TOYO SUISAN

東洋水産グループ
コミュニケーションレポート
2019

第71期［2018年4月～2019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 2019

Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

編集方針

東洋水産グループは、2015年度より幅広いステークホルダーの方々に、東洋水産グループをより深く知っていただくため、「コミュニケーションレポート」を発行しています。本誌では、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。」の実現に向けた事業活動の内容を「5つの笑顔」を中心に構成し、具体的な事例と併せて分かりやすくご紹介することを目指しています。持続的な成長に向けた様々な取り組みを、ステークホルダーの方々にご理解いただければ幸いです。

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。また、「コミュニケーションレポート」は、バックナンバーを含め、当社のホームページからダウンロードできるPDFファイルを用意しています。必要に応じご活用ください。

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

報告対象期間

2018年4月1日～2019年3月31日
※一部2019年4月以降の活動も含みます。

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

2019年6月(前回発行:2018年6月)

会社概要

(2019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)	4,732人
売上高(連結)	401,064百万円(2019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ヶ所、冷凍冷蔵庫 15ヶ所、 支店・営業所 28ヶ所
グループ会社	32社(海外10社含む)

表紙の写真は、相模工場で、七沢希望の丘初等学校の児童を招き、実施した「工場見学学習会」の様子(2019年1月に実施した社内フォトコンテストの応募作品)
5種の色は「5つの笑顔」それぞれのイメージカラー

目次

01 編集方針・会社概要
02 目次
03-04 Top message
05-06 特集 新たな総合研究所が始動
07-08 お客さまに笑顔
09-10 社会に笑顔
11-14 次世代に笑顔
15-18 地球に笑顔
19-20 社員に笑顔
21-22 コーポレート・ガバナンス
23-24 決算ハイライト
25-30 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、『「**やる気と誠意**」をもって事にあたり、「**公明正大**」であること』を**社是**とし、「**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、すべてのステークホルダーの皆さまに笑顔をお届けしたいと考えています。

事業活動を通じた社会課題の解決により、社会や環境と共存し、「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活動に励みます。

「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。

新３ヵ年中期経営計画では、SDGsを強く意識し、
経済価値だけではなく、気温上昇への商品対応や、
流通、家庭内での食品ロス削減への対応、
環境へ配慮した企業活動などを進めてまいります。
社会的価値、環境価値を向上させる「新たなる食文化の創造」に
向け、健康経営を実践し、社員一人ひとりが健康を保ち、
笑顔で、主役となるよう取り組んでまいります。

代表取締役社長
今村 将也

東洋水産グループは、2019年度から2021年度の新３ヵ年中期経営計画をスタートさせました。

現在進めている投資を確実に成果につなげ、「稼ぐ力」にこだわるとともに、更には環境変化を見据え、新たな成長機会を掴むことにチャレンジし、将来の持続的かつ安定した成長につなげてまいります。

「需要を引き出す新たな価値創造」「海外展開の深化」「経営基盤の強化」を３つの基本方針として、各事業での取り組みを推進し、最終年度売上高4,500億円、営業利益315億円の達成を目指します。

また、これまで以上に「５つの笑顔」を「輝く５つの笑顔」にすること、その具現化に向けた様々な取り組みを進めてまいります。特に、健康寿命延伸への貢献として、「健康価値」の高い商品の提供、「健康経営」の推進、社会全体への健康増進意識の働きかけなど、「健康」を軸にした企業価値向上に更に積極的に取り組みます。

中期経営計画の概要

これまでの歩み	新3ヵ年中期経営計画（2019年度－2021年度）		将来（2022年度以降）
次の成長に向けて 経営基盤を着実に強化	現在進めている投資を 確実に成果につなげる	環境変化を見据え 新たな成長機会を掴む	5つの笑顔の実現により、社会からの期待、信頼に応える
	売上高 4,500億円 営業利益 315億円		「更なる進化」に向けて、持続可能な社会づくり、健康寿命延伸への貢献

2019年度－2021年度　新3カ年中期経営計画の基本戦略

1. 需要を引き出す新たな価値創造
2. 海外展開の深化
3. 経営基盤の強化

「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、国連にて採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の考え方と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。

2018年9月

新たな総合研究所が始動

2018年9月より、東洋水産グループの持続的発展に向けた知と技術の融合の場として、新たな総合研究所が、群馬県館林市にて始動しました。東洋水産グループの多様な人材の知恵や経験、そして技術を結集し、進化と感動のある新たなる食文化創造に取り組みます。

smile Point 1

社会課題の解決と安全・安心な商品の提供

研究開発・品質保証体制の充実を進め、新たな価値の創造、社会課題の解決に向けた新技術や素材の研究へのチャレンジ、新しいものを創りだす無限の可能性や、品質保証体制の強化に積極的に取り組みます。

商品開発の様子

smile Point 2

多様性の尊重と人材育成

多様な人材が持つ様々な魅力や能力を最大限に活かすため、それぞれの個性を尊重し、創造力を刺激する空間、コミュニケーションが高まる仕組みを取り入れています。また、持続的な発展を遂げるための人材の育成にも積極的に取り組んでいます。

円滑なコミュニケーションのためのマグネットエリア

昼食をとったり、打ち合わせなどに使えるスペースとしてマグネットエリアを設けてあります。マグネット（磁石）に引きよせられるように「オフィス内の人々が自然に集まるスペース」となっています。

総合研究所の一部紹介

A 海と空をイメージしたコーポレートカラーの壁がポイントのエントランスホール

B 断熱性の高い大型の窓を採用し、景観と省エネルギーの対策を両立

C 環境へ配慮し、省エネルギーの対策となるよう建物全体の設備を工夫

Smile Point 3

「協創」による開発

関東工場と隣接していることを活かし、工場との「協創」により酷暑への対応等、環境変化を見据えた商品開発のための技術革新を進めてまいります。

関東工場と連携した新商品の開発

「マルちゃん正麺 カップ 湯切りシリーズ」新発売

総合研究所と関東工場の協創により、特許製法「生麺ゆでてうまいまま製法」を用い、技術革新とも言える、生麺のようになめらかで、もちもちとした食感の「湯切りシリーズ専用麺」の開発、生産に成功しました。さらに、それに続く商品の開発を進めています。

マルちゃん正麺　カップ
焼そば

マルちゃん正麺　カップ
汁なし担担麺

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

マルちゃんの健康を
キーワードとした商品合計
57商品
(2019年6月現在)

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。

新たな価値ある商品を展開

お客さまの健康に配慮した商品や、社会ニーズや社会課題を踏まえた商品の展開をすべての温度帯で行うなど、お客さまが食生活で笑顔になる商品の開発、販売をしています。

おいしさと健康をお届け

少子高齢化を背景とした健康志向の高まりに応え、商品を通じておいしさに加え、健康寿命の延伸などお客さまの健康に貢献することを目指して、減塩商品・機能性表示食品・低糖質商品などを発売しています。

