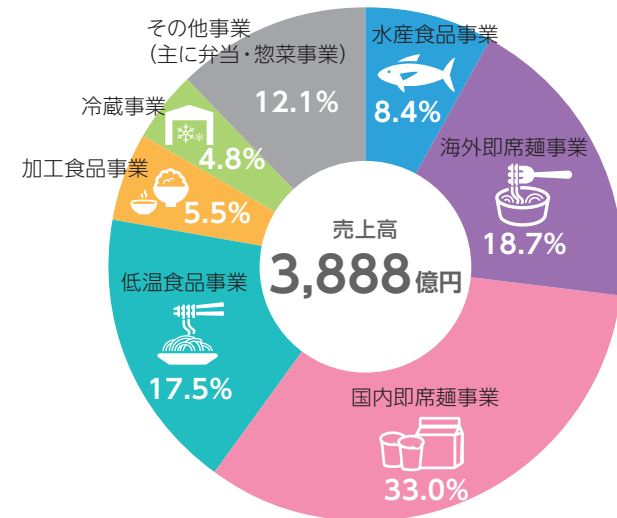
第70期(2018年3月期)の主要連結財務データをお知らせします。

▶ 売上高・利益の推移 (単位: 百万円)

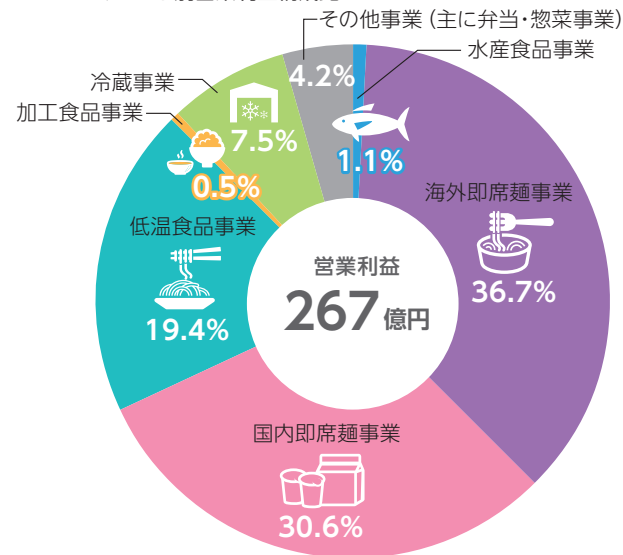
	第67期 2014年度	第68期 2015年度	第69期 2016年度	第70期 2017年度	第71期 2018年度 (予想)
売上高	381,259	383,276	382,678	388,797	405,000
営業利益	25,075	28,314	29,486	26,652	25,500
売上高営業利益率	6.6%	7.4%	7.7%	6.9%	6.3%
経常利益	26,630	29,489	31,147	28,571	27,500
親会社株主に帰属する 当期純利益	16,901	18,363	20,837	18,431	19,100

