

# 東洋水産グループ 2023 コミュニケーションレポート



**75**<sup>th</sup>  
Anniversary

これからも笑顔と共に

第75期 [2022年4月~2023年3月]



**Smiles for All.**

すべては、笑顔のために。



# Smiles for All.

## すべては、笑顔のために。 そして笑顔あふれる社会へ。

私たち東洋水産グループは、2023年3月25日に創立70周年を迎えました。  
1953年の創立以来「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、  
“食を通じ、皆さまに笑顔をお届けしたい。”  
その想いをマルちゃんマークに込め、  
品質とおいしさにこだわった食品づくりに取り組んでまいりました。  
これからも大切にしていきたいのは、笑顔とともに、関わるすべての人が幸せであるということ。  
それが私たち東洋水産の願いです。  
“すべては、笑顔のために。”  
そして笑顔あふれる社会へ。  
私たちはこれからも取り組んでまいります。

### 目次

- |                                       |                             |                          |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1 東洋水産グループスローガン・目次                    | 9-10 <b>お客さまに笑顔</b>         | 23-24 コーポレート・ガバナンス       |
| 2 東洋水産グループCSR活動方針・編集方針                | 11-12 <b>社会に笑顔</b>          | 25-26 数字で見る東洋水産グループ      |
| 3-4 <b>TOP MESSAGE</b>                | 13-14 <b>次世代に笑顔</b>         | 27-30 決算情報、セグメント別概要・会社概要 |
| 5-6 <b>特集1</b> 創立70周年<br>東洋水産グループのあゆみ | 15-18 <b>地球に笑顔</b>          |                          |
| 7-8 <b>特集2</b> 新たなる価値の提供              | 19-20 <b>社員に笑顔</b>          |                          |
|                                       | 21-22 <b>My Smile Voice</b> |                          |

5

笑顔あふれる社会へ

5つの笑顔の実現を目指します。

お客さまに  
笑顔社会に  
笑顔次世代に  
笑顔地球に  
笑顔社員に  
笑顔

### 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。

### 編集方針

本誌では、東洋水産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わ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さまざまな取り組みを、ステークホルダーの皆さまにご理解いただければ幸いです。

下記アドレスのウェブサイトでは、こちらに掲載されていない取り組みについてもご紹介しています。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、当社のウェブサイトからダウンロードできるPDFファイルをご用意しています。必要に応じてご利用ください。



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



表紙の写真は、2022年度に実施したCSR活動の写真です。

# 「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。



この度、東洋水産株式会社の社長に就任しました住本憲隆でございます。東洋水産グループは2023年3月25日に70周年を迎えました。この節目の年に大役を仰せつかり、身の引き締まる思いであります。当社グループは、1953年の創立以来、「やる気と誠意」をもって、公正に業務に取り組み、挑戦を続けてまいりました。これからも、創業の精神を継続し、「笑顔」と「健康」をお届けできる会社を目指して、果敢に挑戦してまいります。

食を取り巻く社会・環境課題

東洋水産グループの事業領域

- 気候変動
- 持続可能な原材料調達
- 少子高齢化社会
- 食品ロス
- 消費者ニーズの変化

など

水産食品事業

海外即席麺事業

国内即席麺事業

低温食品事業

加工食品事業

冷蔵事業

その他事業

2022～2024 中期経営計画

基本戦略

- 1 新たなる食文化・食生活の創造
- 2 海外展開の深化
- 3 経営基盤の強化
- 4 社会課題・環境への対応

2024年度  
目標

売上高 **4,300** 億円  
営業利益 **420** 億円

2022年度  
実績

売上高 **4,358** 億円  
営業利益 **403** 億円

商品や  
サービス  
を通じて

経済価値

社会価値

環境価値

を提供

70<sup>th</sup>  
Anniversary

2022年度から2024年度の3ヵ年中期経営計画の初年度は売上高、営業利益、経常利益、純利益ともに過去最高を達成いたしました。また、当社グループは、「5つの笑顔」を実現することで、ステークホルダーの皆さまから信頼され、必要とされる企業グループを目指しております。

2023年度に向けて、まずは、現中期経営計画の4つの基本戦略を推し進めることで、業績目標の確実な達成、食を通じた社会課題解決への貢献を進めてまいります。その上で2030年、そして創立100周年に向けて、次の中期経営計画への取り組みにつなげることが私の重要な使命であると考えています。

今後、企業を取り巻く環境はさらに速く、そして大きく変化することが予想されます。そのような中でも、これまで一つひとつ積み上げてきた経験や皆様から頂戴した信頼など、守るべきものは守り、一方では、変化をチャンスと捉え、前向きに明るく、果敢に新たな挑戦をすることで、より強く、骨太な会社に成長できるよう、グループ一同努力してまいります。

今後一層のご支援を賜りますよう、宜しく願い申し上げます。

代表取締役社長 住本 憲隆

## 東洋水産グループが社会と共有する価値



SDGsへの貢献

東洋水産グループが目指す5つの笑顔の実現

東洋水産グループの持続的成長と  
持続可能な社会の実現

## 特集 1

# 創立70周年

# 東洋水産グループのあゆみ



1953年、旧築地市場の小さな事務所から始まった当社の歩みを、商品やサービスをとおして紹介します。

1953

横須賀水産(株)として創立。冷凍鮭の輸出および国内水産物の取扱開始。



1961

東洋水産最初の即席袋麺「マルト印ラーメン味付け」発売。

1962

“マルちゃん”マーク誕生。



1955

初の冷蔵庫を取得。冷蔵事業開始。

1956

魚肉ハム・ソーセージ発売。社名を東洋水産(株)に改称。



1978

赤いきつねうどん発売。

1980

緑のたぬき天そば発売。



1972

米国カリフォルニア州にてマルチャインク設立。



1975

カップきつねうどん・カップ天ぷらそば、赤飯(レトルトパウチ)、焼そば3人前(チルド麺)発売。



1985

単体売上高1,000億円突破。

1986

現在の“マルちゃん”マークに変更



売り上げ推移

(1977年度より連結売上高)

