



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。

“食を通じ、みな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。

目次

- | | | |
|---|----------------------------------|--------------------------|
| 1 東洋水産グループスローガン・東洋水産グループCSR活動方針 | 9-10 5つの笑顔・My Smile Voice | 23-24 コーポレート・ガバナンス |
| 2 目次・編集方針 | 11-12 お客さまに笑顔 | 25-26 数字で見る東洋水産グループ |
| 3-4 TOP MESSAGE | 13-14 社会に笑顔 | 27-30 決算情報、セグメント別概要・会社概要 |
| 5-6 特集1 愛されて50周年
マルちゃんのカップ麺 | 15-16 次世代に笑顔 | 裏表紙 株主メモ・従業員データ |
| 7-8 特集2 当社のサステナビリティ
取り組みトピックス | 17-20 地球に笑顔 | |
| | 21-22 社員に笑顔 | |

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、本紙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、2023年度に実施したCSR活動の写真です。

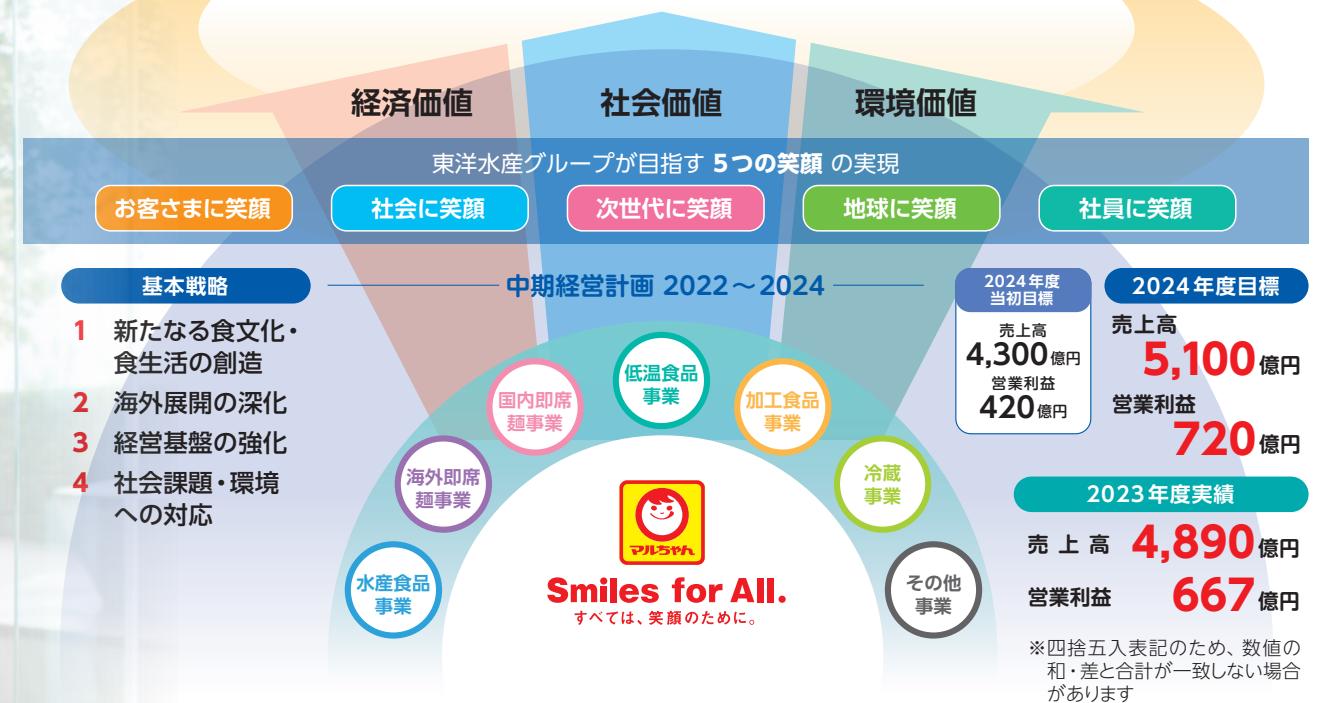


「笑顔」と「健康」をお届けできる
会社を目指して
Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

現3ヵ年中期経営計画は、創立70周年を節目として、2030年、さらにその先の創立100周年の未来を見据えた礎を築く3ヵ年と位置付けて、4つの基本戦略に取り組んでいます。

