

# 東洋水産グループ 2022

コミュニケーションレポート



食を通じ、皆さまに笑顔をお届けしたい



**Smiles for All.**  
すべては、笑顔のために。



お客さまに  
笑顔



社会に  
笑顔



次世代に  
笑顔



社員に  
笑顔



地球に  
笑顔

“食を通じ、皆さまに笑顔をお届けしたい”

私たち東洋水産グループは、  
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。

自然に笑顔があふれるようなおいしさを、食卓へ。  
いつまでも変わらず、安全で安心な製品を、世の中へ。

“すべては、笑顔のために。”

私たちはこれからも取り組んでまいります。

## 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。



表紙の写真は、2021年度に実施したCSR活動の写真です。

## 目次

- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| 1 東洋水産グループ<br>スローガン                                   | 9-10 お客さまに笑顔                     |
| 2 東洋水産グループ<br>CSR活動方針・目次・<br>編集方針                     | 11-12 社会に笑顔                      |
| 3-4 TOP MESSAGE                                       | 13-14 次世代に笑顔                     |
| 5-6 <b>特集1</b> マルちゃん<br>麺づくり<br>発売30周年、<br>そしてさらなる進化へ | 15-18 地球に笑顔                      |
| 7-8 <b>特集2</b> お客さまの多様なニーズに<br>応える商品づくり               | 19-20 社員に笑顔                      |
|   | 21-22 My Smile Voice             |
|   | 23-24 コーポレート・<br>ガバナンス           |
|   | 25-26 数字で見る<br>東洋水産グループ          |
|   | 27-30 決算情報、<br>セグメント別概要・<br>会社概要 |

## 編集方針

東洋水産グループは、幅広いステークホルダーの皆さまに、東洋水産グループをより知っていただくため、2015年度より「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/>



# 「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。



東洋水産は2023年3月に創業から70周年を迎えます。原点である「やる気と誠意」の精神を受け継ぎながら、創業から培ってきた経験と、多岐にわたる事業領域を展開している強みを活かして、世の中に「笑顔」と「健康」をお届けします。次の10年、そして100年企業に向け、これからも持続可能な社会を見据え、さまざまな社会課題の解決に挑戦することにより、皆さまから信頼され、必要とされ続ける企業を目指してまいります。

新3ヵ年中期経営計画は、創業100年への目指すべき姿を実現するための「将来の成長に向けた礎を築く3年間」と位置づけました。

未来を見据えた「飽くなき進化」をテーマに、部門の垣根を超えた4つの基本戦略に取り組み、最終年度には、過去最高となる売上高4,300億円、営業利益420億円を目指します。

国内では、既存事業での持続的な収益確保に加え、やわらか食、魚惣菜冷食など、新たな事業領域への挑戦を開始しました。また、今後東洋水産グループの持続的成長に必要不可欠な海外事業は、米国、中南米、

インドでの取り組みを継続します。中長期にわたる成長を意識した投資を行い、経営基盤強化、社会課題・環境への対応も進めてまいります。

いまだ新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響は不透明で、東洋水産グループを取り巻く環境の変化は、より早く、大きくなってまいります。謙虚な気持ちとチャレンジ精神を忘れずに、社業の発展と「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。

代表取締役社長 今村 将也

食を取り巻く  
環境課題

- 気候変動
- 持続可能な原材料調達

食を取り巻く  
社会課題

- 少子高齢化社会
- 食品ロス

- 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

部門を超えた連携



基本戦略

- 1 新たな食文化・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

2019-2021  
中期  
経営計画

2022-2024  
新中期  
経営計画

2023年3月

創業  
**70**  
周年

「食」の事業を通じ「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

社員に  
笑顔

地球に  
笑顔



SDGsへの貢献



東洋水産グループの  
持続的な成長

## 特集1

# 「マルちゃん 麺づくり」

## 発売30周年、 そしてさらなる進化へ

1992年の発売以来、多くのお客さまに愛され、30年にわたるロングセラー商品に成長しました。今後もさらなる進化を続け、食卓に笑顔をお届けします。

### “麺”へのこだわり

#### おいしい“麺”のための、きめ細やかなこだわり

のど越しがよく、つるつるとした食感、コシのある確かな食べ応え。

おいしい“麺”をつくるために、「麺づくり」は、原料の配合から、練り、蒸し、乾燥まで、一つひとつの工程に徹底したこだわりを持って開発に取り組んでいます。

例えば、原料となる小麦粉を厳選しているのはもちろん、調味料の配分、小麦粉と加水調味液を混ぜ合わせる工程にも「麺づくり」ならではのこだわりがあります。工場では、その日の気温や湿度に合わせて麺の生地の状態を確認しながら調整しています。

#### 「麺づくり」はノンフライ麺

“ノンフライ麺”は、揚げ油を用いず、温度・湿度を微妙にコントロールした熱風を使用し、時間をかけて乾燥させています。しっとりとしたなめらかな麺に仕上げ、より“生麺”に近い食感を追求しています。