▶ 事業別の状況

セグメント別売上高構成比

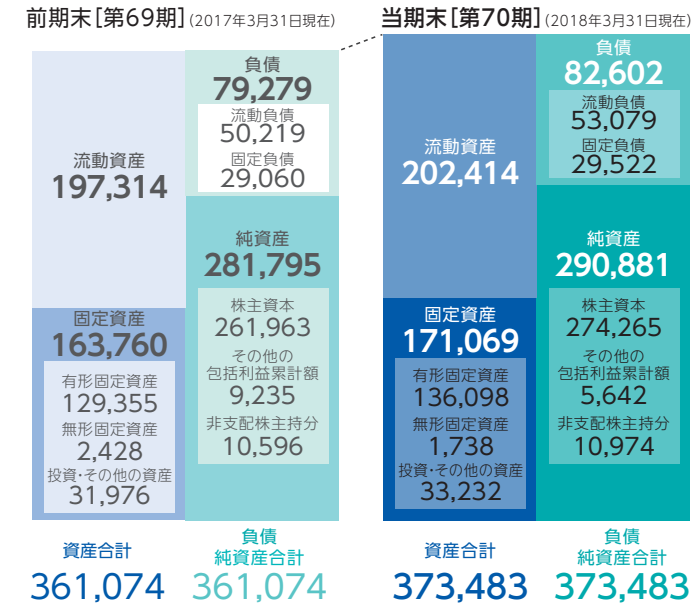


セグメント別営業利益構成比

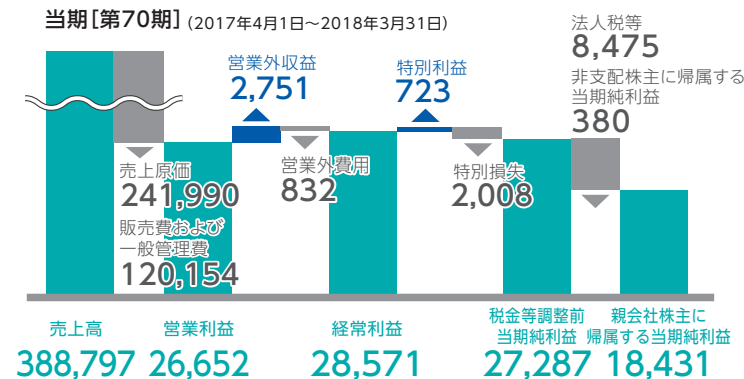


営業利益構成比は、全社費用等の調整前金額で計算しています。

▶ ① 連結貸借対照表の概要 (単位: 百万円)



▶ ② 連結損益計算書の概要 (単位: 百万円)



① 連結貸借対照表の概要

固定資産は、主に建設仮勘定と投資有価証券が増加しました。純資産の増加は、主に利益剰余金によるものです。

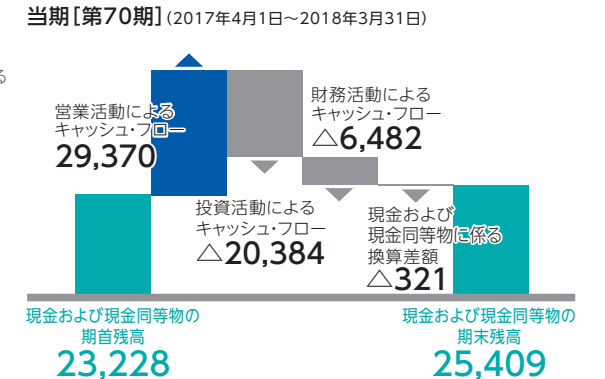
② 連結損益計算書の概要

運送費および保管費、販売促進費の増加によって、営業利益が減少しました。特別損失は、主に固定資産除売却損によるものです。

③ 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

営業活動によるキャッシュ・フローが、固定資産取得による支出等を上回ったことにより、現金および現金同等物の期末残高は増加しました。

▶ ③ 連結キャッシュ・フロー計算書の概要 (単位: 百万円)



セグメント別概要

第70期(2018年3月期)のセグメント別の事業紹介
および決算概要をお知らせします。

水産食品事業



事業内容

東洋水産グループでは、日本国内・海外から良質な「海の幸」をお届けしています。高品質な食材確保のため、北米・アジア圏を中心に技術者を派遣し、現地での仕入れから高度な加工まで、一貫した技術指導・品質管理を行っています。徹底した衛生管理のもとで加工した商品は、量販店の水産売場をはじめ、コンビニエンスストアのおにぎり・弁当等の具材や惣菜専門店、ホテル等の身近な食材に幅広く使用されています。

▶ 売上高 **32,021** 百万円
(前期比 1.9%増)

▶ 営業利益 **288** 百万円
(前期比 51.4%増)

▶ 2017年度の振り返り

漁獲量減少や国内市場の競争激化に伴い、環境が厳しさを増す中、各取引先への営業強化と仕入れ政策の見直しに取り組みました。さらに、商品力のある魚卵、鮭鱒製品を中心に販売が好調に推移したことにより、増収となりました。利益面では、原材料価格が高騰する中、適正価格での販売に努めたことにより増益となりました。

▶ 今後の取り組み

お客さまのニーズに対応した、きめ細かな商品開発(差別化・高付加価値)と販売強化策を講じるとともに、品質面に優れた競争力のある仕入れと販売を行い、収益性の向上を目指します。

海外即席麺事業



事業内容

1972年にアメリカ現地法人マルチャンインクを設立し、日本からの即席麺の輸出・販売を開始しました。1977年から現地にて生産を開始し、現在ではアメリカに4ヶ所の製造拠点を構え、中南米にまで広く商品を提供しています。メキシコでは1989年より事業を開始し、現在では「マルチャン」は国民食といえるほど広く普及しました。また、新たな中南米の拠点として2017年にマルチャン・ド・ブラジルを設立しました。

▶ 売上高(円ベース) **73,048** 百万円 (前期比 0.0%増)