2020年の年初から始まった新型コロナウイルス感染症への対応だけでなく、その後の地政学リスクの高まりに加え、急激な為替変動や原材料およびエネルギー価格の高騰など、過去に経験がない厳しい事業環境が続いています。そのような中でも、国内外におけるコストアップへの対応策の実行、経営基盤の強化を支える投資や、社会課題・環境への対応に一つひとつ取り組むことで、2023年度は売上高、営業利益、経常利益、純利益ともに過去最高となる結果を残すことができました。

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



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、という想いが込められています。

スローガンの制定から15年が経ち、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、より速く、大きくなっています。それに伴うさまざまな社会課題に対し、食を通じてその解決

に取り組むことは、これからも私たちの重要な役割だと考えています。

国内・海外それぞれの事業の強み、また連携強化によるグループ全体の総合力を発揮することで、食を通じて5つの笑顔を実現し、すべてのステークホルダーから信頼され必要とされる企業であり続けられるよう、社員一同努力をしてまいります。今後もより一層のご支援を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

代表取締役社長 住本 憲隆



1974年
START

東洋水産最初のカップ麺
「ホットラーメン しょうゆ味」
1974年発売

当時の東洋水産の成長には、カップ麺市場への参入は必須でした。ホットラーメンから始まった縦型カップ麺は、その後、「L.L. ノードル」(1984年)、今も販売を継続している「ホットノードル」(1992年)、「本気盛」(2007年)などを経て、2017年発売の「MARUCHAN QTTA」へと引き継がれています。

愛されて **50 YEARS** 周年
マルちゃんの
カップ麺

1974年、東洋水産最初のカップ麺「ホットラーメン しょうゆ味」が発売されました。東洋水産のカップ麺の歴史はここからスタートし、今年で50周年を迎えます。今後もさらなる進化を続け、食卓に笑顔をお届けします。



MARUCHAN QTTAシリーズ

NOW

● 海外の MARUCHAN

1972年12月、米国カリフォルニア州にマルチャンインクを設立し、日本からの輸出・販売を開始しました。当初は袋麺の輸出だけでしたが、1977年3月カリフォルニア州アーバインに工場を建設し、袋麺とカップ麺の製造を開始しました。現在では米国内に4つの製造工場があり、販売先も米国の他、中南米など20を超える国々にマルチャン商品を輸出しています。メキシコでは1989年より事業を開始し、米国とともに高いシェアを誇る人気商品となっています。



1977年
START



Soup 'n Noodles

NOW



Instant Lunch シリーズ

Instant Lunch Select シリーズ

● 新市場の開拓!

1975年和風カップ麺の発売

1970年の発売以来人気を博していた即席袋麺「天ぷらそば」の姉妹品として、「カップ天ぷらそば」を1975年2月に先行して東北、近畿圏の一部で、8月に首都圏で発売しました。9月には関西では縦型カップの「カップきつねうどん」、関東では丼型カップの「カップうどんきつね」を発売し、和風カップ麺という新市場を開拓しました。1978年に「カップきつねうどん」「カップうどんきつね」が「赤いきつねうどん」に、1980年には「カップ天ぷらそば」が「緑のためき天そば」にそれぞれリニューアルし、現在もお客さまにご愛顧いただいています。こうした新しい市場へのチャレンジ精神を受け継ぎ、次世代へとつないでいきます。