1992年

★ 麺づくり誕生  
麺を油で揚げないノンフライカップ麺として「しょうゆ」味と「みそ」味の2フレーバーで誕生。



2000年

麺をリニューアル  
麺は、従来の特徴だった“コシ”を残しながら、ほぐれやすく歯切れのよいものに。

30 YEARS

麺づくり発売30年のソクセキ



2022年

30周年を迎え、さらなる進化にご期待ください

「しょうゆ」と「みそ」という2フレーバーで誕生した「麺づくり」ですが、現在は「鶏ガラ醤油」「合わせ味噌」「旨コク豚骨」「鶏だし塩」「担担麺」「醤油とんこつ」という6種の王道フレーバーを軸に、季節やトレンドに沿った特徴的な期間限定商品も販売。

### “相性”へのこだわり

#### おいしい“麺”とおいしい“スープ”の最適な組み合わせのために

「麺づくり」には、最後まで飲み干せて飽きのこない、ホッと安心できる味わいのフレーバーがあります。それぞれの“スープ”との相性を考え“形”や“太さ”の異なる麺を使用しています。

“麺”と“スープ”の最適な組み合わせで全体のバランスにこだわっています。

#### 家族みんなに愛される王道ラーメンを目指して

当社のお客さま相談室にも、長年ご愛顧いただいているお客さまより、多くの応援の声をいただいています。お客さまの期待を裏切らないよう、今後もブランドを成長させていきます。

# お客さまの多様なニーズに応える商品づくり

東洋水産グループでは、安全・安心な商品・サービスの提供、既存商品の進化とともに、新たな価値創造に向け、新技術を取り入れた商品の提供に挑戦しています。

新たな事業領域に挑戦!

## 超高齢化社会を意識した「やわらか食品」の提供

健康で長生きできる社会を目指して。

加齢により嚥下機能が低下すると、喫食可能なメニューが限られるため、食べやすいメニューの種類の充実が求められています。その課題解決にもつながる、「おいしく」かつ「やわらかい」商品を開発し、発売を開始しました。東洋水産グループの総合力を活かした商品の提供を 2022 年度から展開し、「やわらか食品」の品ぞろえを強化していきます。

### 「やわらかソース焼そば（野菜入り）」の発売

第1弾は、東洋水産らしく焼そばが登場

当社初めての「やわらか食品」として、嚥下機能の低下した方を対象に業務用焼そば（冷凍）を発売しました。コンセプトは「いつまでも食べられるマルちゃんが作った焼そばらしい焼そば」。これまで食べてきた焼そばの素材感と風味を活かしています。やわらかい焼そばを提供する場合、麺や野菜をさざんだり、長時間のボイル等が必要でしたが、それらが不要となります。介護施設等の利用者の皆さまへ同一のメニュー提供が実現でき、簡便性の向上や時短につながります。



#### やわらか焼そばの特徴

- 食べやすい長さの麺（通常の麺の約半分）
- 麺も野菜もやわらか
- 旨味と甘味のある味わい

麺およびその製法について [特許出願中](#)

袋麺の新ジャンルに挑戦!

## 自宅で手軽にお店品質の一杯「マルちゃんZUBAAAN!」新発売



ラーメン好きのど真ん中。

食べた瞬間に脳と心に「ZUBAAAN!」と“響き”、“記憶に残る”インパクトのある味わいに仕上げています。お店品質の本格的な味わいのラーメンを、お家で手軽に、より多くのお客さまに楽しんでいただけることを目指した商品です。



マルちゃんZUBAAAN!  
背脂濃厚醤油 3食パック



マルちゃんZUBAAAN!  
旨コク濃厚味噌 3食パック



マルちゃんZUBAAAN!  
にんにく旨豚醤油 3食パック

まるでお店品質! 生麺食感製法

新製法により、乾燥麺でありながら熟成麺のようなコシがあり、まるでお店で食べているような生麺食感が味わえます。

麺の内部を緻密にすることで、弾力と粘りがある熟成麺のような食感にしました。それぞれのフレーバーごとに異なる太さの麺を使用し、ラーメン専門店のイメージに近づけました。



濃厚でインパクトのある本格的なスープ!

お店品質にこだわった、本格的な今までにないスープの“味濃さ”と“風味”が記憶に残る味わいです。

「背脂濃厚醤油」は、自家製だしと醤油の旨味に、野菜の甘味とにんにく、さらに背脂を加えた濃厚醤油スープです。「旨コク濃厚味噌」は、自家製だしと味噌のコク、ざらつき、脂感をしっかりと利かせた濃厚味噌スープです。