1950年代

高度経済成長

世の中の動き

スーパーマーケットの登場や電気冷蔵庫の普及に伴い、食生活が大きく変化。



1980年代

バブル景気

円高ドル安が進行。地価や株価が高騰し、日本は空前の好景気に。





1989

グループ売上高  
2,000億円突破。

1992

麺づくり発売。



1996

グループ売上高  
3,000億円突破。

1994

フリーズドライ  
たまごスープ発売。



2001

あったかごはん  
発売。



2009

企業スローガンを制定。



2003

創立50周年  
を迎える。

**Smiles for All.**  
すべては、笑顔のために。

2015

マルちゃん正麺  
カップ発売。



2011

マルちゃん正麺発売。



2018

グループ売上高  
4,000億円突破。



2017

MARUCHAN  
QTTA 発売。



2023

創立70周年を  
迎える。

2022

マルちゃん  
ZUBAAAN! 発売。



1990年代

バブル経済の崩壊  
「価格破壊」が流行語に。



2000年代

情報化社会  
インターネットがコミュニケーション  
ツールとして定着。



2010年代

社会課題への対応  
働き方改革、SDGsの採択等社会  
課題に対応する動きが増加。



2020年代

# 新たな価値の提供

持続可能な社会に向けて、商品を通じた取り組みを進めています。

## 容器包装での資源使用量の削減

### 麺づくり

2022年に30周年を迎えた麺づくり。9月には「つるっと食感温水なめらか製法」による麺と香り立ちが良いスープにリニューアルしました。また、カップ容器の大きさも変更しました。これにより、年間約36トンのプラスチック原料、約174トンの紙原料の削減※につながる見込みです。

※自社調べ2021年度製造数量に基づく。  
※中身の量は従来品と変わっていません。



新パッケージ

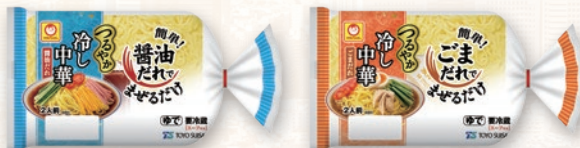
年間約 **36**トン  
プラスチック原料の  
削減

年間約 **174**トン  
紙原料の  
削減

### つるやか 冷し中華 醤油だれ 2人前・ごまだれ 2人前

2023年3月のリニューアル発売に伴い、巾着タイプから包装資材重量を約27%削減※したピロータイプの新包装形態へ変更しました。

※旧包材との比較



旧包装



新包装

包装資材重量を約 **27**%削減





## おいしさそのまま。お客さまのニーズに応える

### 素材を活かした新しいスタイルのたんぱく質たっぷりのカップ麺!

油揚げや鶏肉といったたんぱく質を多く含む具材を使用し、なじみのあるデザインとおいしさで、特に意識することなく、たんぱく質を効率良く摂れる商品です。

#### お揚げとお揚げのきつねそば



1食あたり  
**18g**の  
たんぱく質が  
含まれる

#### 鶏肉盛りの黄色い博多ラーメン



1食あたり  
**20g**の  
たんぱく質が  
含まれる

### たんぱく質や食物繊維が摂れ、さらに糖質 30% オフ!

糖質を抑え、さらにたんぱく質や食物繊維を摂ることができる商品です。豆乳のコクが特徴のごまだれは野菜との相性が良く、野菜などを加えた調理をすることでさらにおいしく、栄養のバランスがとれたメニューに。

#### 糖質 30% オフ 豆乳ごまだれサラダ麺 2人前

1人前あたり食物繊維 **24.7g**  
たんぱく質 **16.7g** が摂れる



### 手軽にどこでもたんぱく質を補給!

魚肉と鶏肉を使用し、1本あたりのたんぱく質 5g・脂質 0.4g・エネルギー 34kcalと調理なしで手軽にどこでもたんぱく質を補給できる商品です。



#### フィッシュ & チキンスティック プレーン味 3本入・スモーク味 3本入

1本あたりのたんぱく質 **5g**  
脂質 **0.4g** エネルギー **34kcal**

# お客さまに

# 笑顔

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。

3 すべての人に健康と福祉を



5 ジェンダー平等を  
実現しよう



12 つくる責任  
つかう責任



「お客さまに笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからご覧いただけます。  
<https://www.maruchan.co.jp/csr/safety/>



マルちゃん商品を手に笑顔



東洋水産グループが  
社会と共有する価値

## 新たなる食文化の創造と育成

### ① 安全・安心な食の提供

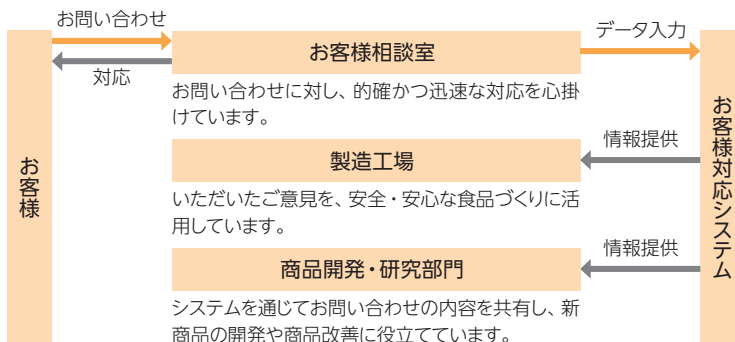
お客さまにいつまでも変わらず、安全・安心な商品・サービスを開発、お届けするための取り組みを推進しています。食品の安全・安心につながる第三者機関による認証取得を行うなど、商品の開発・製造・出荷ま

で品質を保証する体制を整えています。また、会社や商品に関する情報を広く開示するとともに、お客さまからいただいたご意見やご要望を商品づくりなどに活かす仕組みを整えています。

### お客さまとのコミュニケーション

お客さまからのご意見やご要望は、社内ネットワークを活用した「お客様対応システム」により、内容を関連部署と共有し、より安全・安心な新商品の開発や商品の改善に活かしています。

#### ● お客様対応システム



## ② 健康寿命を意識した商品

健康寿命を意識した商品の提供を行っています。減塩や機能性表示食品の他、野菜や玄米・麦・雑穀などの素材にこだわった各種商品を展開しています。これからの超高齢化社会を見据え、常温食品・チルド食品・冷凍食品の3温度帯の商品を提供する東洋水産グループのさまざまな強みを活かして、食の「楽しみ」「おいしさ」「食べやすさ」にこだわった食卓への提案を進めます。