▶ 営業利益(円ベース) **9,976** 百万円 (前期比 15.5%減)

▶ 売上高(ドルベース) **688** 百万ドル (前期比 5.6%増)

▶ 営業利益(ドルベース) **94** 百万ドル (前期比 10.8%減)

▶ 2017年度の振り返り

米国では、各取引先との取り組み強化として、大陳企画、クーポン企画等を積極的に実施したことにより増収となりました。メキシコでは、問屋ルートを受注が順調に進んだことや大手量販店における特売実施により増収となりました。現地通貨ベースでは増収でしたが、円高の影響により、円ベースではほぼ横ばいの売上高となりました。利益面では、人件費や運賃の増加等により減益となりました。

▶ 今後の取り組み

アメリカ、メキシコを中心として主要顧客層に向けた販促活動を継続しつつ、ホームページ、ソーシャルメディアを利用したマーケティング強化でさらなる売上増を図ります。また、ブラジルでの事業展開を進め、マルチャンブランドの認知度向上を図ります。

国内即席麺事業



事業内容

即席麺事業は、1961年よりお客さまに様々なおいしさと価値をお届けしてきました。「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」「麺づくり」「ワンタン」等のロングセラー商品の他、2011年発売の「マルちゃん正麺」、2015年発売の「マルちゃん正麺カップ」は、即席麺の新たなスタンダード構築に貢献しました。2017年3月に発売した「MARUCHAN QTTA」は育成ブランドとして、引き続き、新しい価値を提供し続けていきます。

▶ 売上高 **129,008** 百万円
(前期比 2.3%増)

▶ 営業利益 **8,311** 百万円
(前期比 17.3%減)

▶ 2017年度の振り返り

カップ麺では、「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」「ごつ盛り」および発売25周年を機にリニューアルを実施した「麺づくり」等が好調に推移するとともに、「MARUCHAN QTTA」も順調に推移し、増収となりました。袋麺では市場全体が厳しい環境の中、「マルちゃん正麺」シリーズでは新フレーバーの発売や消費者キャンペーンの実施等需要喚起に努めましたが、減収となりました。利益面では、宣伝費や減価償却費の増加等により減益となりました。

▶ 今後の取り組み

ロングセラー商品の弛まぬ改善、新たな食文化の創造、カテゴリー別・エリア別戦略の実行により、さらなる市場拡大を目指し、今までにない感動の実現にチャレンジしていきます。

セグメント別概要

低温食品事業



事業内容

生麺は、おいしさや経済性、素材としての使い勝手の良さから、ご家庭の食卓に定着しました。その中で、東洋水産の商品は日本中の食卓でおなじみの味となり、「マルちゃん焼そば 3人前」をはじめとし、生ラーメン・冷生ラーメン・うどん等多数の商品が定番となりました。チルド商品ではシュウマイ・餃子・ワンタン等を揃え、冷凍食品では業務用および市販用商品を展開しています。

▶ 売上高 **68,626**百万円
(前期比1.6%増)

▶ 営業利益 **5,271**百万円
(前期比6.6%増)

▶ 2017年度の振り返り

生麺では「マルちゃん焼そば 3人前」シリーズは前年並みとなりましたが、2食入り焼そば「マルちゃん焼そば 極み太麺」シリーズが順調に推移した他、2食入り生ラーメンの新商品「コクの一滴」シリーズの導入も進み、増収となりました。チルド食品では「マルちゃん焼そばシュウマイ」等が好調に推移しました。冷凍食品では、「ライスバーガー」や「珍々亭 油そば」が好調に推移し、増収となりました。利益面では、売上の伸長による利益の増加や製造コストの圧縮等により増益となりました。

▶ 今後の取り組み

時短ニーズや健康志向を意識しつつ、おいしさを追求した商品の投入等で商品認知度向上を図っていき、既存品では新しい食の提案を通じて、新規市場を創出していきます。

加工食品事業



事業内容

1956年の魚肉ハム・ソーセージの生産により加工食品事業を開始しました。1975年より参入した米飯事業では、無菌米飯「あったかごはん」や、「ふっくら赤飯」等バラエティ豊かな商品を揃えています。即席麺の具材から開発が始まったフリーズドライ商品では、素材の特長を生かしたスープ類を多数ラインアップしています。この他、だしの素・チャーハンの素といった調味料類等、幅広く商品展開をしています。