「にんにく旨豚醤油」は、豚の旨味と豚脂・醤油・にんにくの旨味をしっかりと利かせた超濃厚な豚骨醤油スープです。



調理例

# お客さまに 笑顔



東洋水産グループ  
の商品の前に笑顔

## 主な取り組み

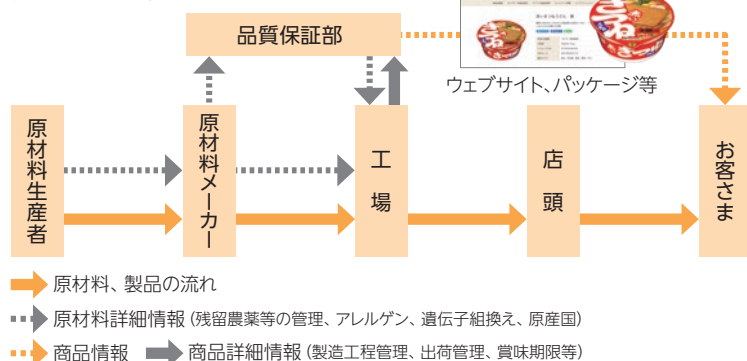
### 新たなる食文化の 創造と育成

- 01 安全・安心な食の提供
- 02 健康寿命延伸への貢献
- 03 社会課題解決商品の開発

#### 安全・安心な食の提供

お客さまに安全・安心な商品・サービスをお届けするためのさまざまな取り組みを行っています。例えば、国内のグループ全体でISO9001など第三者機関による認証取得を推進しており、2021年度もFSSC22000の登録範囲やJFS-B規格の取得事業所を拡大し、商品の開発から製造・出荷まで品質を保証する体制を整えています。さらに冷蔵庫では通販需要の伸長に対応し、情報セキュリティに関するISO27001の取得を進めています。また、お客さまに商品の安全性や品質・表示について情報提供できるように、原材料情報を管理するトレーサビリティシステムを構築しています。

#### トレーサビリティシステム



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 ジェンダー平等を實現しよう
- 12 つくる責任つかう責任

WEB [お客さまに笑顔]への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからもご覧いただけます。

商品について  
<https://www.maruchan.co.jp/products/>



安全・安心への取り組みについて  
<https://www.maruchan.co.jp/csr/safety/>



#### 健康寿命延伸への貢献

健康寿命延伸への貢献を目的とした商品の提供を行っています。減塩、無添加や機能性表示食品の他、野菜や玄米・麦・雑穀といった素材などの各種栄養機能に着目し、さまざまな消費者ニーズ、売場展開に対応する健康を意識した商品群の開発、販売を行っています。また、超高齢化社会を見据え、東洋水産グループが長年こだわってきた水産素材やだしの分野などの強みも活かした、食の楽しみと健康につながる商品を拡充していきます。



うまいつけ 塩分オフ  
きつねうどん



だし素 鰹あじ 無添加  
96gトレー入り



玄米と麦のぞうすい  
豆入り



パリパリ無限  
キャベツのもと 1食入



玄米ごはん



さばのレモン焼



熟成銀鮭の塩焼

#### 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対し、商品やサービスを通じて貢献する、新たなる食文化の創造と育成を目指しています。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、多様化する家庭内調理に対応するレシピの提案を当社ウェブサイト他、各種メディアを通じて行っています。また、災害時の食料の確保を想定し、いつもの「おいしい」を「もしも」に役立ててもらうための、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、社会課題解決に向けた商品を提供することで、お客さまに笑顔をお届けします。



さっぱりトマトとツナの焼そば



オリジナルレシピサイト

WEB オリジナルレシピサイト  
<https://www.maruchan.co.jp/recipe/>



# 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。



「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/>



## 主な取り組み

### 循環型社会への 貢献

- 01 食品ロスの削減
- 02 地域社会との活動
- 03 持続可能な資材の調達

食品ロスをテーマとした東京大学の学生への研修の様子

### 食品ロスの削減

食品ロスの削減に向けて、原材料の受け入れから商品開発、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全体で貢献できる取り組みを行っています。原材料の有効活用や一部商品の賞味期限の延長、年月日表示から年月表示への切り替え、製造上のロスをなくす取り組みを行うとともに、ご家庭の冷蔵庫で余りがちな野菜などの常備食材の消費を促進する商品を開発しています。また、生産・在庫管理の精度向上を通じて、廃棄される商品の削減にも取り組んでいます。その他、フードバンクや子ども食堂へ食品を寄贈し、本来ならまだ食べられる食品の廃棄削減につながる活動を行っています。

2021年度に賞味期限を延長した商品の一例



フライパンでお手軽!  
チャンポン 2人前  
賞味期限: 15日 → 21日

6日延長



まぜら〜 濃厚にんにく醤油  
まぜそば 2人前  
賞味期限: 21日 → 30日

9日延長

### 地域社会との活動

各事業所の近隣の方々を対象とした工場見学の受け入れ、地域の清掃活動やスポーツなどのイベントの支援や協賛、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などを行っています。例えば、北海道事業部では、所在地である小樽市とのパートナーシップ協定の継続、地元の祭りやスポーツイベントへの協賛、生涯学習センターでの食育講座の実施、災害時の物資提供など、「いつも身近な存在でありたい」というビジョンのもと、活動しています。また、障がい者雇用の促進と働きやすい環境の実現にも努めています。例えば(株)フレッシュダイナーの山形工場では、県内の自治体やNPO団体との連携により就労支援を行うことで、障がい者雇を増やすとともに長期就業ができる作業環境を整えています。



(株)フレッシュダイナー本社

### 持続可能な資材の調達

環境・社会・人権等に配慮した持続可能な資材の調達を開始しています。パーム油については、調達先各国の法令や規制を順守するとともに、熱帯雨林や高炭素貯蔵地の保護・人権の尊重・トレーサビリティの確立に向け、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おり、2021年度はRSPO認証パーム油(マスバランス・ブック&クレーム)への切り替え率が77%となっています。紙資源については、カートンやパッケージのFSC認証紙への切り替えを開始しています。



マルチャンインク テキサス工場

# 次世代に 笑顔

次世代の社会を担う子どもたちの  
健やかな育成をサポートし、明るい  
笑顔を守ります。



「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/>



相模工場の見学会の様子

## 主な取り組み

### 子どもたちの健やかな 成長をサポート

- 01 地域社会との取り組み
- 02 企業訪問の受け入れ
- 03 スポーツ支援

#### 地域社会との取り組み

食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会を実施しています。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まや次世代の社会を担う子どもたちに伝える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。2021年度は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、宮城県農業高等学校の「米どころ宮城 冬の森べっぴんスープ」が優勝しました。