### 「やわらかソース焼そば（野菜入り）」の発売

嚥下能力の低下した高齢者を対象に、飲み込みやすい麺と野菜が特徴の業務用の冷凍焼そばを開発し、2022年3月に発売しました。2023年2月製造分より、日本介護食品協議会が策定した嚥下機能を考慮した表示である、ユニバーサルデザインフード（UDF）の区分「容易にかめる」のマークをパッケージに表示しています。



やわらかソース焼そば  
（野菜入り）



## ③ 社会課題解決商品の開発

社会環境や自然環境の変化から起こる、さまざまな社会課題の解決に、商品やサービスを通じて貢献します。いつもの「おいしい」が社会課題解決につながる取り組みを進めます。時短、簡便、個食といったさまざまなニーズに応えた商品を開発、提供するとともに、災害時の食料の確保を想定し、「もしも」に役立てていただくための、普段からの備えとなる「ローリングストック」に適した商品の拡充なども行っています。

### 時短、簡便、個食に対応した水産冷凍食品 「ChoiFish」シリーズ

「ちょっと手軽に本格的な魚料理を楽しんでいただきたい」をコンセプトにした、魚自体のおいしさを活かした惣菜調理商品です。凍ったまま電子レンジで温めるだけでお召し上がりいただけます。貴重なたんぱく源としての水産物のおいしさにこだわりました。



魚介と野菜の  
アヒージョ



鮭ハラスの  
おろしポン酢



いかのガーリック  
バター醤油味

# 社会に

# 笑顔

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皆さまの笑顔に貢献します。

2 風評をゼロに



3 すべての人に健康と福祉を



12 つくる責任つかう責任



「社会に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからご覧いただけます。

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



東京大学の学生に工場の外部環境設備について説明する様子

東洋水産グループが社会と共有する価値

## 持続可能な社会への貢献

### 1 食品ロスの削減

食品を取り扱う企業の責任として、食品ロスの削減に向けた取り組みを行っています。原材料の有効活用や製造上のロスをなくす取り組み、生産・在庫管理の精度向上など、原料の選定から商品開発、製造、

流通、お客さまの使用・廃棄までの商品ライフサイクルそれぞれの段階で貢献できる活動を、ステークホルダーの皆さまとも協力しながら、商品を通じて進めています。

### サプライチェーン全体での取り組み

一部商品の賞味期限の延長や年月日表示から年月表示への切り替えを実施し、流通段階や家庭内での賞味期限切れによる廃棄ロスの削減に取り組んでいます。また、フードバンクや子ども食堂の活動に賛同し、食材や商品の提供を行っています。

● 2022年度に賞味期限を延長した商品の一例

無菌包装米飯（白米）

チルドうどんの一部商品



あったかごはん



ふっくらごはんが炊けました  
3個パック



北海道産小麦で作りました  
北海道産小麦の玉うどん  
3食入



マルちゃん焼うどん  
しょうゆ味 2人前

2カ月延長 8ヵ月 → 10ヵ月

6日間延長 15日間 → 21日間

## ② 地域社会との活動

各事業所の近隣地域の方を対象とした工場見学の受け入れ、事業所近隣での清掃活動、スポーツなどのイベントの支援や協賛などを行っています。また、各事業所と地方自治体とのパートナーシップ協定や災害時協定の締結、災害時の緊急避難場所の提供などの取り組みを行っています。

### 自治体との災害時協定や障がい者雇用の推進

関東工場では、所在地である群馬県館林市との災害時支援協定を結び、災害時の物資の供給の他、地域住民の災害時避難場所を提供しています。また、(株)フレッシュダイナー山形工場では地元自治体との連携による障がい者雇用の拡大を行っています。



関東工場

## ③ 持続可能な資材の調達

社会的責任を果たすべく、環境・社会・人権等に配慮した持続可能な資材の調達を推進しています。即席麺の製造に欠かせないパーム油や海洋資源の持続可能な調達、森林保護につながる紙資材の使用促進やプラスチック資材の使用削減などに取り組んでいます。

### パーム油の調達についての取り組み

パーム油については、2019年にRSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）に加盟し、その「原則と基準」に基づいてパーム油の調達を進めています。米国の即席麺を製造する全工場、国内においては関西工場と(株)酒悦房総工場にてRSPOサプライチェーン認証を取得し、今後も取得事業所を拡大していきます。国内外の東洋水産グループ全体で、2030年度末までに持続可能なパーム油に切り替えることを目標にしています。

### 紙資源についての取り組み

森林の生物多様性を守り、地域社会や先住民族、労働者の権利を守りながら適切に生産されたFSC認証紙であることを示すFSC認証マーク。当社商品のカートン（段ボール）への表示を開始しています。

表示率※ **45.8** %

※使用しているカートンの全種類に対する表示  
カートンの比率（2023年3月31日時点）

# 次世代に

# 笑顔

食を通じて、次世代を担う子どもたちの心と体の健やかな成長をサポートし、明るい笑顔を守ります。

3 すべての人に健康と福祉を



4 質の高い教育をみんなに



17 パートナーシップで目標を達成しよう



WEB

「次世代に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからご覧いただけます。

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



埼玉工場による食育授業

東洋水産グループが  
社会と共有する価値

## 健やかな成長につながる環境づくり

### 1 食育活動

食品についての知識と食文化を伝えることを目的として、出張授業や工場見学を実施しています。また、こうした活動は東洋水産グループの安全・安心な商品

提供への取り組みを地域の皆さんや次世代の社会を担う子どもたちに知っていただく機会となっています。

### 「スマイル“フード”プロジェクト in東北」

2015年度より、東北地区の高校生を対象に、地域の特色を活かしたスープメニューの商品アイデアコンテストを実施しています。2022年度は56校246チームの応募があり、東北6県の代表チームによる決勝大会を11月に宮城県仙台市にて開催しました。プレゼンテーションと試食審査の結果、青森県立木造高等学校の「干し鰯のうまみたっぷり卵卵（たまらん）スープ」が優勝しました。優勝作品は2023年秋頃にマルちゃんブランドで商品化し、東北地区にて販売する予定です。



2022年度決勝大会の様子

## 出張授業や工場見学会など地域との交流

各事業所の近隣の児童・生徒を対象に、食育や環境に関する出張授業や工場見学会を行っています。

フクシマフーズ(株)では「マルちゃん パックごはん工場見学会」を2021年度から実施しています。2022年度は、合計12組26人の方が参加しました。本見学会では工場見学の他、「お米」についての講義・実験やオリジナル炊き込みご飯づくりなども行いました。参加した皆さんからは「お米についてたくさん知ることができた」などのご意見をいただきました。