減塩商品

昔ながらの冷し中華
しょうゆだれ

4本入りソーセージ
減塩

うまいつゆ 塩分オフ
きつねうどん

うまいつゆ 塩分オフ
天ぷらそば

機能性表示食品

玄米と麦の
ぞうすい
ひじき入り

玄米と麦の
ぞうすい
まめ入り

低糖質商品

糖質カット冷し中華
コク醤油だれ
2人前

業務用
糖質カットめん
冷凍ラーメン
(調理イメージ)

雑穀米商品

麦ごはん

玄米ごはん

社会ニーズにあった商品の充実

時短・簡便・個食など社会課題を見据えた商品を今後も充実させていきます。特にニーズの高まりが見られるフリーズドライ・米飯商品については、2018年より生産能力を増強する新たな製造工場が稼働しています。そして「酷暑」ともいえる昨今の夏場の気温上昇への対応として、汁なしタイプの麺商品の充実や、火を使わない調理の提案をしていきます。また、「食品ロス削減」への対応として、賞味期限の延長や常備食材の食べきりメニューの提案などを実施していきます。

マルちゃん正麺
カップ　焼そば

つるやか
ざるそば　2食入

レンジで麺上手
稲庭風細うどん
2食入

パリパリ無限
キャベツのもと
1食入

あったかごはん

沖縄産
もずくスープ　5P

安全で安心な商品の提供

すべてのお客さまに安全・安心で品質の高い商品をお届けできるよう、厳しい品質保証体制を構築し、継続的な改善に努めています。

品質保証体制のさらなる強化・食品安全マネジメントシステムの取得に向けた取り組み

食品防御、グローバルフードセーフティ、HACCP制度化などに対応するべく、品質監査プロセスの継続的な改善を進めています。また、複数の工場で食品安全マネジメントシステムの国際規格であるFSSC22000認証を取得し、今後も取得の拡大を目指します。

※FSSC22000は、食の安全に取り組む国際的な食品業界ネットワークであるGFSI (Global Food Safety Initiative)に承認されたグローバルスタンダードとして位置づけられています。

2018年度にFSSC22000を取得した関西工場

お客さまに安全で安心な商品をお届けすることが、最も重要な使命です

原材料の品質保証を担当しており、原材料製造工場と衛生管理などの観点から課題を共有し、解決策を実施しています。お客さまに安全で安心な商品をお届けするために、今後も原材料の安全性向上に努めます。

SMILE VOICE

品質保証部
岩腰 翔太

社会に笑顔

地域に根ざした
社会貢献活動への取り組み

2018年度の
工場での見学会の
実施回数
約180回

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、持続可能な社会の実現と社会の笑顔に貢献します。

地域社会への貢献活動

全国各地のお祭りや各種のイベントへの参加 、協賛、関連商品の製造、販売をすることで各地の観光や産業の活性化へのお手伝いをしています。また、工場や販売拠点に近い地方自治体とパートナーシップ協定や災害時の物資協定を結ぶことで地域の方が笑顔になるための貢献、地域とのつながりを大切にしています。

地域の方を対象とした工場見学会の実施

東洋水産グループの工場では、工場見学を受け入れています。2018年度は、全国で約6,700人の方が見学に訪れました。

信太山クロスカントリー大会への協賛

▶関西事業部・CSR広報部

第66回信太山クロスカントリー大会in大阪和泉へ協賛しました。大会ではキッチンカー「マルちゃん正麺GO！」を出展し、大会参加者や応援者に向けて、マルちゃん正麺の試食を行いました。本格的な麺と温かいスープに多くの方が笑顔になっていました。

「マルちゃん正麺GO！」による試食提供

地域に密着した活動に積極的に参加します

第66回信太山クロスカントリー大会 in 大阪和泉に、マルちゃん正麺の試食提供スタッフとして参加しました。会場は、参加者とその応援者で賑わっており、「マルちゃん正麺GO！」のブースへも多くの方に訪れていただきました。試食を楽しみに待つ様子が大変印象的で、皆さまに温かい一杯を提供することにより笑顔を届けることができました。

SMILE VOICE

CSR広報部
織田 直弥

地方自治体との協定

関東工場の所在地である群馬県館林市や埼玉工場の所在地である埼玉県と日高市、本社所在地の東京都および近隣の神奈川県と「災害時の物資の供給に関する協定」を締結しています。また、北海道事業部では、所在地である小樽市と「災害時の物資の供給に関する協定」を含めた「包括的パートナーシップ協定」を締結するなど、市民の皆さまが身近に感じられる企業でありたいと考えています。

2018年度の小樽市での食育イベント

持続可能な原料の調達

生物資源やそれを育む生態系に配慮し、持続可能な原料調達への取り組みを行っています。また、グローバル化した原料調達に伴う国際的な社会課題についても取り組みを進めていきます。

持続可能な水産資源の調達について

水産資源保全と海洋環境保全を目的として漁業管理されたMSC認証原料・ASC認証原料を取り扱っています。2006年に日本で最初にイクラ・筋子商品においてMSC-Coc認証を取得した後、鮭や辛子明太子へ魚種認証を広げています。現在は養殖漁業管理であるASC認証を一部の魚種で取得し、新たにエビ商品への拡大も検討しています。

※MSCとはMarine Stewardship Council：海洋管理協議会の略で、持続可能な天然魚漁業の認証を行っている機関です。ASCとはAquaculture Stewardship Council：水産養殖管理協議会の略で養殖魚漁業の認証を行っている機関です。

認証パーム油の取り組みについて

即席麺の原材料のパーム油について、2016年に米国のマルチャンインクが、RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）に加盟していましたが、2019年1月に東洋水産グループとして加盟し、グループ全体で取り組める体制となりました。マルチャンインクでは2020年末までに認証パーム油に切り替えることを目標にしています。今後も原産国における自然環境や人権問題に配慮した認証パーム油の調達に向けて取り組みます。

パーム油の原料となるアブラヤシの実

次世代に笑顔

食育講座
参加者数累計
約7,350人

子どもたちの笑顔のために、
健やかな成長をサポート

食を通じて子どもたちの心と体の健やかな成長を
サポートし、子どもたちの明るい笑顔を守ります。

出張授業や工場見学を通じた食育活動の実施

全国各地で出張授業や工場見学を通じて身近な食品についての知識と食文化を伝えるための活動や、東洋水産グループの事業を地域の皆さまに知っていただくための活動を行っています。

冷蔵倉庫見学会の実施

2015年度より行っている川崎市にある東扇島第一冷蔵庫での夏休みの親子冷蔵倉庫見学会をはじめ、湘南東洋(株)、スルガ東洋(株)、福岡アイランドシティ物流センターといった全国にある東洋水産グループの一部の大型冷蔵倉庫では見学会を開催しています。見学会では、子どもたちの科学的、社会的関心が高まるよう、倉庫内での実験や冷蔵倉庫の役割の紹介などを行っています。