2021年度優勝した宮城県農業高等学校のメンバー

#### 「工場見学会と出張授業」

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工場見学会や、出張授業を行っています。八戸東洋(株)では、2015年度から地元の青森県八戸市の小学校を対象に「フリーズドライスープ」をテーマとした出張授業を実施しています。2021年度は、市内の中学校と高等支援学校での出張授業も開始し、合計215人が参加しました。また、2021年度からの新規取り組みとして、フクシマフーズ(株)にて「お米」をテーマとした工場見学会を実施しました。そして海外グループ会社のマルチャンインクでは、9月にカリフォルニア大学アーバイン校にて、学生への支援と当社ブランドの理解を深めることを目的として、新入生を中心とした約4,000人に、商品の紹介と配布を行い、交流を図りました。



八戸東洋(株)による八戸市内の小学校での出張授業の様子

#### 企業訪問の受け入れ

学生の就労体験やインターンシップ、キャリア教育や職業教育に協力し、企業訪問や職業訓練実習などを受け入れています。本社では、修学旅行や研修授業で中高生の訪問を受け入れ、当社の事業の紹介などを行っています。2021年度には、宮城東洋(株)が支援学校へ通う生徒の将来的な自立に向けた就労体験インターンシップの受け入れを行いました。

#### スポーツ支援

スポーツイベントの実施や後援を行っています。1986年より、柔道を通じ、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。本大会に際しては、全日本柔道連盟や各都道府県の柔道連盟のご協力をいただいています。2020年度、2021年度は実施を見送りましたが、2022年度は感染対策を行い実施しています。

「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ご確認いただけます。  
<https://www.maruchan.co.jp/event/maruchan/>





# 地球に笑顔



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

## 主な取り組み 環境対応の 推進

- 01 気候変動への対応
- 02 生物多様性の保全
- 03 水資源の保全

### 気候変動への対応

#### 環境マネジメント体制の強化と環境目標

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を推進しています。また、内部監査員資格を持つ社員で構成されたチームによる定期的な監査を実施しています。特に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おり、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。

#### 2030年度東洋水産グループ環境目標

- CO<sub>2</sub> 排出量 (原単位) ..... 20%削減
- 産業廃棄物量 (原単位) ..... 15%削減
- 産業廃棄物の再資源化率 ..... 99.5%維持
- フロン漏洩量 (CO<sub>2</sub> 換算) ..... 85%削減
- 水使用量 (原単位) ..... 10%削減
- 認証パーム油への代替 ..... 100%
- 主要取扱魚種 (魚卵・鮭鱒・海老) のMSC等  
漁業認証原料取扱い ..... 70%

※対象は国内グループ全体  
※原単位は国内連結売上高を基準として算出  
※削減目標については2018年度比

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 パートナシップで目標を達成しよう

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

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



### CO<sub>2</sub> 排出量削減への取り組み

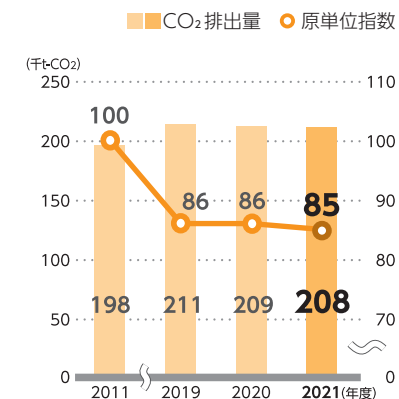
CO<sub>2</sub> 排出量削減に向け、各工場や冷蔵庫の設備面では、ボイラー燃料の重油から天然ガスへの転換、フロン冷媒から自然冷媒 (アンモニア・CO<sub>2</sub>) への更新、省エネタイプの高効率機器の導入やLED照明への切り替えなどを実施しています。また、一部事業所ではバイオマス発電や太陽光発電で作られた電力などの再生可能エネルギーを利用しています。運用面では、製造機器や冷凍機の効率的な運転や点検の強化を行っています。2021年度には、関東工場と埼玉工場にて専門家による省エネ診断を実施しました。

物流面では、モーダルシフトの推進、需給予測精度の向上などに取り組んでいます。



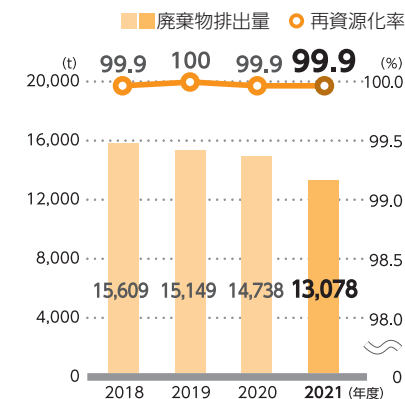
関東工場の太陽光発電パネル

#### ● CO<sub>2</sub> 排出量と売上高原単位



排出量は各事業所での省エネ推進や冷蔵庫の冷凍機設備更新、物流での船便の活用等によりやや減少し、原単位も改善されました。

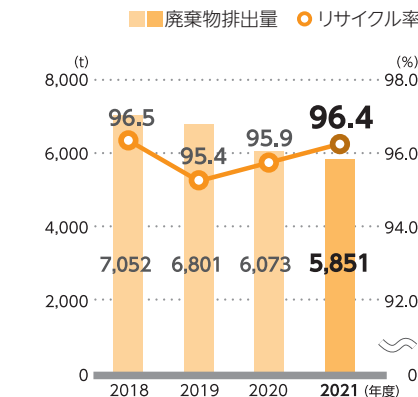
#### ● 産業廃棄物排出量と再資源化率



排出量は各工場での歩留り向上や一部工場での汚泥肥料化の取り組みにより減少し、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