フクシマフーズ(株)での工場見学会の様子

## 2 企業訪問の受け入れ

児童、生徒、学生の方々に、「働くこと」の意味を伝えるキャリア教育や職業教育に協力しています。本社での修学旅行生や学外学習の生徒の訪問受け入れの他、工場やグループ会社においても学生訪問受け入れや就労体験、インターンシップ、職業訓練実習などを実施しています。

## 特別支援学校からのインターンシップの受け入れ

八戸東洋(株)や宮城東洋(株)では、特別支援学校へ通う生徒の将来的な自立に向けた就労体験や工場実習を受け入れており、東洋水産グループの社員にとっても貴重なコミュニケーションの機会となっています。また、本インターンシップ参加後に当社グループに就職した社員もいます。

## 3 スポーツ支援

青少年の育成やスポーツ振興を目的としてスポーツイベントの支援や後援の他、当社グループ主催によるスポーツイベントなども実施しています。また、スポーツへの関心を喚起させる、プロやアマチュアチームを応援するコラボ商品を発売しています。

## スポーツイベントの実施

1986年より、柔道を通じた、将来を担う子どもたちの心身の健全育成の支援を目的に「マルちゃん杯少年柔道大会」を開催しています。また、メキシコにおいても「マルちゃん杯少年少女柔道大会」「マルちゃん杯少年少女剣道大会」を実施しています。



「マルちゃん杯少年柔道大会」については、下記のアドレスからもご確認いただけます。  
<https://www.maruchan.co.jp/event/maruchan/>



# 地球に

# 笑顔

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。

6 安全な水とトイレを世界中に



12 つくる責任 つかう責任



13 気候変動に具体的な対策を



14 海の豊かさを守ろう



15 陸の豊かさも守ろう



17 パートナリシップで目標を達成しよう



WEB

「地球に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからもご覧いただけます。

<https://www.maruchan.co.jp/csr/environment/index.html>



静岡県賀茂郡西伊豆町田子地域での稚魚放流活動の様子

東洋水産グループが  
社会と共有する価値

## 環境対応の推進

### ① 気候変動への適応とその緩和

気候変動の大きな要因となる地球温暖化に関連する環境負荷の低減を重要な課題の一つと捉えています。事業活動による環境負荷を低減するためにISO14001など環境マネジメントシステムに関する第

三者機関による認証取得の推進や当社グループの品質・環境方針に基づいた目標を設定し、温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいます。

### 省エネへの取り組み

省エネタイプの高効率機器の導入やLED照明への切り替え、エコカーの導入などを実施しています。また、関東工場と埼玉工場、相模工場では専門家による省エネ診断を実施しました。埼玉工場ではさらに社外コンサルタントにもご参加いただき、省エネの推進を行っています。



埼玉工場



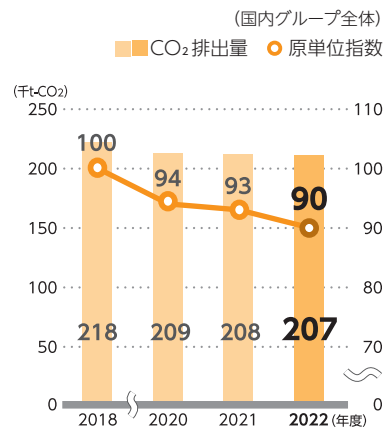
## CO<sub>2</sub> 排出量削減への取り組み

CO<sub>2</sub> 排出量削減に向け、各工場や冷蔵庫の設備面では、ボイラー燃料の重油から天然ガスへの転換、フロン冷媒から自然冷媒（アンモニア・CO<sub>2</sub>）への更新を計画的に行っています。また、伊万里東洋（株）、フクシマフーズ（株）、関東工場ではバイオマス発電や太陽光発電で作られた電力などの再生可能エネルギーを利用しています。2022年度には、埼玉工場の管理棟屋上に太陽光パネルを設置しました。工場の管理棟で使用する年間電力量の8.5%相当分を発電できる予定です。



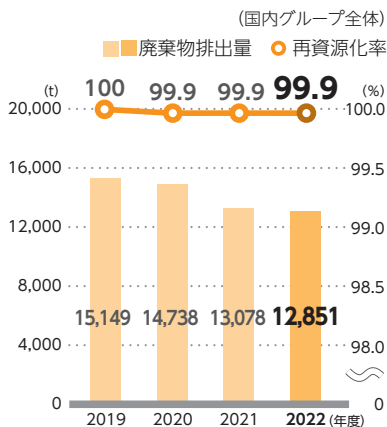
埼玉工場の太陽光パネル

### ● CO<sub>2</sub> 排出量と売上高原単位



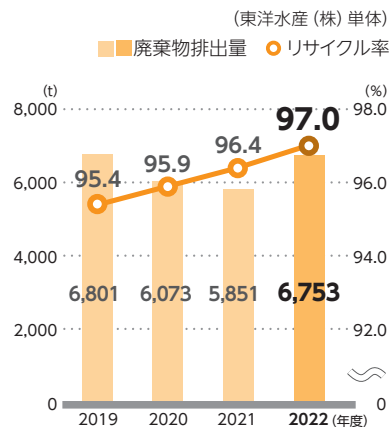
排出量は各事業所において、省エネやエネルギー使用効率の向上に取り組んだ結果やや減少し、原単位も改善されました。

### ● 産業廃棄物排出量と再資源化率



排出量は各工場での生産性向上に向けた取り組みや有価物化の推進によりやや減少し、再資源化率は99.9%と高水準を維持しました。

### ● 食品廃棄物の排出量とリサイクル率



排出量はグループ会社からの製造ラインの移管による影響等により増加しましたが、リサイクル率は向上し、目標値95%以上を維持しています。

## ② 生物多様性の保全

東洋水産グループの創業は水産事業からであり、海洋資源を含めた生物多様性の保全は重要な使命の一つだと考えています。持続可能な資材の調達を通じた生態系の維持、保護への貢献の他、稚魚放流、ウナギの完全養殖の量産・事業化の研究、関東工場へのビオトープの設置など、生物多様性を意識したさまざまな取り組みを行っています。