2017年度より実施している
福岡アイランドシティ物流センターでの見学会

参加者の驚きと笑顔が印象的でした

SMILE VOICE

福岡アイランドシティ物流センターでの春休み親子冷蔵庫見学会にスタッフの一員として参加しました。参加者に楽しんでいただけるのか不安でしたが「すごい」「また来たい」などの声を頂戴することができました。今回の見学会を通して東洋水産グループの冷蔵事業を少しでも知っていただけたと思います。

九州事業部 福岡冷蔵部
左より 山下 誠・太田 幸一

フリーズドライスープをテーマにした食育活動

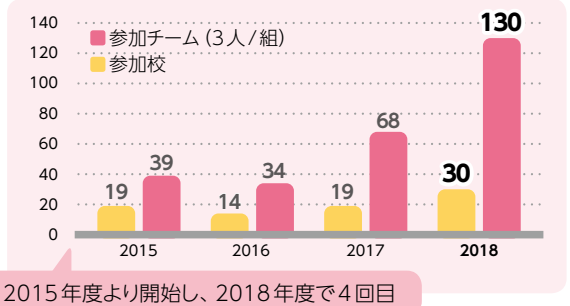
2015年度から青森県八戸市の小学校高学年を対象にフリーズドライスープをテーマにした出張講座を実施しています。2018年度は6校で計515人が参加しました。講座では、映像を使ったフリーズドライたまごスープができるまでのヴァーチャル工場見学を行った後、オリジナルスープをつくってもらい、工場でフリーズドライ化して本人へ渡しています。また、東北地区の高校生を対象に、地域の特色を生かしたスープメニューの商品アイデアコンテスト「スマイル“フード”プロジェクトin東北」も実施しています。

商品化した優勝作品

2015年度　2016年度　2017年度　2018年度〔予定〕

2018年度「スマイル“フード”プロジェクトin東北」決勝大会

▶「スマイル“フード”プロジェクト in 東北」参加数の推移



2015年度より開始し、2018年度で4回目

小学校でのみそづくり体験出張授業

みそづくり体験出張授業

（株）シマヤでは、社員が「みそ博士」となって、小学校、中学校、保育所、総合支援学校などに出向き、蒸した大豆をすりつぶすところから、桶に入れて仕込むところまで、一緒に行い、その後熟成したみそを学校に届ける体験型の出張授業を行っています。みそに親しみ、みそ文化の次代への継承と子どもたちの食育を目的として、2011年度の開始からの8年間で、のべ13,000人以上の子どもたちが参加しています。2018年度は69回、2,457人が参加しました。

「だしの秘密」講座の実施

日本の伝統的な食文化である、だしについて、試飲を交えながら紹介する「だしの秘密」と題した食育講座を全国で行っています。関西地域ではじめてとなる奈良県の橿原市立こども科学館「サイエンスフェスティバル」での実施では、50人の子どもが参加しました。

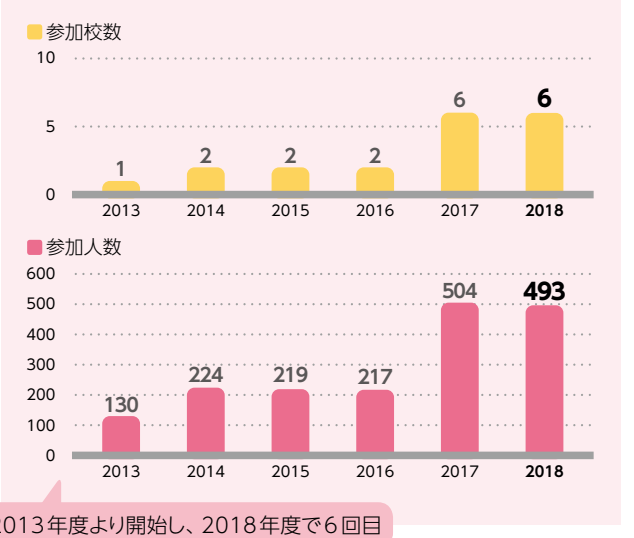
出張授業と工場見学学習会

相模工場では、地域に根付いた企業として、所在地である伊勢原市周辺の小学校を対象に「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。2018年度は、工場見学に4校308人、出張授業に2校185人が参加しました。

「こどもラーメン道場」の実施

北海道事業部では、札幌市生涯学習センター「ちえりあ」との共同開催による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～マルちゃんで手打ちめんにチャレンジ～」を実施しています。4回目となる2018年度は9組20人の親子が参加しました。

▶「出張授業と工場見学学習会」参加数の推移（相模工場）



2013年度より開始し、2018年度で6回目

生徒の企業訪問の受け入れ

キャリア教育の一環として修学旅行や課外活動で本社ビルを訪れる生徒を受け入れています。来社した生徒には、試食を交え、会社の歴史や事業の紹介と、だしの地域性についての食育プログラムやオリジナルカップ麺づくりなどを行っています。

子どもへのスポーツ支援活動

東洋水産グループは、全日本柔道連盟のオフィシャルサプライヤーとして、日本柔道界の発展の支援を行っています。本社ビルには武道場があり、東洋水産の柔道部や剣道部に所属する社員が、毎年夏休みに近隣の子どもたちを対象とした柔道・剣道教室を開催しています。また、2010年よりメキシコでも少年柔道大会を主催・協賛するなど、様々なスポーツ支援活動を通じた健全な心身の育成への支援を行っています。

少年柔道大会の主催・協賛

1986年から、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。全国7地区で開催されている大会には、年間でおよそ1,500チーム、10,000人の子どもたちが参加しています。これまでの大会の参加選手の中からは、国際大会などで活躍する選手が何人も誕生しています。また、海外でも子ども柔道大会や剣道大会への協賛を行っています。メキシコで商品の販売を行っているマルチャン デ メヒコでは、日本文化の普及もかねて少年柔道大会や剣道大会の主催・協賛を行っています。2018年度の大会では柔道大会に46人、剣道大会に100人が参加しました。

マルちゃん杯少年柔道大会

マルチャン杯　柔道大会　子どもの部(メキシコ)

地球に笑顔

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。

産業廃棄物の再資源化率 99.99%

グループ全体で環境負荷低減に向けた取り組みを推進し、豊かな地球環境と未来の笑顔を守ります。

廃棄物の排出量削減への取り組み

環境負荷の低減に向け、生産活動だけではなく、資材調達や物流でも廃棄物の削減に継続的に取り組んでいます。工場では発生した食品残渣の肥料化や飼料化、冷蔵庫では使用済みの包材の有価物化を進めています。

肥料化による廃棄物の削減 ▶埼玉工場

2005年3月より排水汚泥を処理することで乾燥菌体肥料を生産、肥料登録し、肥料会社へ販売しています。汚泥供給方法や乾燥方法を改善し、2018年は過去最大の生産量となり、2005年から2018年までに約900tを生産しています。