1975年
START



カップきつねうどん



カップ天ぷらそば



カップうどんきつね

NOW



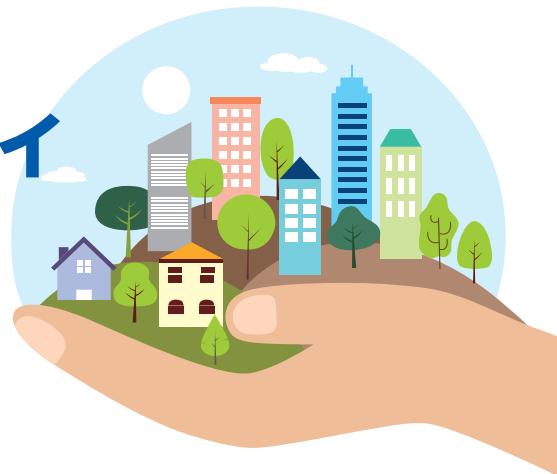
緑のためき天そば



赤いきつねうどん

NOW

当社のサステナビリティ 取り組みトピックス



当社のサステナビリティに関する取り組みについて
2023年度のトピックスをご紹介します。

気候変動に関する情報開示

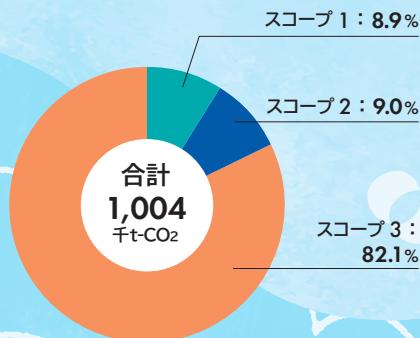
気候変動に関する情報開示の一環として、環境省の「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン」に沿い、国内事業でのサプライチェーン全体における温室効果ガス排出量「スコープ3」を初めて算定しました。2022年度は823.8千t-CO₂でした。今後も継続的にスコープ3の算定・対象範囲の拡大に取り組むとともに、今回の算定結果を踏まえ、サプライチェーン全体でのCO₂排出量のさらなる削減を目指します。また、東洋水

産グループの国内即席麺事業および低温食品事業について、気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 提言に記載されているフレームワークに沿った、将来の複数の異なる平均気温上昇条件※でのリスクと機会に関する対応戦略を分析する「シナリオ分析」を開始しています。

※気候変動により、平均気温上昇が最も低く抑えられるシナリオ (1.5℃シナリオ=1.5℃前後の上昇) および最も高くなるシナリオ (4.0℃シナリオ=4℃前後の上昇) で分析

2022年度スコープ1、2、3算定結果の概要

- スコープ1、2、3排出量の内訳



- サプライチェーン排出量全般

上流	自社		下流
SCOPE 3	SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3
原料の製造、 輸送、通勤など	燃料の 燃焼	電気の 使用	製品の輸送、使用、 加工、廃棄など

上図は「サプライチェーン排出量全般」(環境省)をもとに東洋水産(株)が作成
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/estimate.html

省エネプロジェクト活動の推進

埼玉工場では、省エネ推進体制を構築し、各課の設備におけるムダの削減を積み重ねることにより工場全体として大きな省エネ効果に結びつける活動を行っています。各課より4、5人の委員を選任し、全体として24人の委員とリーダーからなるプロジェクトチームを発足しました。年間での省エネ効果を数値化して目標を設定し、効果をよりわかりやすくすることで、モチベーションの向上にもつなげています。また、活動内容については社外のアドバイザーの意見を参考にしながら進めています。



埼玉工場での省エネプロジェクト活動の様子

2023年度の省エネ委員会の開催回数 **10**回

徹底管理された“安全・安心”品質への取り組み

お客さまに安全・安心な商品をお届けするため、ISO9001やFSSC22000などの第三者機関による認証取得を行うなど、商品の開発から製造・保管・出荷までの品質を保証する体制を整えています。さらに品質保証部ではFSSC22000の内部監査の有効性向上を目指し、内部監査員養成用の教

育テキストを作成するなど研修支援を実施しています。他にも東洋水産グループでは、商品開発時のチェック体制の強化、品質保証部と各工場でのダブルチェックによる品質管理体制やトレーサビリティシステムの構築を行い、グループ全体での品質管理レベルの維持・改善を図っています。