### 河川、海洋清掃活動への取り組み

海洋生態系におけるプラスチック問題などを意識し、各事業所において河川や海洋の清掃活動を推進しています。ユタカフーズ（株）では毎年、地元の水辺のクリーン活動を行っており、2022年は76人が参加しました。2022年度からは品川本社部門にて公益財団法人とも連携し、海岸清掃活動「スマイルオーシャンプロジェクト」を開始しました。



2022年10月に実施したスマイルオーシャンプロジェクト参加者集合写真

## ③ 水資源の保全

「水」は東洋水産グループの事業に欠かすことのできない大切な資源です。持続可能な水資源利用は、環境対応の推進において取り組むべき重要な課題の一つだと考えています。東洋水産グループの各工場では、水の使用量や排水量を継続的に管理するとともに、水の再利用の促進など水の使用量の削減に努めています。

### 水資源使用量削減への取り組み

銚子東洋（株）では、節水ノズルの取り付け、フリーザーの洗浄ノズル2系統を1系統に集約するなどの取り組みを行い、工場全体として一日の水平均使用量が140tから115tへ約18%減少しました。また、海外ではマルちゃん味の素インド社においてボイラー水の管理方法を変更し、水質の改善により、廃棄する水の削減を行っています。



銚子東洋（株）

● 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

# 社員に

# 笑顔

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。

3 すべての人に  
健康と福祉を



5 ジェンダー平等を  
実現しよう



8 働きがいも  
経済成長も



「社員に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、  
下記アドレスからもご覧いただけます。  
[https://www.maruchan.co.jp/csr/  
employees/](https://www.maruchan.co.jp/csr/employees/)



第19回東洋水産グループ大運動会

東洋水産グループが  
社会と共有する価値

## 心身ともに健康で活躍できる職場づくり

### ① 働きやすい職場づくり

会社が成長し続けるためには社員が健康で、安心して  
生き活きと働ける職場環境を整備することが重要と考  
えています。東洋水産グループでは、安全で働きやすい

職場環境の整備に取り組んでいます。また、日頃から社  
員を応援し支えている家族やグループ各社の社員との  
交流を目的としたイベントの実施なども行っています。

### 健康経営の推進

社員とその家族の健康維持・推進のために、健康経  
営に取り組んでいます。「ウォーキングイベント」などの  
他、毎年秋には、東洋水産グループの社員とその家族の  
健康増進と交流を目的とした東洋水産グループ大運動  
会を開催しています。2023年3月には「健康経営優良  
法人」に、前年度に引き続き(株)シマヤ、八戸東洋(株)、  
(株)酒悦が、また、新たに甲府東洋(株)が認定されま  
した。海外の各事業所でも社員家族の工場見学会の実  
施や社員を対象としたクリスマス会、永年勤続表彰など

社員への感謝を伝えるイベントを実施しています。



マルチャンテキサスインク社での社員への感謝イベントの様子

## ② 多様な人材の活躍

社員一人ひとりの違いを尊重し、多様な考えや経験を活かすことが持続的な東洋水産グループの成長に重要であると考えています。そのため、ダイバーシティの推進を重要な経営戦略と捉え、基本方針を定めて積極的に取り組んでいます。

### 東洋水産グループのダイバーシティに関する基本方針

多様な人材が能力を最大限発揮できる機会と環境を整え、自律的に挑戦し続ける人材を育成し、全社員が笑顔で活躍することにより会社の持続的な成長を目指します。

## 技術伝承学校

東洋水産グループに受け継がれている、先人の知恵や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年度より社内の技術系の社員を対象に技術伝承学校を開校しました。2022年度は女性社員の技術向上のためのクラスも開設し、技術面だけでなく、職場の問題解決・改善に向けての講座を実施しています。



技術伝承学校の様子

## ③ 労働安全衛生

安全・安心な商品・サービスを提供するためには、職場の労働安全衛生に積極的に取り組み、社員が安全に安心して働ける環境を整備することが欠かせません。それぞれの職場では安全衛生委員会を設置するなどし、全員参加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、地震・火災など緊急時の対応マニュアルを整えるとともに、防災物資の確保や避難訓練などを行っています。

### 地方自治体との地震・津波避難協力

焼津工場やスルガ東洋(株)は、所在地自治体の津波避難協力ビルに指定されています。スルガ東洋(株)では、地震発生後の津波警報発令から5分以内で屋上に移動する意識を徹底させ、速やかに行動できるよう、避難訓練を実施しています。また、訓練時にはケガ人への応急処置の手順を実際に体験しました。



スルガ東洋(株)での避難訓練の様子

社員の「声」を届けます！

# My Smile Voice

## 5つの笑顔の実現に向けて

東洋水産グループは「食」の事業を通じ「5つの笑顔」の実現を目指しています。「5つの笑顔」への取り組みに込められた社員の想いをお伝えします。

### お客さまに笑顔

#### 品質管理推進への取り組み

製造工場に対する衛生点検や監査等、現場に軸足を置いた活動とおして、品質管理レベルの向上に努めています。これからも安全で安心な商品をお客さまにお届けするために、工場および関係各部と情報共有しながら、製品事故・トラブルの未然防止を図り、より効果的なHACCP運用をはじめ、さまざまな取り組みを進めてまいります。



品質保証部  
岩腰 翔太

### 社会に笑顔

#### エコアクション21への取り組み

エコアクション21とは、環境省が定めた環境経営システムに関する第三者認証・登録制度です。製造で使用するエネルギーや水等の消費を抑えるとともに、食品ロスを削減し、全社員の生産性の向上にもつなげています。その一つとして、フードバンクを通じ子ども食堂へ食材を提供する社会貢献にも取り組んでいます。



ミツワデイリー（株）  
墨山 剛史



エコアクション21  
認証・登録証

### 次世代に笑顔

#### 近隣小学校の工場見学会開催

工場近隣の小学校の児童を迎えた工場見学会に初めて参加しました。製品の試食や製造ラインの見学などを行い、地元企業として見学会を開催することや安全・安心な商品づくりを伝えていくことの大切さを再確認することができました。今後も子どもたちの身近な存在でいられるようにCSR活動を継続していきます。