埼玉工場での肥料化

包材（ダンボール箱など）の仕様変更による資材使用量の削減

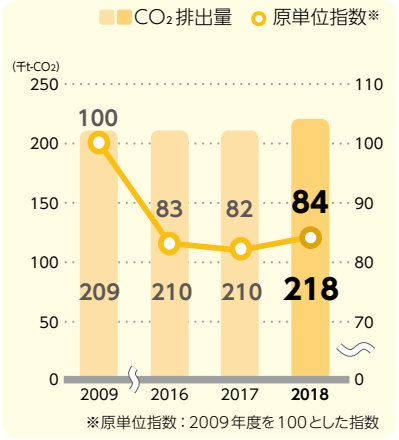
包材の形状、サイズ、材質を見直す取り組みを適宜検討・実施しています。工場でのラインテストなどの検証を実施し、安全性、機械適性などを確認した上で、包材の厚みを調整するなど省資源化に向けた取り組みを行い、資材使用量の削減につなげています。例えば、段ボール箱について、形状を変更することで、製函した際の状態を安定化しつつ、古紙（段ボール箱の原料）の使用量を低減した仕様への変更を実現しました。

ビオトープの取り組み

関東工場では、環境への取り組みの一環として地域の生物多様性の保全を目的とした「ビオトープ」を設けています。地元館林を流れる谷田川に近い環境が保たれているとのことから群馬大学の石川真一教授のご指導のもと、自生している絶滅危惧種の「マツカサススキ」の他、同じく絶滅危惧種の「チョウジソウ」「フジバカマ」の苗をお預かりし、大切に育てています。

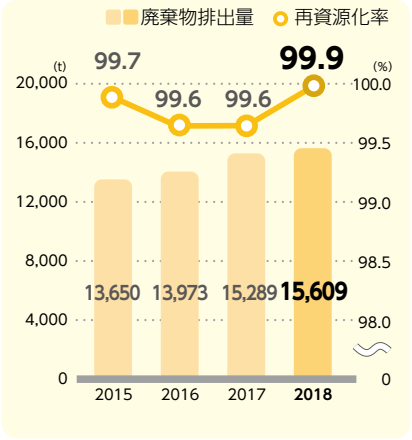
環境負荷データの推移（国内グループ事業所）

▶ CO_2排出量と売上高原単位



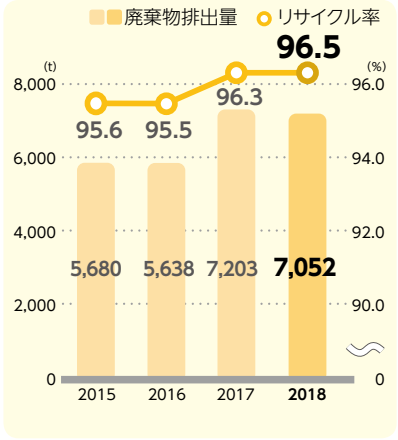
昨年度の排出量はグループ会社における生産増や工場部門でのフロン漏洩増加などに伴い増加し、原単位も上昇しました。

▶ 産業廃棄物排出量と再資源化率



昨年度の排出量はグループ会社工場における生産増により増加しましたが、再資源化率は処分方法を変更し、向上しました。

▶ 食品廃棄物の排出量とリサイクル率
（東洋水産（株）単体）



工場での製造トラブル削減に取り組み、排出量は昨年度より減少し、リサイクル率は法令に基づく目標値95%以上を継続しています。

CO_2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CO_2排出原単位（0.351kg -CO_2/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

地球に笑顔

環境負荷データ（グループ全体）

国内

INPUT

生産工場

- エネルギー 3,388 TJ
  - 電力 166,563 千kWh
  - 都市ガス 32,522 千m³
  - A重油 2,248 kℓ
  - 蒸気 56,382 GJ
- 原材料調達
  - 原材料 38万t
  - 包装資材 7 万t
- 補充冷媒量 2,050 kg
- 水資源量 5,097 千m³

物流※

- エネルギー 394 TJ
  （総輸送量） 171.3百万トンキロ

オフィス

- エネルギー 60 TJ
  - 電力 3,524 千kWh
  - 都市ガス 139 千m³
  - ガソリン 383 kℓ
  - A重油 140 kℓ
- 補充冷媒量 6 kg
- 水資源量 21 千m³

OUTPUT

生産工場

- CO_2排出量 153 千t
  - NOx排出量 44 t
  - SOx排出量 10 t
- 産業廃棄物排出量 15,252 t
  （うち最終処分量） 0 t
- 排水量 3,631 千m³

物流※

- CO_2排出量 27 千t

オフィス

- CO_2排出量 3 千t
- 産業廃棄物排出量 211 t
  （うち最終処分量） 0 t
- 排水量 21 千m³

※ 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

❶ 自然冷媒冷却設備への入れ替え

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・CO_2）への切り替えを進めています。自然冷媒冷却設備に入れ替えた埼北東洋（株）では、他にも使用電力を抑えるための取り組みを進め、4月−12月算出で使用電力量1,061千kwhを削減しました。（前年比63.7%）

❷ 輸送における環境負荷の低減への取り組み

輸送におけるCO_2ガス排出量低減のために、モーダルシフトの推進や個建配送から車建配送（チャーター便）への変更に取り組んでいます。チャーター便の積載を上げることにより効率よく商品を輸送することで環境負荷の低減を図ることができます。

海外

INPUT

冷蔵庫	国内事業所 合計	海外事業所
エネルギー 915 TJ • 電力 93,510 千kWh 補充冷媒量 647 kg 水資源量 222 千m³	エネルギー 4,757 TJ 補充冷媒量 2,703 kg 水資源量 5,340 千m³	エネルギー 2,103 TJ • 電力 68,327 千kWh • 天然ガス 32,677 千m³ • 軽油 4 kℓ 原材料調達 • 原材料 40万t • 包装資材 5 万t 水資源量 797 千m³
庫腹約 60万t		生産量 30万t 北中米 中国 インド

OUTPUT

冷蔵庫	国内事業所 合計	海外事業所
CO_2排出量 35 千t 産業廃棄物排出量 146 t (うち最終処分量) 1 t 排水量 95 千m³	CO_2排出量 218 千t 産業廃棄物排出量 15,609 t (うち最終処分量) 1 t 排水量 3,747 千m³	CO_2排出量 103 千t 廃棄物排出量 19,953 t (うち最終処分量) 11,110 t 排水量 501 千m³

❸ 稚魚の放流 ▸田子工場

田子工場では、1996年より水産資源の保護や地域の活性化を目的に、カサゴなどの稚魚放流活動を行っています。2019年5月には21回目となる放流活動を実施し、13,000匹の稚魚を放流しました。