食品安全マネジメントシステム (FSSC22000) 取得状況 **18** 事業所

人材の育成 技術伝承学校の開校

先人の知恵や築いた技術を見つめなおし、次世代に正しく伝えることが新たなモノづくりの基盤になると考えています。先人がチャレンジを繰り返し、創意工夫を重ねてきたモノづくりへの熱意や姿勢を理解することで、それらをさらに発展させた安全と安心そして新たな価値の創造を担う人材の育成に取り組んでいます。2016年度に開校し、グループ内の工場での出張技術伝承学校の他、2018年度からは関東工場にて専用の試作ラインを使用した、より実践的な授業を実施しています。



技術伝承学校の様子

2023年度は **11** の事業所で出張技術伝承学校を実施

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

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。

社会と共有する価値 ▶ 新たな食文化の創造と育成

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。

社会と共有する価値 ▶ 持続可能な社会への貢献

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。

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

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。

社会と共有する価値 ▶ 環境対応の推進

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。

社会と共有する価値 ▶ 多様な人材が健康で活躍できる職場づくり

My Smile Voice 5つの笑顔への取り組み

お客さまに笑顔

マルちゃん夏休み 親子工場見学会を実施

関西工場では毎年夏休みに親子工場見学会を開催し、製造ラインや商品展示等があるPRルームの見学、食育プログラムの講義等を行っています。参加されたご家族の皆さまが笑顔いっぱい楽しんでる姿を拝見すると、こちらもハッピー&パワーを分けてもらい嬉しい気持ちになります。今後も地域に密着した笑顔あふれるCSR活動を継続していきます。



関西事業部
関西工場
井川 和美



工場見学会の様子

社会に笑顔

地域の清掃活動 (コンポストの利用) への取り組み

名古屋支店では月2回敷地内・周辺地域の雑草刈りやゴミ拾いを行っています。2023年8月からは清掃時のゴミ削減を目的に、コンポストによる雑草の肥料化を開始しました。微生物を使用して雑草を分解し、完成した肥料を植物の育成に利用しています。今後も継続し、社会に笑顔を届けていきます。



中京事業部
名古屋支店
赤見 利昂



コンポスト利用の様子

次世代に笑顔

健康を意識した 商品開発への取り組み

『人生100年時代、家庭の定番だし』をコンセプトに、カラダにやさしく、安心して使い続けられる素材にこだわった「優れだし」シリーズを発売しました。本格志向をテーマに素材本来の自然な風味を大切に、和風5品は食塩無添加です。今後も、次世代も見据えた、お客さまの健康で豊かな食生活に貢献できる商品の開発に取り組めます。



(株)シマヤ
堀川 滝護



優れだし和風かつお
5g×8本

地球に笑顔

焼津工場 省エネ委員会での 取り組み

省エネ委員会を通じて、今まで知らなかったいろいろな知識を得ました。私生活の中で何気なく耳にしていた省エネへの取り組みやニュースに興味湧き、耳を傾けるようになりました。省エネ効果を得るには小さな改善の積み重ねが大切だと思います。自分自身はもちろん会社として地球のためにできることを考え、省エネ活動に励みます。



焼津工場
山村 久美

社員に笑顔

性別、年齢、人種に とらわれない人材 の活用

さまざまな文化、ジェンダー、言語を受け入れているマルチャンインクは多様性のある職場です。さまざまな文化・言語背景を持つ同僚との交流は、私のコミュニケーションスキルを上げてくれるだけでなく、異文化への理解や共感を深めてくれます。私はここで働くことにやりがいを感じ、視点が変わり視野が広がることで、仕事や自己の成長につながっています。



マルチャン
テキサスインク
ブランカ
ランダヴェルデ

お客さまに笑顔

社会と共有する価値 ▶ 新たな食文化の創造と育成



「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。

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/>



パパが作った「マルちゃん焼そば 3人前」
を手に笑顔

① 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ことを大切な使命としています。ISO9001やFSSC22000などの第三者機関による認証取得を行うなど、商品の開発から製造・保管・出荷までの品質