(東洋水産(株)単体)



排出量は各工場での製造ロス削減推進に加え、一部工場での麺残渣の処理方法変更等により減少し、リサイクル率は目標値95%以上を維持しています。

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

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、海洋資源の保全は重要な使命の一つだと考えています。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・ASC認証原料を取り扱っています。他にも、日本の自然・産業・食文化を反映した「日本発世界に認められる水産エコラベル」を目指すマリン・エコラベル・ジャパンに加盟しています。また、水産資源の保護・育成と水産業や観光業における地域活性化を目的とした稚魚の放流活動やウナギの完全養殖の量

産・事業化の研究を行っています。その他、関東工場では、工場周辺の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。専門家のご指導のもと、自生している絶滅危惧種の「マツカサススキ」や「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。

「ウナギの研究活動」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/csr/society/unagi.html>



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ける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、工場における水の再利用の促進や、雨水をトイレの洗浄水に利用するなどして水の使用量の削減に努めています。また、工場からの排水を微生物処理により浄化して放流する他、事

業所近隣の河川の清掃活動なども行っています。



埼玉工場から出る排水の放流先流域の池

# 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。



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

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



第18回  
TSグループ  
大運動会の様子

## 主な取り組み

### 多様な人材が健康で 活躍できる職場づくり

- 01 健康経営の推進
- 02 ダイバーシティ推進
- 03 労働安全衛生

#### 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」や「ストレスチェック活用セミナー」の開催、社員の身体とメンタル、双方のストレス軽減につなげる「こころとからだの健康相談窓口」を設置しています。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TSグループ大運動会を開催しています。また、2022年3月には「健康経営優良法人」に、昨年度に引き続き(株)シマヤ、八戸東洋(株)、(株)酒悦が認定されました。(株)シマヤでは女性特有の健康課題への認識を社員の性別を問わず共有することや被扶養者の健康診断の推進を目的とした「男女共に学ぶ 女性の健康セミナー」を実施しました。



「第18回TSグループ大運動会」での体力測定の様子

#### ダイバーシティ推進

##### 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。

##### 持続的成長に向けた3つの行動

- **チャンス (Chance)**  
働きやすい職場環境と多様な機会を整える
- **チャレンジ (Challenge)**  
柔軟な思考を持ち、新たな領域に挑戦する
- **チェンジ (Change)**  
社員も組織もさらに成長するために変化する

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会社の成長に重要であると考えています。ダイバーシティ推進に関する社員の意識調査アンケートを2年に1回実施し、実態の把握に努めるとともに、ダイバーシティの推進を目的とした勉強会や、社内報、ポスターなどを使った啓発活動を行っています。各職場では、ダイバーシティの実現に向けた目標を設定し、四半期ごとに実施状況の確認と見直しを行いながら推進しています。2021年度は「アンコンシャス・バイアス」をテーマに啓発活動を実施しました。今後も「東洋水産グループのダイバーシティに関する基本方針」に基づき、持続的成長に向けたダイバーシティ推進の3つの行動の実現に向け、さまざまな施策に取り組めます。

#### 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、東洋水産グループでは、社員の安全と健康の確保が大切だと考え、職場の労働安全衛生に積極的に取り組んでいます。2021年度は新型コロナウイルス感染症の拡大に対して、全社的に時差通勤やテレワーク、ICT環境の整備、ウェブ会議やウェブセミナーの活用を進めました。また、職場の安全の改善や維持のために、安全衛生委員会の開催や安全パトロール、勉強会や安全教育デモ機を使用した安全教育の推進、労働負荷を軽減する機器の導入を行っています。他にも地震・停電・火災など緊急時の対策として、防災物資の確保や避難訓練などを行っています。関西工場、大阪冷蔵部および九州事業部では、労働安全衛生を継続的に維持・向上するために、国際規格であるISO45001を取得しています。



フクシマフーズ(株)のデモ機を使用した安全教育の様子

# 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



フクシマフーズ株式会社  
由上 毅

#### 衛生セミナーの実施

全従業員を対象に衛生セミナーを実施しています。今回は「工場における微生物汚染の予防」をテーマに実施しました。製造現場の汚れを微生物の増殖という視点から捉え、発生や予防について学びました。無菌米飯を中心とした米飯製品を安全に製造し、お客さまに安全・安心な商品をお届けできるように取り組んでいます。



衛生セミナー受講の様子

### 地球に笑顔



甲府東洋株式会社  
阿部 恵太

#### 工場周辺の河川清掃への取り組み

春と秋の年に2回、工場周辺の河川清掃を実施しています。新型コロナウイルス感染症のため、地域の方が毎年楽しみにしてくださっている当社の納涼祭が開催できないなか、清掃活動は近隣の方と触れ合う貴重な機会となっています。地域貢献につながる行事に参加できてうれしく思い、今後も大切にしていきます。