❹ 海外即席麺事業での環境負荷低減への取り組み ▸マルチャンインク

国内の工場だけでなく、海外の即席麺事業の各工場でも、照明のLED化による電力使用量の削減や外装プラスチック包材やカートンに使用する資材の消費量の削減、資材の梱包材のリサイクルなどを行い、環境負荷の低減につながる活動を行っています。また、一部の工場では、工場周辺や職場環境の向上を目的とした活動を実施しています。

社員に笑顔

2018年度運動会
参加者数（OB・OG含む）
約1,600人

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
企業グループを目指します。

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。

安全衛生委員会の活動

▸安全衛生委員会

東洋水産グループの一定規模以上の事業所では、安全衛生委員会を設置し、人材派遣会社など外部からの人材も含めた全員参画で働きやすい職場づくりに向けた取り組みを行っています。また、内科と精神科の専門医を各１名ずつ当社の産業医に専任して、健診結果などを元に従業員からの相談に応じる体制を整えるとともに、会社を通すことなく自分の都合に合わせて、電話や面談でカウンセリングを受けられる窓口を設け、従業員の心身の健康維持・向上に努めています。

健康経営への取り組み

▸東洋水産健康保険組合

東洋水産健康保険組合では、産業医や保健師の協力のもと東洋水産グループの各事業所の健康管理体制づくりの支援をしています。2018年 度 は、3事業所（北海道事業部・八戸東洋（株）・（株）シマヤ）に対し支援活動を行い、（株）シマヤは経済産業省と日本健康会議が共同で、優良な健康経営を実践している法人を選定する「健康経営優良法人2019～ホワイト 500～」に認定されました 。

2019
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

東洋水産健康保険組合と共同で行った
（株）シマヤでの健康セミナーの様子

さらに働きがいがあり、働きやすい職場を目指して

東洋水産グループがビジネス環境の変化に迅速かつ柔軟に対応し、企業として成長していくためには、社員一人ひとりが十分にその能力を発揮できる、働きがいがあり、働きやすい環境づくりが欠かせないと考えています。

次世代への技術の継承と更なる発展を目指して

►技術伝承学校

東洋水産グループに受け継がれている、長い年月をかけて築いてきた先人の知恵や技術について、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目的として2016年度より技術伝承学校を開始しています。2018年2月からは、関東工場に導入した技術伝承学校専用の試作機を最大限に活用し、より実践的な授業を実施しており、第一期は、約1年間の授業を終えて2019年3月に生徒24人の修了式をとり行いました。

第一期修了式の集合写真

ダイバーシティマネジメント勉強会風景

ダイバーシティの推進

多様な人材を活かし、その能力を最大限に発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげることを目指し、東洋水産グループでは、一丸となってダイバーシティの推進に取り組んでいます。ダイバーシティに関する勉強会、社内報での情報発信、パンフレットの配布などの啓蒙活動を継続させながら実施しています。

社員家族へのCSR活動

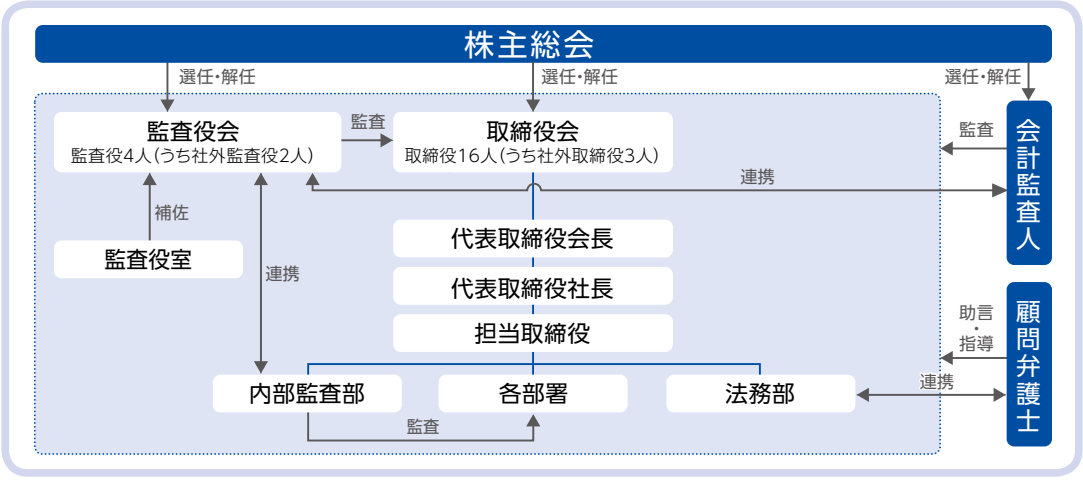
毎年10月に実施する「TSグループ大運動会」は、国内の全事業所の社員とその家族、OBが参加できるイベントとなっています。2018年度は、関東工場で実施し、全国より約1,600人が参加しました。また、北海道工場、関東工場、本社ビルなどでは、社員の家族を対象とした職場見学会を実施しています。子どもの夏休みを利用して行われた、小学生の子どもがいる社員親子を対象とした本社ビルの親子職場見学会は、親の職場の席で一緒に記念撮影をするなど、子どもに当社を身近に感じていただく良い機会となっています。

2018年度本社ビル見学会の写真

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（2019年6月27日株主総会後）**



内部通報制度の設置

法令違反や社内不正など、また、コンプライアンスに違反する行為の発生を防止また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。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、通報者に不利益がおよばない仕組みを構築しています。

コンプライアンス体制

コンプライアンスとは法令順守に限らず、社内ルール、良識・モラルといった社会倫理、道徳なども含めて守ることであり、「ステークホルダーの信用・信頼に応えること」であることを一人ひとりに浸透・実践させることが重要と考えています。

お客さま・社会から信頼される誠実な企業であり続けるために、「東洋水産グループ行動規範」を制定するとともに、さらにコンプライアンスを推進していくために、法務部が主管となってコンプライアンスマニュアルの周知・徹底や役員・全社員を対象とした全国の事業所を巡回して実施するコンプライアンス勉強会など、コンプライアンス教育に取り組んでいます。

コンプライアンス勉強会の様子

内部統制システム

取締役および社員が企業倫理や社会的責任の重要性を認識し、関連法規および各種規定を順守するために内部統制システムを構築しており、業務が適切かつ効率よく実行されるように常に見直しを行っています。また、取締役会並びに監査役は本システムを利用して効果的な取締役の職務執行の監督、監視を行っています。

リスク管理

リスク管理については、内在するリスクを把握・分析・評価した上で適切に対策を実施しており、万が一、事業活動上の重大なリスクが発生した場合を想定し、企業価値の毀損を回避するための迅速な対応を行う体制を整えています。また、監査部門は、各部門のリスク管理状況について、業務から独立した視点で監査を実施しています。