焼津工場  
黒田 明甫



焼津工場での見学会の様子

## 社会に笑顔

### 賞味期限延長への取り組み



総合研究所  
竹谷 博志



あったかごはん

無菌包装米飯のさらなる賞味期限延長に取り組ましました。品質の検証を重ねて、8ヵ月から10ヵ月への2ヵ月間延長を実現できました。賞味期限が伸びたことで期限内に喫食される可能性が高まり、食品ロス削減につながります。これからも環境に優しく、お客さまに満足していただける商品開発に取り組んでいきます。

## 地球に笑顔

### ニホンウナギ種苗生産研究への取り組み



(株)いらご研究所  
堀内 萌未

ウナギは絶滅危惧種に指定されていますが、養殖の現場ではいまだに天然の稚魚を種苗として使用しているのが現状です。いらご研究所では、ウナギの種苗生産を効率的に行うための技術や飼料に関する研究を行っています。これらの取り組みをとおして、完全養殖技術の向上と天然資源の回復に貢献していきます。

## 社員に笑顔

### 東洋水産グループ 大運動会に参加



九州事業部福岡支店  
山城 弘己



運動会での表彰式

同じ九州の事業所でも、普段の仕事では関わるのが少ない福岡冷蔵部・福岡工場・伊万里東洋(株)の方々と力を合わせ、ドッジボール競技で優勝を成し遂げました。グループ内の人とのつながりの大切さを実感し、今後も東洋水産グループの皆さんとの「笑顔」を広げていきたいと思ひます。

## 社員に笑顔

### 若手社員との 交流会に参加



八戸東洋(株)  
山内 花倫

若手社員を対象にコミュニケーションの活性化、働きやすい環境づくりを目的とした交流会を実施しています。交流会のテーマは毎回異なりますが、相談事、雑談やミニゲーム等を通じて、普段仕事では見られない一面が見られコミュニケーションの輪を広げるきっかけになっています。お互いを知り、一人ひとりの視野を広げることで、これからも笑顔が絶えない職場環境づくりに取り組んでいきます。

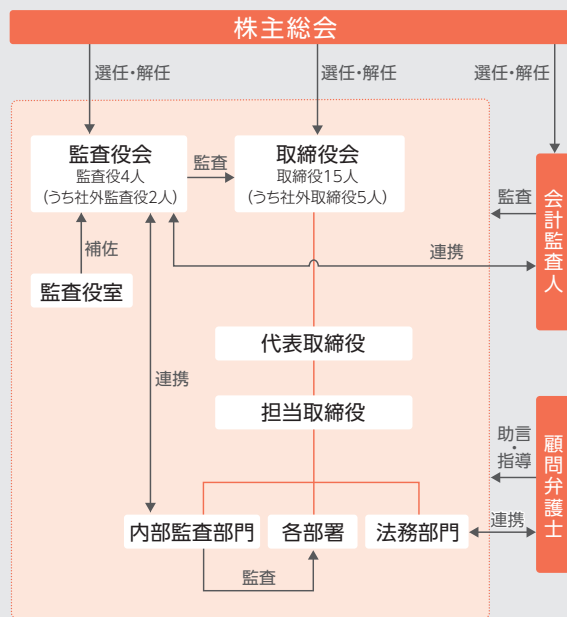
# コーポレート・ガバナンス

Corporate Governance



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 (2023年6月22日株主総会后)



## 基本的な考え方

東洋水産グループは、的確迅速な企業意思の決定が今後の企業成長を左右するものと認識しています。また、コーポレート・ガバナンスの強化および充実を経営上の重要課題と認識し、取締役の責任および個別事業の責任体制を明確にすること、並びにコンプライアンスの強化が重要であると考えています。今後も経営の透明性および迅速性を確保し、コーポレート・ガバナンスの強化および充実を目指してまいります。

なお、コーポレート・ガバナンスに対する当社の方針についてはコーポレートガバナンス・ガイドラインを定め、当社ウェブサイト等で開示しています。

## 内部統制システムとリスク管理

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。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います。

 東洋水産グループのコーポレート・ガバナンスの詳細につきましては、下記アドレスよりご覧いただけます。  
<https://www.maruchan.co.jp/ir/management/governance.html>





## コンプライアンス体制

東洋水産グループでは、「コンプライアンスとは法令のみならず社内ルール、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」だと考えています。そして、それを実践することが、「ステークホルダーの信用・信頼に応えることにつながる」ということを、一人ひとりに浸透させるため、国内グループでは以下の活動を推進しています。

- コンプライアンスマニュアルの周知・徹底
- コンプライアンス勉強会の実施（全役職員対象、階層別研修会参加者対象）
- 社内報やポスターを通じたコンプライアンスに関する啓発活動

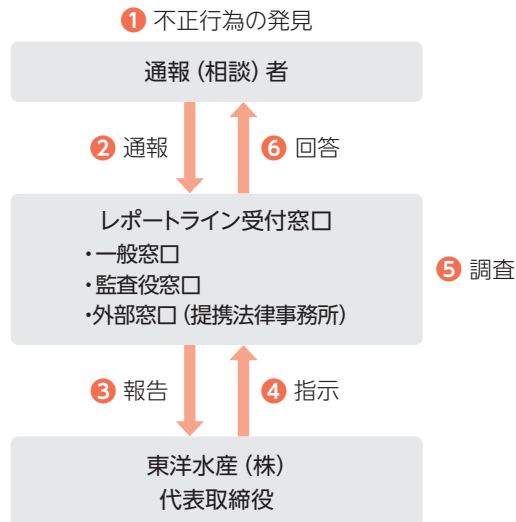
## TOPICS

2022年度の全役職員を対象としたコンプライアンス勉強会では、他社の不祥事事例や、前年度の勉強会アンケート結果等を用いて「働きやすい職場とは」をテーマに実施しました。

## 内部通報制度

法令違反や社内不正等、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。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。

### ● 内部通報制度の仕組み



数字で見る

# 東洋水産 グループ

2022  
年度

会社概要



連結従業員数

4,745人

国内グループ会社

22社

海外グループ会社

9社

創立年月

1953年3月

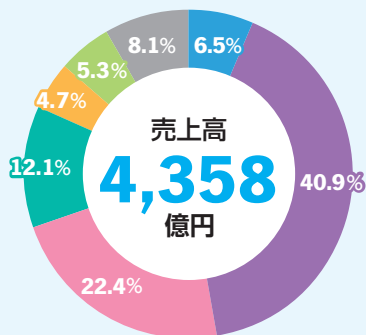
70<sup>th</sup>  
Anniversary

売上高

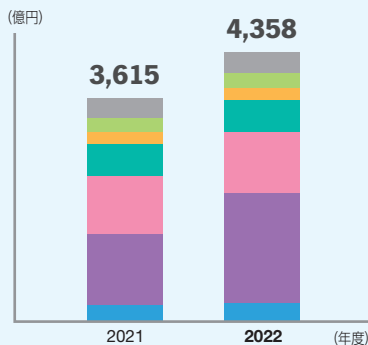


- 水産食品事業
- 海外即席麺事業
- 国内即席麺事業
- 低温食品事業
- 加工食品事業
- 冷蔵事業
- その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