河川清掃の様子

### 包装資材の削減に関する取り組み

加工食品は、食品の保護や保存などの目的で多くのプラスチック資材を使用しています。今回、企画部門や製造部門など関係各所と連携し、チャーハンの素2品の包材サイズを小さくする取り組み、約2割のプラスチック資材の削減を行いました。1品ごとの削減量は小さくとも、これからも持続可能な社会に向けた商品開発に取り組みます。



焼豚  
チャーハンの素  
4袋入



えび塩  
ガーリック  
チャーハンの素  
4袋入

### 社会に笑顔



総合研究所  
千坂 充宏

### 社員に笑顔



マルチャンインク  
Ci En Khong

#### 違いを受け入れる多様性のある職場

マルチャンではさまざまな人種の方々働いており、複数の言語が話されています。東南アジア、北米、東欧出身の同僚が互いを助け支え合い、チームとして団結して、違いを歓迎し、さまざまな視点を尊重しています。それは開発にも活かされ、米国を含む多文化国家に多様な商品を提案できると信じています。多様性ある職場に感謝しています。

#### 多様性と自己成長のある職場

私はマルチャンに入社し、さまざまな職務経歴と文化を持つ、とても素敵な聡明で創造的な仕事仲間を得ることができました。私たちは、日々、知識や意見の交換を行い、新しいことを学んでいます。従業員が意欲的で、互いに刺激を受け、目標を共有しているマルちゃんの文化に触れ、そこに自分が参画していることに価値を感じています。



マルチャンインク  
Marina  
Kostadinov

### 次世代に笑顔



北海道事業部 北海道冷蔵部  
松本 瑞穂

#### 国土交通省北海道運輸局主催「物流体験会 in 石狩湾新港 2021」に協力

今回で2回目となる石狩湾新港・各企業と合同による札幌国際情報高等学校(120人)への物流体験会に参加しました。物流現場で扱う商品や業務内容、港湾のコンテナ商材の流れを実際に体験し、物流産業の重要性を感じていただきました。一人でも多く物流業界に関心を持ってもらい、将来の職業の選択肢につなげてもらいたいと思います。

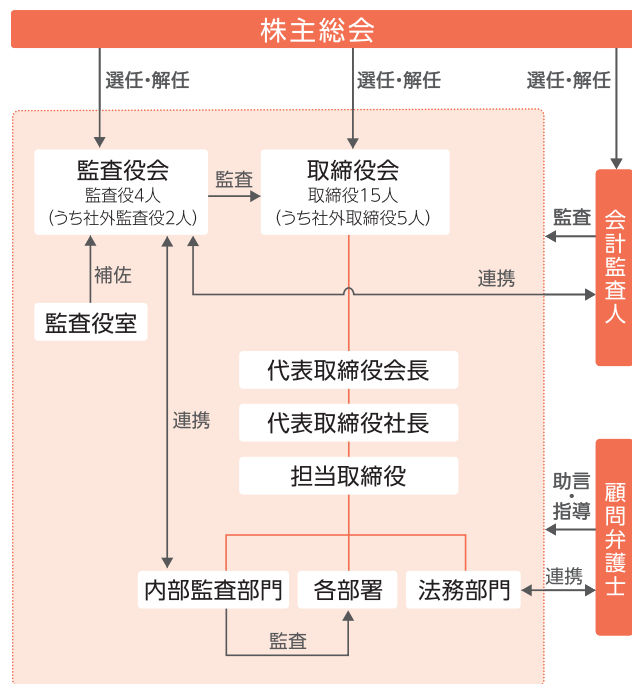


冷蔵庫内見学の様子

# 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 (2022年6月23日株主総会后)



東洋水産グループのコーポレート・ガバナンスについ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>



## 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。

## 財務報告に係る内部統制

金融商品取引法に基づく「内部統制報告制度」に対応するために、金融庁の基準に示されている内部統制の基本的な枠組みに準拠して、財務報告に係る内部統制を構築しています。

## コンプライアンス体制

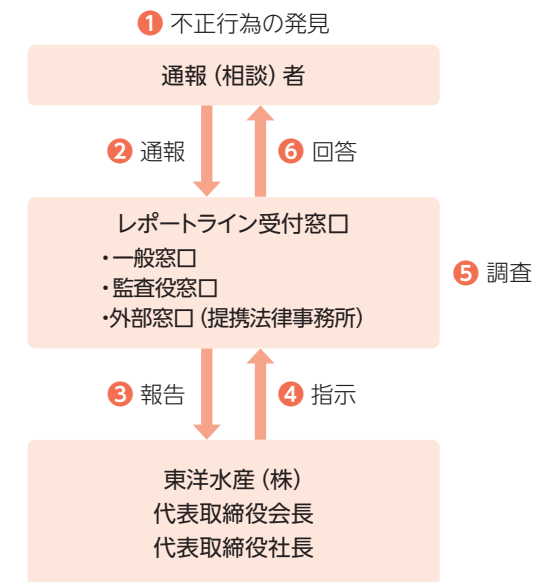
東洋水産グループでは、「コンプライアンスとは法令のみならず社内ルール、良識・モラルといった社会倫理、道徳なども含めて守ること」だと考えています。そして、それを実践することが、「ステークホルダーの信用・信頼に応えることにつながる」ということを、一人ひとりに浸透させるため、以下の活動を推進しています。