を保証する体制を整えています。また、自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。

工場での検査精度の維持・向上に関する取り組み

安全・安心な商品を提供するため、工場における検査の高い品質と精度の維持、向上が求められています。総合研究所の分析検証グループでは、工場での検査精度の維持・向上をサポートしています。東洋水産グループのみならず、協力会社の工場も対象として「すり合わせ試験」を実施し、品質管理検査の精度管理の維持・向上につなげています。また、細菌検査では実務を担当する検査員を対象とした社内セミナーを通して教育訓練を実施しています。



細菌検査に関する社内セミナーの様子

② 健康寿命延伸への貢献



健康寿命を意識して、減塩や無添加食品の他、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。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強みを活かし、これからの超高齢化社会を見据えた商品を拡充しています。健康だけではなく、食の「楽しみ」「おいしさ」「食べやすさ」そして「コスト」や「タイムパフォーマンス」にもこだわり、さまざまな食卓への提案を行っています。

「やわらかソーセージ」の発売

2023年8月に嚥下能力が低下した高齢者などを対象に、やわらかい仕様のソーセージを発売しました。通常の魚肉ソーセージに比べ、食感がやわらかく、やさしい噛みごこちに仕上がっています。たんぱく質、カルシウム、MCTオイル等の栄養素も加え、普段の食事で不足しがちな栄養素を手軽に摂取できます。



やわらかソーセージ
3本入



2022年3月発売の
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



商品やサービスを通じて、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、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、簡便そして省エネや省資源を意識したチルド麺商品

茹でずに水でほぐすだけで「食べたい時に、食べたい量がササッと食べられる」をコンセプトにした「つるやか」シリーズは、「簡便需要に対応した商品」であり、電気やガスを使用せずCO2排出量削減にも貢献します。シリーズ中の「冷し中華」は賞味期間を15日間から21日間に延長し、フードロス対策にも取り組んでいます。また、2023年8月発売の「マルちゃんの生ラーメン チャンポン」は、調理時に湯切り不要の新開発の麺を使用し、茹でたお湯をスープに使用することで、調理の簡略化と省エネ、水使用量の削減につなげています。



つるやか 冷し中華
醤油だれ 2人前



マルちゃんの生ラーメン
チャンポン 3人前

社会に笑顔

社会と共有する価値 ▶ 持続可能な社会への貢献



「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/>



港区の福祉施設で実施した食育講座の様子

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。例えば原材料の有効活用や製造上のロス減らす取り組み、生産・在庫管理の精度向上、そして家庭での食品ロス削減にもつながるレシピの公開などを行っています。原材

料の受け入れから商品開発、製造、流通、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ともに進めています。

子ども食堂への提供やフードバンクの取り組み

本社ビルや総合研究所、(株)シマヤなど東洋水産グループのいくつかの部署や事業所では、フードバンクや子ども食堂の活動に協力し、食品などの提供を行っています。(株)フレッシュダイナー船橋工場では2020年度から品質に問題がなく用途が未定となった原材料を、ふなばし子ども食堂ネットワークへ無償提供しています。



フードバンクへの提供の様子

② 地域社会との活動



各事業所では、地元での雇用創出や近隣の清掃活動、お祭りの協賛に積極的に参加するなど、地元の方々に親しみのある企業を目指しています。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、各地域での防災や活性化に向けた取り組みを行っています。例えば北海道事業部では小樽市との包括的なパートナーシップ協定を締結し、災害時の支援や食育、健康づくりの推進活動を行っています。

相模工場の清掃活動への取り組み

相模工場では、伊勢原市のシンボルである大山の美しい自然を守りたいと願う地域社会への貢献を目的に、大山の清掃活動を行う「丹沢大山グリーンキャンペーン」に参加しています。また、地元の伊勢原観光道灌まつりでは、伊勢原地区環境保全連絡協議会主催で行われた「グリーン作戦」に参加し、トンゴとゴミ袋を持ち、お祭りを楽しみながら会場を巡回してゴミ拾いを行いました。



丹沢大山グリーンキャンペーンの様子

③ 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推進しています。持続可能なパーム油調達や漁業・養殖場認証 (MSC・ASC) を取得した水産物の取り扱い、森林保護につながる紙資材の調達、包装資材における環境対応インキの導入推進に取り組んでいます。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としています。