売上高構成比



連結売上高の推移



食品安全  
マネジメント  
システム  
取得状況



FSSC22000

16事業所

JFS-B など  
FSSC22000以外

14事業所

## 環境データ



(国内グループ全体)



### CO<sub>2</sub>排出量

**207**千t

### 産業廃棄物量

**12,851**t

### エネルギー使用量

**4,600**TJ

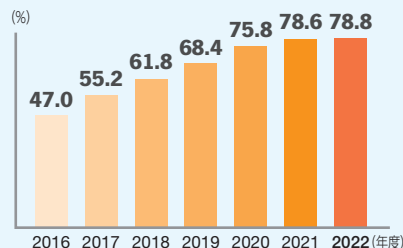
### 水使用量

**4,950**千m<sup>3</sup>

### 冷蔵庫のフロンから自然冷媒への代替率

2022年度まで  
**78.8**%

(全庫腹量に対して)



### 産業廃棄物の再資源化率

**99.9**%

## 2030年度東洋水産グループ環境目標

	2030年度目標	2022年度実績
CO <sub>2</sub> 排出量 (原単位)	<b>20</b> % 削減	<b>10.5</b> % 削減
産業廃棄物 (原単位)	<b>15</b> % 削減	<b>22.4</b> % 削減
産業廃棄物の再資源化率	<b>99.5</b> % 以上の維持	<b>99.9</b> %
フロン漏洩量 (CO <sub>2</sub> 換算)	<b>85</b> % 削減	<b>45.4</b> % 削減
水使用量 (原単位)	<b>10</b> % 削減	<b>12.7</b> % 削減
認証パーム油への代替	<b>100</b> %	<b>81.1</b> %
主要取扱魚種 (魚卵・鮭鱒・海老) のMSC等漁業認証原料取扱い	<b>70</b> %	<b>74.1</b> %

※ 対象は国内グループ全体 (ただし、認証パーム油への代替目標は国内外グループ全体)

※ 原単位は国内連結売上高を基準として算出

※ 基準年度は2018年度

※ CO<sub>2</sub>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<sub>2</sub>排出原単位 (0.351kg -CO<sub>2</sub>/kWh) を使用

電力以外：温対法の換算係数を使用

使用冷媒：環境省「フロン類算定漏えい量の算定・報告に用いる冷媒種類別 GWP 一覧」を使用

# 決算情報、セグメント別概要

第75期(2022年度)の主要連結財務データと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。

## 第75期決算情報

売上高・利益の推移(単位:百万円)

	第74期 2021年度	第75期 2022年度	第76期 2023年度(予想)
売上高	361,495	<b>435,786</b>	466,000
営業利益	29,737	<b>40,330</b>	50,000
売上高営業利益率	8.2%	<b>9.3%</b>	10.7%
経常利益	31,834	<b>43,724</b>	55,000
親会社株主に帰属する当期純利益	22,414	<b>33,126</b>	41,500

## セグメント別概要



### 水産食品事業



#### 事業内容

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います。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のある商品や、簡単便利・健康を意識した商品を開発し、店頭商品等に幅広く使用されています。

#### 2022年度の振り返り

コロナ禍からの経済活動の正常化が進んだことにより、コンビニエンスストア・外食・業務用の需要が回復したことで増収。営業利益は、原材料、エネルギーコスト等の高騰や急激な円安の影響によるコスト高を補いきれず減益となりました。

#### 今後の取り組み

お客様のニーズと環境の変化に対応した商品開発、当社の総合力を活かした販売強化策を講じ、品質面に優れた競争力のある商品の販売に注力し、売上・利益の向上を目指します。

#### 売上高

**28,526**百万円

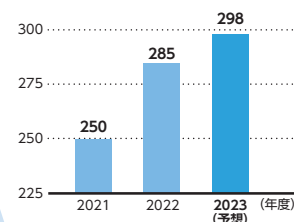
(前期比14.0%増)

#### 営業利益

**46**百万円

(前期比71.5%減)

#### 売上高の推移(単位:億円)





## 海外即席麺事業



### 事業内容

1972年に米国に現地法人マルチャンインクを設立し、現在では米国に4カ所の製造拠点を構え、北米のみならず中南米等にまで広く商品を供給しています。販売シェア1位の米国・メキシコでのブランド強化に加え、ブラジル、インドでの販路開拓等、さらなる市場拡大に向けて取り組んでいます。

### 2022年度の振り返り

価格改定後も主力商品のカップ麺、袋麺ともに好調に推移したことにより増収。営業利益は、原材料費増加や人件費増加等による製造コストの上昇がありましたが、販売数量増加や価格改定効果による売上高増加等により増益となりました。

### 今後の取り組み

国・エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた商品・販売戦略を行います。生産体制再編・増強および若者世代へのブランド力を強化。需要拡大への対応・物流効率化・新商品の市場投入にも積極的に取り組みます。

≫ 売上高

**178,374**百万円

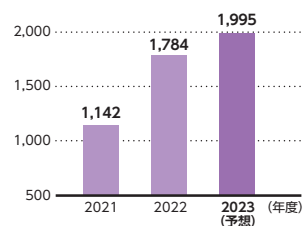
(前期比56.1%増)

≫ 営業利益

**26,113**百万円

(前期比159.6%増)

≫ 売上高の推移 (単位:億円)



## 国内即席麺事業



### 事業内容

1961年より開始した国内即席麺事業は、「赤いぎつねうどん」「緑のたぬき天そば」「麺づくり」等のロングセラー商品の他、2011年には「マルちゃん正麺」、その後も2015年「マルちゃん正麺 カップ」、2017年「MARUCHAN QTTA」、2022年には「マルちゃんZUBAAN!」を発売し即席麺の新たなスタンダードの構築に貢献しました。