- 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

## 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。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





# 東洋水産グループ

— 2021年度 —

## 会社概要



連結従業員数

**4,839**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

2023年3月

創業  
**70**  
周年

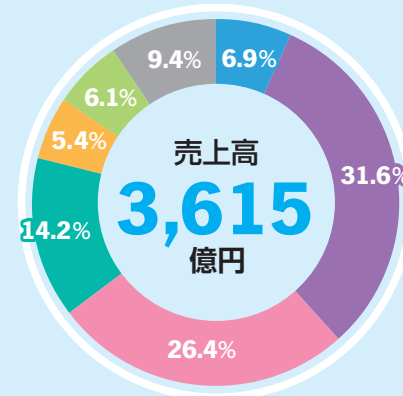
## 売上高



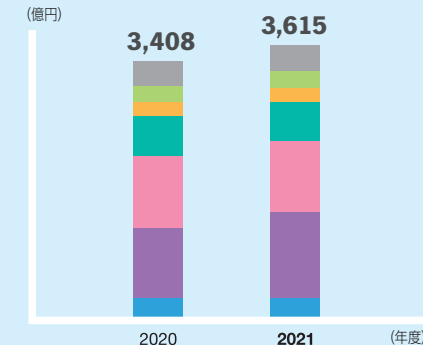
- 水産食品事業
- 海外即席麺事業
- 国内即席麺事業
- 低温食品事業

- 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\*



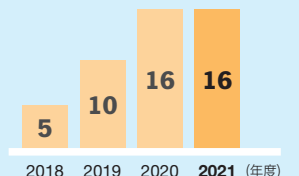
※「収益認識に関する会計基準」及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」を2021年度の期首より適用しており、2020年度については当該会計基準等を遡って適用した後の数値です。

## 安全・安心



FSSC 22000 取得状況\*

2021年度まで  
**16**事業所



※ 2021年度は、3事業所において登録範囲を拡大しました。

## 環境データ



CO<sub>2</sub> 排出量

**208** 千t

産業廃棄物量

**13,078** t

エネルギー使用量

**4,624** TJ

産業廃棄物の再資源化率

**99.9** %

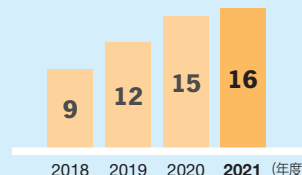
水使用量

**5,044** 千m<sup>3</sup>

冷蔵庫のフロンから自然冷媒への代替状況

2021年度まで

**16** 施設



## 環境目標

	2021年度目標	2021年度実績
CO <sub>2</sub> 排出量の削減 (原単位)	<b>20</b> %削減	<b>15.0</b> %削減
産業廃棄物量の削減 (原単位)	<b>10</b> %削減	<b>18.7</b> %削減
産業廃棄物の再資源化率の維持 (最終的にゼロエミッションの達成)	<b>99.5</b> % 以上の維持	<b>99.9</b> %
フロン漏洩量の削減 (kg 換算)	<b>83</b> %削減	<b>85.0</b> %削減

※ 対象は国内グループ全体  
※ 原単位は国内連結売上高を基準として算出  
※ 削減目標については2011年度対比

# 決算情報、セグメント別概要

第74期(2021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74期決算情報

売上高・利益の推移(単位:百万円)

	第73期 2020年度*	第74期 2021年度	第75期 2022年度(予想)
売上高	340,841	361,495	405,000
営業利益	36,460	29,737	36,500
売上高営業利益率	10.7%	8.2%	9.0%
経常利益	38,697	31,834	38,000
親会社株主に帰属する当期純利益	29,070	22,414	27,000

※「収益認識に関する会計基準」及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」を2021年度の期首より適用しており、2020年度については当該会計基準等を遡って適用した後の数値で前連結会計年度との比較・分析を行っております。

## 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。

#### 2021年度の振り返り

外出自粛等による影響で、コンビニエンスストア向け商品の販売量が減少しましたが、スーパーの惣菜部門や宅配事業向けの販売が伸長したことにより増収。営業利益は、魚卵の原価率改善や出荷数の増加等により増益。

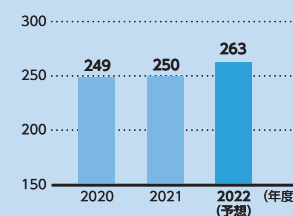
#### 今後の取り組み

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  
**25,017**百万円  
(前期比0.5%増)

営業利益  
**161**百万円  
(前期比917.0%増)

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MARUCHAN, INC.を設立し、現在では米国に4ヶ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提供しています。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。

#### 2021年度の振り返り

カップ麺を中心に販売数量の増加と米国・メキシコ等での価格改定実施により増収。営業利益は、主原料価格上昇による原材料費の増加、運賃単価上昇による物流費の増加等により減益。

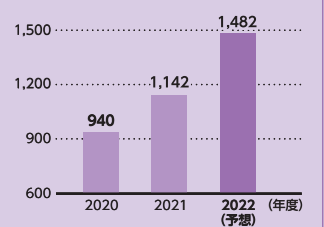
#### 今後の取り組み

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  
**114,235**百万円  
(前期比21.5%増)

営業利益  
**10,057**百万円  
(前期比37.5%減)