決算ハイライト

第71期決算報告

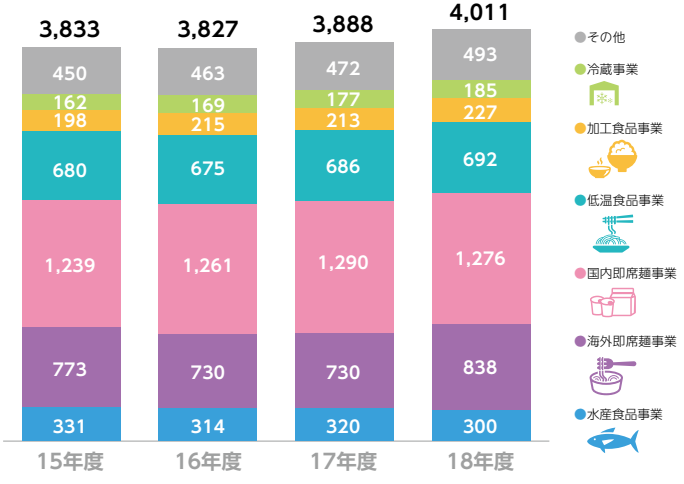
第71期（2018年度）の主要連結財務データをお知らせします。

▶ 売上高・利益の推移（単位：百万円）

	第68期 2015年度	第69期 2016年度	第70期 2017年度	第71期 2018年度	第72期 2019年度（予想）
売上高	383,276	382,678	388,797	**401,064**	420,000
営業利益	28,314	29,486	26,652	**23,661**	27,000
売上高営業利益率	7.4%	7.7%	6.9%	**5.9%**	6.4%
経常利益	29,489	31,147	28,571	**26,169**	29,500
親会社株主に帰属する当期純利益	18,363	20,837	18,431	**18,438**	21,000

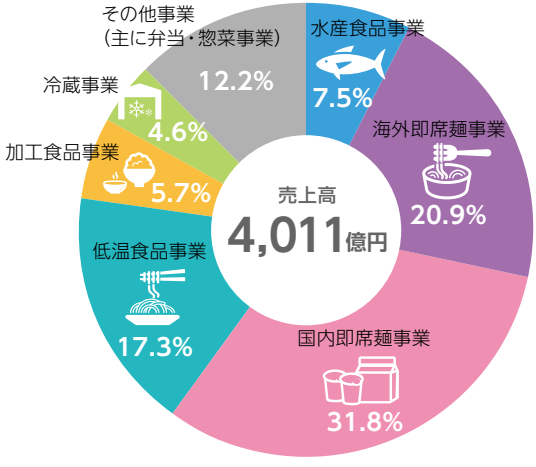
▶ 事業別の状況

売上高推移



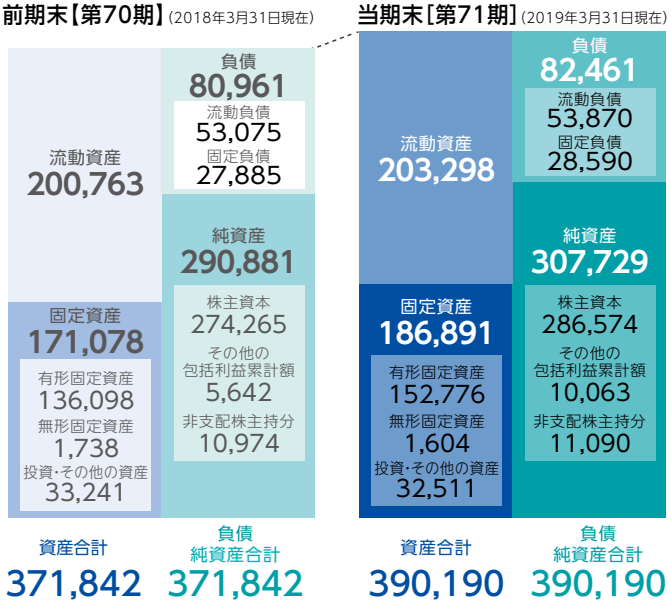
（単位:億円）

セグメント別売上高構成比（2018年度）



（注）調整額は少額のため省略

▶ ① 連結貸借対照表の概要 (単位：百万円)



❶連結貸借対照表の概要

固定資産は主に建物及び構築物と機械装置及び運搬具が増加しました。純資産の増加は主に利益剰余金と為替換算調整勘定の増加によるものです。

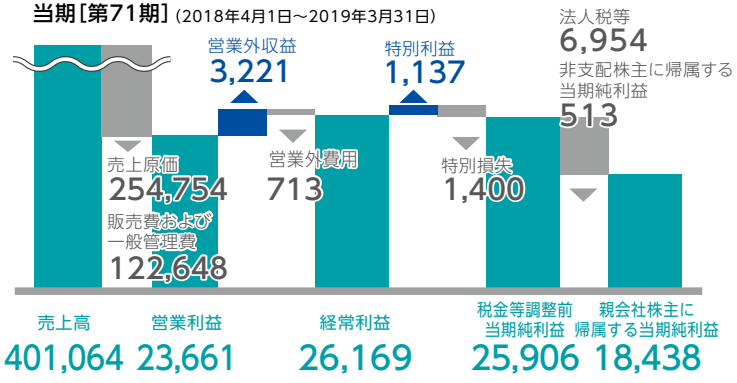
❷連結損益計算書の概要

運送費及び保管費等の増加により営業利益が減少しました。特別利益は主に投資有価証券売却益と補助金収入、特別損失は主に関係会社株式評価損によるものです。

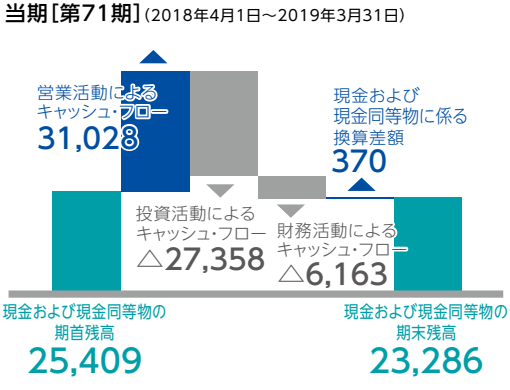
❸連結キャッシュ・フロー計算書の概要

固定資産取得による支出及び配当金の支払額等が営業活動によるキャッシュ・フローを上回ったことにより現金及び現金同等物の期末残高は減少しました。

▶ ② 連結損益計算書の概要 (単位：百万円)



▶ ③ 連結キャッシュ・フロー計算書の概要 (単位：百万円)



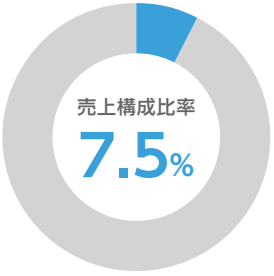
セグメント別概要

第71期（2018年度）のセグメント別の事業内容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

水産食品事業では、日本国内・海外からの良質な「海の幸」を安全・安心な商品づくりに基づきお届けしております。近年は、国内グループ会社の工場から産地や製法（ダシ・減塩等）にこだわった付加価値商品や簡単便利・健康等を意識した商品が量販店鮮魚・惣菜、コンビニエンスストア、生協、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