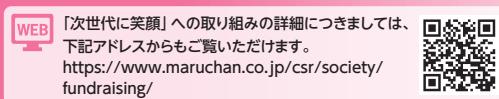
包装資材のプラスチック使用量削減の推進

包装資材のプラスチック使用量削減に取り組んでいます。2023年度は新たに即席カップ麺等のシュリンク包装の薄膜化 (従来品比4.55%減) などを進めました。



次世代に笑顔

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



関西工場での
親子工場見学会の様子

1 食育活動



食品や健康についての知識と食文化を伝えることを目的として、食育活動を行っています。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

「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フリーズドライ (FD) スープのレシピコンテストを実施しています。2023年度は48校174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、山形県立山辺高等学校の「んまい!山形名物芋煮風ミネストローネ」が優勝しました。優勝作品は2024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。

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知っていただく機会となっています。



2023年度決勝大会の様子

工場見学会や出張授業など地域との交流

各事業所では近隣の児童・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。八戸東洋(株)と東北支店では2015年度から八戸市内の小中学校を対象としてFDスープに関する出張授業を行っています。2023年度は、合計10校544人が参加しました。本出張授業ではバーチャル工場見学やFDの特性を学んでいただく授業の他、自分の好きな具材を入れたオリジナルFDスープづくりを行っています。



八戸の小中学校での出張授業の様子

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場体験に協力しています。本社での修学旅行や学外学習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の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。

職場実習生の受け入れ

埼玉工場では近隣の高校から毎年、職場実習生を受け入れています。また、2023年度には食品系学部がある大学の「食品安全管理」の講義の一環としてウェブセミナーと工場見学会を実施しました。

3 スポーツ支援



青少年の健全な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、東洋水産グループ主催のスポーツイベントなどを実施しています。

スポーツイベントの実施

1986年より「マルちゃん杯少年柔道大会」を開催しています。また2022年度からは「マルちゃん少年柔道教室」を全国で展開し、2023年度は8会場で延べ1,600人以上の子どもたちが参加しました。海外でも柔道・剣道の大会や教室を開催しています。メキシコでは「マルちゃん少年少女柔道大会」「マルちゃん少年少女剣道大会」を実施しています。



マルちゃん少年柔道教室の様子

地球に笑顔

社会と共有する価値 環境対応の推進



「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>



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

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

第三者機関等による認証取得の推進や東洋水産グループの「品質・環境方針」に基づいた「2030年度東洋水産グループ環境目標」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、各工場では省エネに向けた目標を設定し活動を行っています。例えばミツワデイリー（株）では環境省が策定したエコアクション21に参加し、環境への取り組みを促進するとともに、経費の削減や生産性・歩留まりの向上等を行っています。



ミツワデイリー（株）神戸工場

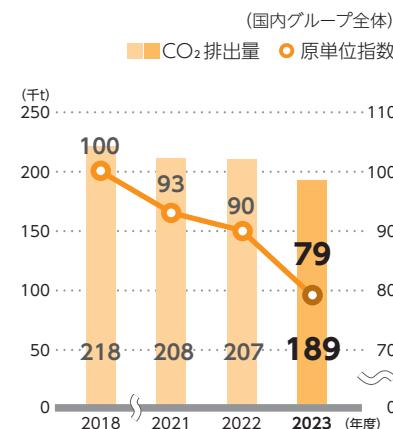
CO2 排出量削減への取り組み

CO2 排出量削減に向け、各工場や冷蔵倉庫では、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・CO2）への切り替えを計画的に行っています。また、関東工場、埼玉工場、フクシマフーズ（株）、伊万里東洋（株）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。物流においても、配送拠点の変更による輸送距離の効率化などに取り組んでいます。



フクシマフーズ（株）のソーラーパネル

● CO2 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、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、一部工場でのコロナ禍の反動による生産増や有価物から産廃への変更があり、やや増加しましたが、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、2022年度にグループ会社から移管した製造ラインの安定化や各工場での製造ロス削減推進により減少し、リサイクル率は目標値95%以上を維持しています。