売上高の推移(単位:億円)



### 国内即席麺事業



#### 事業内容

国内即席麺事業は、1961年よりお客さまにさまざま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」「緑のためき天そば」等のロングセラー商品の他、2011年には「マルちゃん正麺」、2015年には「マルちゃん正麺 カップ」、2017年には「MARUCHAN QTTA」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。

#### 2021年度の振り返り

カップ麺は和風シリーズや「MARUCHAN QTTA」「麺づくり」「ごつ盛り」が堅調に推移し増収。袋麺は「マルちゃん正麺」を中心に拡売に努めたものの減収。その結果、売上高は減収。営業利益は販売促進費等の増加により減益。

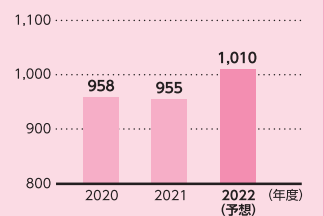
#### 今後の取り組み

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  
**95,528**百万円  
(前期比0.3%減)

営業利益  
**10,849**百万円  
(前期比18.5%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発信し、簡便性や健康ニーズに対して積極的に取り組んでいます。新規喫食シーン・新用途拡大のため、他カテゴリーとクロス販売を仕掛けています。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。

### 2021年度の振り返り

生麺は家庭での内食需要が継続する中、主力商品を中心に拡売に努めたものの減収。冷凍食品は外出自粛等による影響で業務用需要が縮小傾向。その結果、売上高は減収。営業利益も売上高の影響等により減益。

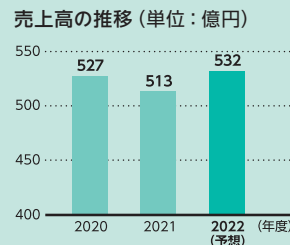
### 今後の取り組み

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。また、内食需要が高まる中、生麺類の喫食機会を増やすため、メニュー提案の充実を図っていきます。



売上高  
**51,311**百万円  
(前期比2.6%減)

営業利益  
**6,372**百万円  
(前期比6.6%減)



## 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。

### 2021年度の振り返り

安定した取り扱いが見込まれる市販用冷食や市場の成長が見込まれる宅配品などの集荷に努めた結果、増収。営業利益は動力費が増加したが、前年の新冷蔵庫稼働に関する一時費用が無くなったことや主要な経費が前期を下回ったことにより増益。

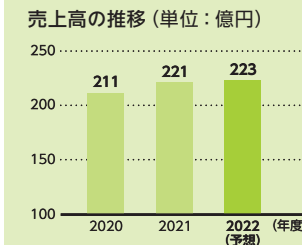
### 今後の取り組み

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  
**22,142**百万円  
(前期比4.9%増)

営業利益  
**2,342**百万円  
(前期比89.1%増)



## 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。

### 2021年度の振り返り

米飯は、無菌米飯が好調。フリーズドライ商品も「素材のチカラ」シリーズ等を中心に販売先を拡大する等、好調に推移し増収。その結果、売上高は増収、営業利益は売上高の増加、人件費の減少等により増益。

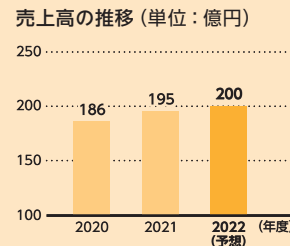
### 今後の取り組み

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  
**19,494**百万円  
(前期比4.6%増)

営業利益  
**230**百万円  
(前期は損失666百万円)



## その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

### 2021年度の振り返り

弁当・惣菜事業は増収、営業利益についても増益。

### 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  
**33,765**百万円  
(前期比0.3%増)

営業利益  
**766**百万円  
(前期比47.5%増)

## 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(2022年3月末)
従業員数(連結)	4,839人(2022年3月末)
売上高(連結)	3,615億円(2021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	森 和夫
代表者	会長 堤 殷 社長 今村 将也
事業所数 (東洋水産(株)単体)	工場 7ヶ所、 冷凍冷蔵庫 17ヶ所、 支店・営業所 28ヶ所
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ください。

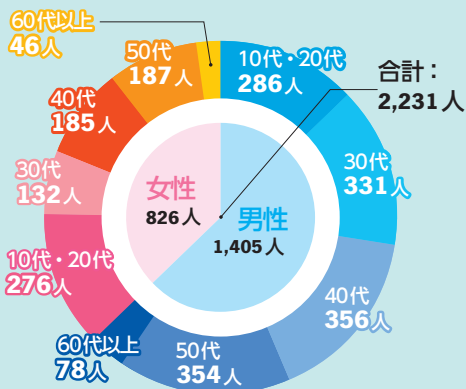
 <https://www.maruchan.co.jp/ir/>



## 従業員データ

(2022年3月31日現在) 東洋水産単体

### ●従業員構成比



### ●平均年齢

**40.7** 歳

### ●平均勤続年数

**15.6** 年

### ●女性管理職 (課長級以上) 人数・比率

人数 **14** 人 / 比率 **5.5** %

### ●障がい者雇用人数・比率

人数 **51** 人 / 比率 **2.10** %

### ●育休取得率

男性 **3.2** % / 女性 **100** %

### ●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\*

**19** 回

### ●コンプライアンス勉強会実施回数\*

**108** 回

※グループ会社での実施を含む