29,998百万円

（前期比6.3%減）

▶ 営業利益

158百万円

（前期比45.2%減）

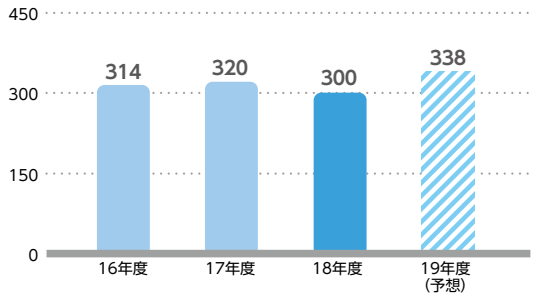
▶2018年度の振り返り

主力商品の鮭鱒等における継続的な魚価高騰や国内外の近海魚の漁獲不良による魚価高騰が見られる中、適正価格での販売に努めましたが、競争の激化もあり販売数量が減少したことにより、減収となりました。利益面では、減益となりました。

▶ 今後の取り組み

お客様のニーズと環境の変化に迅速に対応した商品開発（簡便性とおいしさの追求）の実行および当社の総合力を生かした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水産食品加工販売に集中し、売上、利益の向上を目指します。

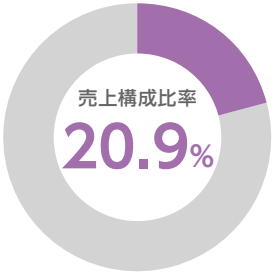
▶ 売上高の推移（単位：億円）



海外即席麺事業

事業内容

1972年に米国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、現在では米国に4ヶ所の製造拠点を構えています。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、販売に注力しています。



▶ 売上高（円ベース）

83,786百万円

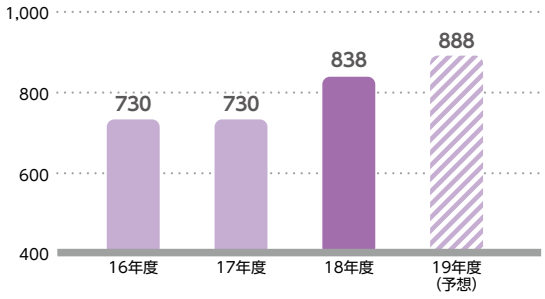
（前期比14.7%増）

▶ 営業利益（円ベース）

9,582百万円

（前期比3.9%減）

▶ 売上高の推移（単位：億円）



▶ 2018年度の振り返り

米国では店頭販促やマーケティング活動の強化により、主力商品の袋麺「Ramen」シリーズ、カップ麺「Instant Lunch」シリーズが好調に推移し、新フレーバーを積極投入した「Yakisoba」シリーズ、主力量販店で導入が増えた「Bowl」シリーズも上乗せとなり、増収となりました。メキシコでは現地通貨の為替レートが安定して推移する中、主力商品であるカップ麺が好調に推移し、増収となりました。利益面では、販売数量の増加、販促費の抑制等がありましたが、原材料費や人件費、物流費の増加により減益となりました。

▶ 今後の取り組み

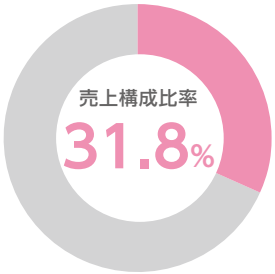
米国では主要顧客層に向けた販促活動を継続し、デジタル・体験型マーケティングを強化します。また、新製品の発売や新規顧客獲得に向けた積極的な活動を行い、売上増を図ります。メキシコではキャンペーンで消費者を刺激し、新製品のブランディングを進め販売増に努めます。また中南米では、各国の主要顧客との連携を強化し拡販していきます。

セグメント別概要

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の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創造し、提供していきます。



▶ 売上高

127,570百万円

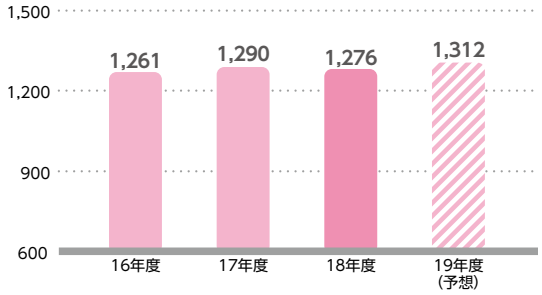
（前期比1.1%減）

▶ 営業利益

7,860百万円

（前期比5.4%減）

▶ 売上高の推移（単位：億円）



▶2018年度の振り返り

カップ麺では発売40周年記念のプロモーションを実施した「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」等の和風シリーズに加え、新商品を発売した「MARUCHAN QTTA」シリーズや「ごつ盛り」シリーズの拡販に努めた結果、ほぼ前年並みで推移しました。袋麺では「マルちゃん正麺」シリーズで新フレーバーを投入する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、物流費、原材料費等の増加により減益となりました。

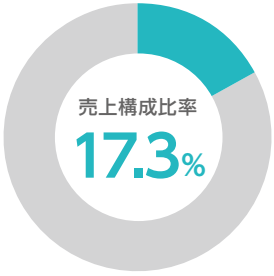
▶ 今後の取り組み

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

低温食品事業

事業内容

「おいしさの訴求（品質重視）」をテーマに、生麺・冷凍麺ならではの本格感を発信し、簡便性や健康ニーズに対しても品質を基本に取り組んでいます。時短・簡便ニーズに対応した「つるやか」シリーズは、販売エリアの拡大および品揃えの充実でシェア拡大を狙っていきます。新規喫食シーン・新用途拡大の為、他売場とクロス販売可能な商品を拡充。プロモーションも強化し、市場全体の底上げを図っていきます。



▶ 売上高

69,189百万円

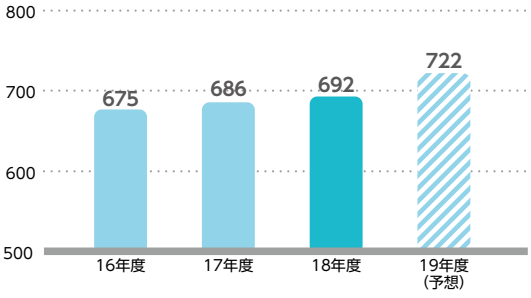
（前期比0.8%増）

▶ 営業利益

4,543百万円

（前期比13.8%減）

▶ 売上高の推移（単位：億円）



▶2018年度の振り返り

生麺では主力商品の「マルちゃん焼そば3人前」シリーズが堅調に推移したことに加え、野菜がおいしく食べられる新商品「パリパリ無限」シリーズ、水でほぐすだけの新商品「つるやか」シリーズ、前年度に立ち上げた「コクの一滴」シリーズが大きく伸長したことにより増収となりました。チルド・冷凍食品類ではコラボレート商品や期間限定商品等の新商品、市販用の「冷凍麺焼そば」が好調に推移しました。利益面では、原材料費等の増加により減益となりました。