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であり、海洋資源を含めた生物多様性の保全は大切な使命だと考えています。稚魚の放流活動、ウナギの完全養殖の量産・事業化の研究や持続可能な水産資源の調達を通じた生態系の維持、保護への貢献を行っています。また河川や海岸での清掃活動、関東工場でのピ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、海岸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を意識し、各事業所において河川や海岸の清掃活動を推進しています。2022年度からは、品川本社近隣の事業所やグループ会社の社員が参加する海岸清掃活動「スマイル・オーシャン・プロジェクト」を実施しています。



スマイル・オーシャン・プロジェクト活動の様子

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。持続可能な水資源の利用は、事業を持続的に成長させるための重要な課題の一つだと考えています。各工場では、水の使用量や排水量、また水質を継続的に管理するとともに、水の再利用の促進など使用量の削減に努めています。

水資源の使用量削減への取り組み

ミツワデイリー（株）岡山工場では、再生水の利用を進めています。製造時の麺の冷却水をトイレの洗浄水として再利用し、年間約4,500tの水使用量を削減しています。また、宮城東洋（株）気仙沼工場では、製造時の排水処理施設を改修し、処理水の水質が安定するよう改善しました。



宮城東洋（株）気仙沼工場

● 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
四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります

社員に笑顔

多様な人材が健康で活躍できる職場づくり



「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/employees/>



埼玉県日高市の
グリーンキャンペーンの様子

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の整備が重要です。東洋水産グループでは、働きやすく働きがいのある

職場環境の整備に取り組んでいます。また、社員間だけでなく、日頃から社員を応援し、支えているご家族同士の交流を目的としたイベントも実施しています。

健康経営の推進

社員とご家族の健康維持・推進のために、健康経営に取り組んでいます。スマートフォンのアプリを利用した「ウォーキングイベント」の開催などの他、毎年秋には、東洋水産グループの社員とご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。

グループ会社の(株)シマヤ、八戸東洋(株)、(株)酒悦、甲府東洋(株)では「健康経営優良法人」に継続して認定されています。また、北海道事業部では、2018年9月に健康宣言を行い、職場環境を整える

とともに社員とご家族の健康の維持・増進に計画的に取り組んでいます。



第20回TSグループ大運動会の競技の様子

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。

若手社員との交流会

八戸東洋(株)では、働きやすく働きがいのある環境づくりを目的として、毎月若手社員との交流会を実施しています。参加者は新入社員3人と若手社員4人、ダイバーシティ推進委員2人、計9人のメンバーで実施しています。お互いを知るために座談会やグループを組みクイズをするなどして距離を縮めています。毎回、若手社員がテーマを決めて実施しています。



八戸東洋(株)での若手社員との交流会の様子

③ 労働安全衛生



職場の労働安全衛生に積極的に取り組んでいます。社員が安全に安心して働ける環境を整備・確保することが安全・安心な商品・サービスを提供するには大切だと考えています。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。

セーフティルームを活用した労働安全教育

フクシマフーズ(株)では、工場内にセーフティルームを設置しています。この部屋には労災を疑似体験できるVR機器や、工場内の機械を小型化し、挟まれ・巻き込まれ等を疑似体験できる安全デモ機があり、計画的に社員の安全教育を行っています。セーフティルームは社員がいつでも利用できるように24時間開放しています。