▶ 売上高 **21,329**百万円
(前期比0.8%減)

▶ 営業利益 **133**百万円
(前期比81.6%減)

▶ 2017年度の振り返り

米飯では「玄米ごはん」等のレトルト米飯が好調に推移しましたが、製造工場における生産能力の増強が完了するまでの安定供給のために、一時的な販売調整を実施した影響により、減収となりました。フリーズドライ商品では新規導入店舗の拡大、新商品の発売により増収となりました。利益面では、新工場稼働に伴う減価償却費等の増加により減益となりました。

▶ 今後の取り組み

既存商品の販売面・製品内容面での見直しを行い、拡大を続ける「健康系商品」への積極的な展開や「簡便・時短・個食」といった消費者のニーズに応えられる商品政策を進めていきます。

冷蔵事業



事業内容

冷蔵事業では、国内外の様々な食品を冷凍・冷蔵の適切な温度で保管・配送等を行う、物流サービスを提供しています。お客さまが「安全・安心な冷蔵倉庫サービス」をご利用できるように、最新の保管・入出庫設備を備えた冷蔵倉庫を全国に展開しています。また、地球環境への負荷が少ない機械・設備の導入を進めることで、持続可能な社会の実現に努めています。

▶ 売上高 **17,656**百万円
(前期比4.6%増)

▶ 営業利益 **2,034**百万円
(前期比20.6%増)

▶ 2017年度の振り返り

積極的に新規顧客の獲得を進めるとともに、既存顧客との取り組み強化にも努め、さらに、運送・通関サービスの強化も図ったことにより、増収となりました。利益面では、運賃や保管料等が増加しましたが、業務効率化による経費削減が寄与し、増益となりました。

▶ 今後の取り組み

積極的な営業活動を各地区で展開し、保管能力の向上や配送等の流通機能充実にも取り組むことにより収益力強化を狙います。また、環境への配慮として引き続き自然冷媒への更新を段階的に行っていきます。

その他事業

(主に弁当・惣菜事業)

▶ 売上高 **47,106**百万円
(前期比1.8%増)

▶ 営業利益 **1,173**百万円
(前期比10.8%増)

▶ 2017年度の振り返り

各取引先との取り組みが好調に推移したこと等により増収となりました。経費の増加はありましたが、売上の伸長により増益となりました。

▶ 今後の取り組み

弁当・惣菜事業をはじめ、各グループ会社の継続的な強化と、グループシナジーを意識した取り組みを進めます。

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月
基準日	期末配当は3月31日 中間配当を行う場合は9月30日
公告方法	電子公告 ただし電子公告できない場合は、 日本経済新聞に掲載いたします。 アドレス https://www.maruchan.co.jp/
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先 (電話照会先)	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-782-031 (フリーダイヤル) 取次事務は、三井住友信託銀行株式会社の 本店および全国各支店で行っております。
単元株式数	100株
上場証券取引所	東京証券取引所 (市場第一部)

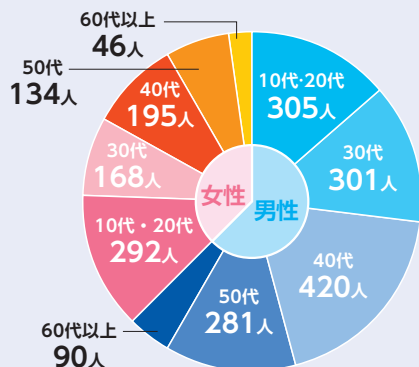
東洋水産グループでは、ウェブサイト内にIR専用サイトを設けています。決算説明会資料をはじめ、有価証券報告書、アニュアルレポートなどをご覧ください。

<https://www.maruchan.co.jp/ir/>



従業員データ(2018年3月31日現在) 東洋水産(株)単体

●従業員構成比
(男性:1,397人 女性:835人 合計:2,232人)



●平均年齢/勤続年数

性別	平均年齢	勤続年数
男性	41.3歳	17.5年
女性	38.0歳	9.9年
全体	40.1歳	14.7年

●育児/介護休業取得者数 (2017年度の新規取得者)

性別	取得者数
男性	1人/なし
女性	26人/1人
合計	27人/1人

●課長職以上に占める女性

項目	数値
人数	13人
比率	4.9%

●新卒採用者数 (2017年4月入社)

性別	採用者数
男性	32人
女性	31人
合計	63人

●障がい者雇用

項目	数値
人数	53人
比率	2.15%