▶ 今後の取り組み

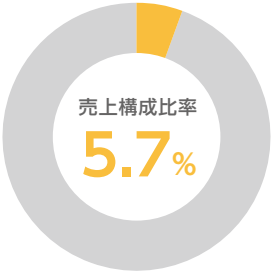
「おいしさの訴求（品質重視）」をテーマとして継続し、簡便性や健康ニーズに対応して取り組んでいきます。 時短・簡便ニーズに対応した商品や、新規喫食シーン・新用途商品の「パリパリ無限シリーズ」も引き続き、いろいろなフレーバー拡大をはかり、さらなる喫食機会の増加を図っていきます。冷凍食品では、人手不足に対応した商品の開発に注力して取り組んでいきます。

セグメント別概要

加工食品事業

事業内容

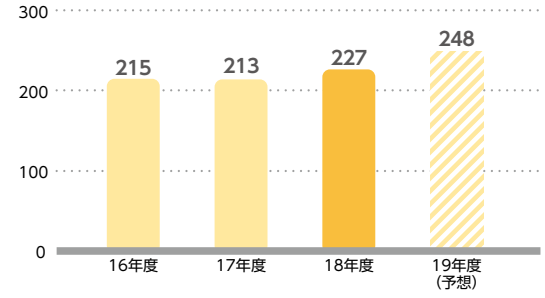
1956年の魚肉ハム・ソーセージの生産により加工食品事業を開始しました。1975年より参入した米飯事業では、無菌米飯「あったかごはん」や、「ふっくら赤飯」「ふっくら五目釜めし」等バラエティ豊かな商品、また「玄米ごはん」や「麦ごはん」等健康志向に応える商品も揃えております。即席麺の具材から開発が始まったフリーズドライ商品では素材の特長を生かしたスープ類を多数ラインナップしています。この他だしの素・チャーハンの素といった調味料類等、広く商品展開しています。



▶ 売上高
22,667百万円
(前期比6.3%増)

▶ 営業利益
△ 977百万円

▶ 売上高の推移 (単位：億円)



▶2018年度の振り返り

米飯やフリーズドライ製品ではライフスタイルの変化に伴う喫食機会の増加によって市場が拡大する中、新工場稼働により生産能力の向上を実現しました。このような中、新商品の発売や既存商品リニューアル、消費者キャンペーンを実施する等積極的に販促活動を行ったこと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。

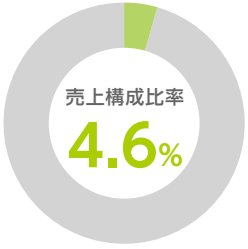
▶ 今後の取り組み

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」といったお客さまのニーズに応えられる商品政策をすすめていきます。

冷蔵事業

事業内容

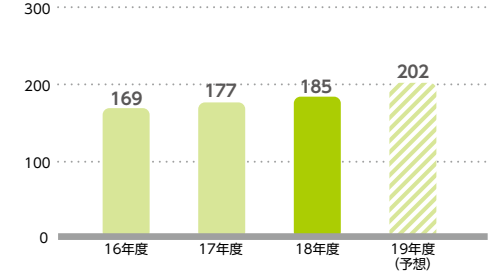
冷蔵事業では、国内外の様々な食品を冷凍・冷蔵の適切な温度で保管・配送等を行う、物流サービスを提供しています。お客さまが「安全・安心な冷蔵倉庫サービス」をご利用できるように、最新の保管・入出庫設備を備えた冷蔵倉庫を全国に展開しています。また、地球環境への負荷が少ない機械・設備の導入を進めることで、持続可能な社会の実現に努めています。



▶ 売上高
18,463百万円
(前期比4.6%増)

▶ 営業利益
1,609百万円
(前期比20.9%減)

▶ 売上高の推移 (単位：億円)



▶2018年度の振り返り

2018年3月に操業を開始した平和島冷蔵庫が順調に稼働していることに加え、積極的な営業活動により、新規および既存顧客に対する冷凍食品を中心とした取扱いや通関・運送等の付帯業務の取扱いが堅調に推移したことにより増収となりました。利益面では、1月に稼働した埼玉杉戸物流センターおよび神戸物流センター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

安全で安心な保管サービスや充実した配送サービス等の機能強化に取り組み、お客さまの多様な物流ニーズに対して魅力ある高品質の物流サービスを積極的に提案し、冷蔵倉庫の利用拡大と顧客満足度向上の実現に努めていきます。また、環境配慮への取り組みとして現存のフロン冷媒設備などを環境負荷の低い設備や資材へ更新する計画を進めていきます。

その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

▶ 売上高
49,388百万円 (前期比4.8%増)

▶ 営業利益
1,484百万円 (前期比26.5%増)

▶2018年度の振り返り

各取引先との取り組みが好調に推移し増収となりました。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

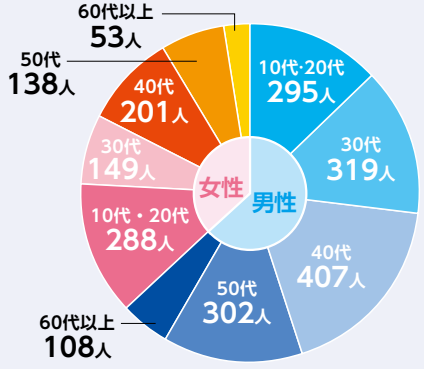
事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月
基準日	期末配当は3月31日 中間配当を行う場合は9月30日
公告方法	電子公告 ただし電子公告できない場合は、 日本経済新聞に掲載いたします。 アドレス https://www.maruchan.co.jp/
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先 (電話照会先)	〒168-0063　東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社　証券代行部 電話　0120-782-031 (フリーダイヤル)
単元株式数	100株
上場証券取引所	東京証券取引所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

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

従業員データ(2019年3月31日現在)　東洋水産(株)単体

●従業員構成比
(男性:1,431人 女性:829人 合計:2,260人)



●平均年齢／勤続年数

男性	女性	全体
41.8歳／17.7年	39.2歳／10.4年	40.9歳／15.1年

●育児／介護休業取得者数 (2018年度の新規取得者)

男性	女性	合計
1人／なし	29人／1人	30人／1人

●課長職以上に占める女性

人数	15人	比率	5.7%

●新卒採用者数 (2018年4月入社)

男性	47人	女性	39人	合計	86人

●障がい者雇用

人数	52人	比率	2.10%

TOYO SUISAN
東洋水産株式会社
CSR広報部
〒108-8501　東京都港区港南2丁目13番40号
TEL. 03-3458-5413　FAX. 03-3458-5408
https://www.maruchan.co.jp/

FSC ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C017928
non VOC ink