### 2022年度の振り返り

6月の価格改定後に一時的に販売が落ち込みましたが、秋冬には新価格が浸透したことで回復に転じました。秋冬需要期に向けて主力商品のリニューアル、プロモーションの強化などにより増収。営業利益は、原材料費・動力費・広告宣伝費等の増加の影響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ます。

≫ 売上高

**97,635**百万円

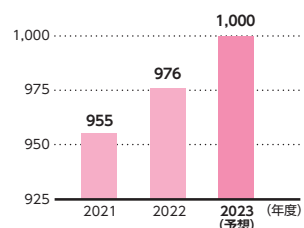
(前期比2.2%増)

≫ 営業利益

**6,708**百万円

(前期比38.2%減)

≫ 売上高の推移 (単位:億円)





## 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追求し、簡便性や健康ニーズに対しても積極的に取り組んでいます。ロングセラー商品に加え、多様化するニーズに対応した新商品を開発、プロモーションも強化し、市場全体の底上げを図っております。

### 2022年度の振り返り

4月に価格改定を実施。生麺では主力商品を中心に拡売に努め、冷凍食品では、コロナ禍からの行楽や観光の回復による需要増や惣菜ルートの新規開拓により業務用商品が伸長し増収。営業利益は、原材料費や動力費等の増加の影響により減益となりました。

### 今後の取り組み

既存商品の品質向上に取り組むと同時に、新規商品開発にも注力していきます。生麺市場の成長を目指して、喫食機会向上のためのメニュー提案の充実を図っていきます。

≫ 売上高

**52,837**百万円

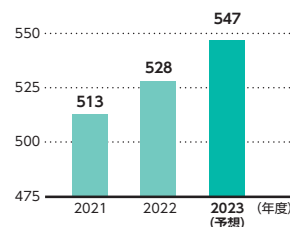
(前期比3.0%増)

≫ 営業利益

**5,060**百万円

(前期比20.6%減)

≫ 売上高の推移 (単位:億円)



## 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。米飯事業では、無菌米飯やレトルト米飯にてバラエティ豊かで健康志向に応える商品を揃えています。その他にもフリーズドライ商品、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。

### 2022年度の振り返り

米飯商品、フリーズドライ商品は需要が高い状況が継続しており、主力商品を中心に販売が好調に推移したことで増収となりました。営業利益は、減価償却費や人件費の減少があったものの、原材料費や動力費の増加の影響により減益となりました。

### 今後の取り組み

既存商品の販売と商品内容の見直しを行い、注目を集める「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進めます。

≫ 売上高

**20,328**百万円

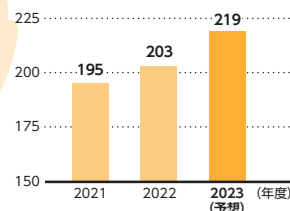
(前期比4.3%増)

≫ 営業利益

**124**百万円

(前期比46.2%減)

≫ 売上高の推移 (単位:億円)



## 冷蔵事業

### 事業内容

冷蔵事業では、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、国内外のさまざまな冷凍・冷蔵食品を適切な温度で保管・配送等を行う、物流サービスを提供しています。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も努めています。

### 2022年度の振り返り

冷蔵倉庫料金の価格改定に努め、また、コロナ禍からの経済活動の正常化が進んだことにより、保管品や配送品の取り扱いも増加したことで増収。営業利益は、大幅な電力料金の値上げにより動力費増加、運送・人件・補修費等の経費も増加となり減益となりました。

### 今後の取り組み

魅力ある物流サービスを積極的に提案し、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むことで、冷蔵倉庫の利用拡大と顧客満足度向上に努めていきます。



### ≫ 売上高

**22,888**百万円

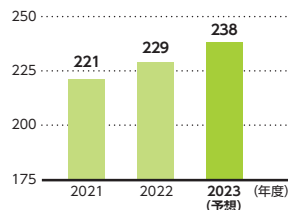
(前期比3.4%増)

### ≫ 営業利益

**1,851**百万円

(前期比21.0%減)

### ≫ 売上高の推移 (単位:億円)



## その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

### 2022年度の振り返り

主に弁当・惣菜事業について、増収となりましたが、営業利益は減益となりました。

### 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。

### ≫ 売上高

**35,196**百万円

(前期比4.2%増)

### ≫ 営業利益

**652**百万円

(前期比14.9%減)

## 会社概要

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 (2023年3月末)
従業員数 (連結)	4,745人 (2023年3月末)
売上高 (連結)	4,358億円 (2022年度)
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 代表者	森 和夫 会長 堤 殷 副会長 今村 将也 社長 住本 憲隆
事業所数 (東洋水産(株)単体)	工場 7カ所、 冷凍冷蔵庫 16カ所、 支店・営業所 29カ所
グループ会社	31社 (海外9社含む)

## 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 <a href="https://www.maruchan.co.jp/">https://www.maruchan.co.jp/</a>
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	〒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
(電話照会先)	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 (プライム市場)

東洋水産では、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。



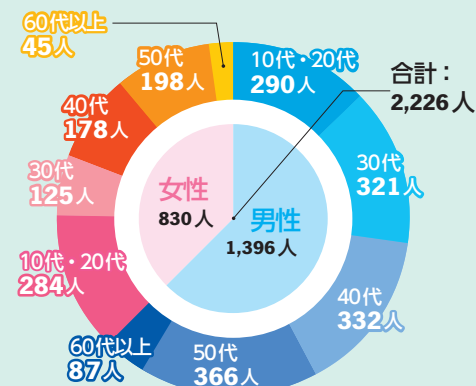
<https://www.maruchan.co.jp/ir/>



## 従業員データ

(2023年3月31日現在)  
東洋水産(株)単体

### ●従業員構成比



### ●平均年齢

**40.9** 歳

### ●平均勤続年数

**15.9** 年

### ●育休取得率

男性 **8.0%** / 女性 **100%**

### ●女性管理職 (課長級以上) 人数 / 比率

**15** 人 / **6.2%**

### ●障がい者雇人数 / 比率

**54** 人 / **2.24%**

### ●管理職 (課長級以上) に対する ダイバーシティ勉強会実施回数\*

**31** 回

### ●コンプライアンス勉強会実施回数\*

**96** 回

※グループ会社での実施を含む