フクシマフーズ(株)での労働安全教育の様子

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。

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いきます。

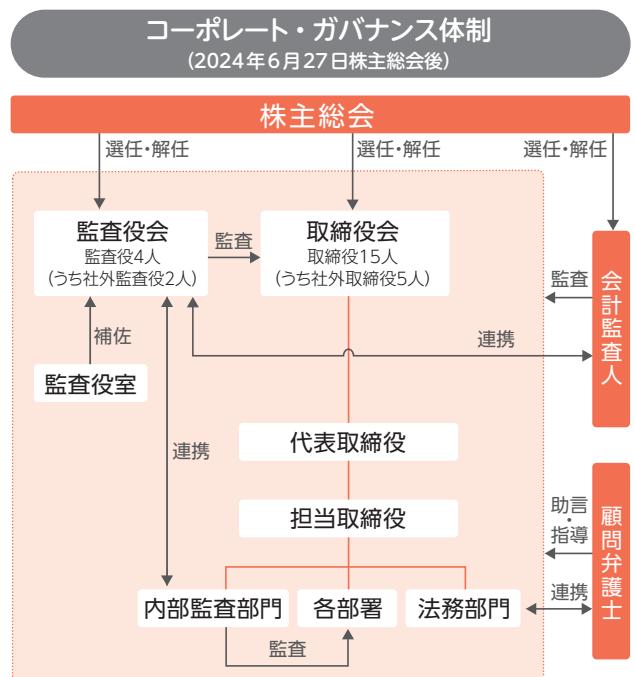
企業統治の体制の概要

取締役会

当社の意思決定機関として取締役会があります。取締役会は原則月1回の開催以外にも、必要あるごとに機動的に開催し、グループ全体を視野に入れた審議を行っています。また、業務執行状況の監督、会社法で定められた事項および重要事項の決定を行っています。

監査役会

当社は、監査役制度を採用しています。監査役は、監査役会で策定された監査方針、監査計画および業務分担に基づき、取締役会やその他重要な会議への出席、業務および財産の状況調査等を通して、取締役の職務執行を監査しています。



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。

コンプライアンス

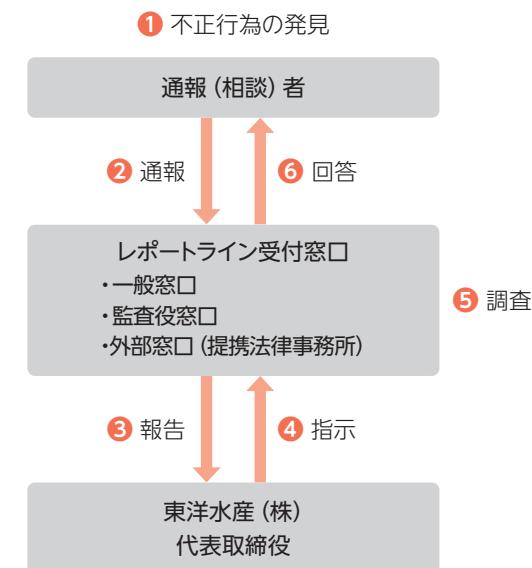
東洋水産グループでは、「コンプライアンスとは法令のみならず社内ルール、良識・モラルといった社会倫理、道徳なども含めて守ることであり、それを実践することが、ステークホルダーの信用・信頼に応えることにつながる」と考えています。この考えを、社員一人ひとりに浸透させるため、国内グループでは以下の活動を推進しています。

- 行動規範の周知・徹底
- コンプライアンス勉強会の実施 (全役職員対象、各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

東洋水産グループが継続的かつ安定的に発展する妨げとなる法令違反や社内不正等を防止または早期発見して是正することを目的とした内部通報制度「レポートライン」を設置し、通報者が直接不利益を受けることなく情報を伝達できる体制を構築しています。

● 内部通報制度の仕組み



東洋水産グループのコーポレート・ガバナンス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/ir/management/governance.html>



数字で見る 東洋水産グループ

2024年
3月末現在

会社概要

連結従業員数



国内グループ会社



創立年月



海外グループ会社



食品安全マネジメントシステム等取得状況

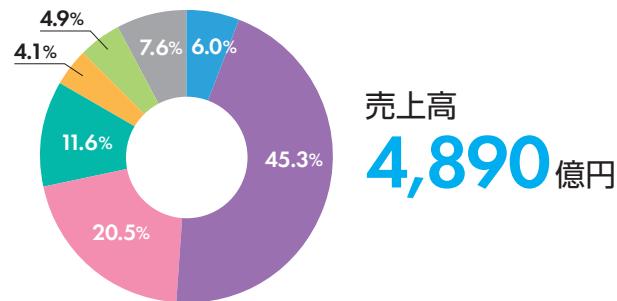
FSSC22000



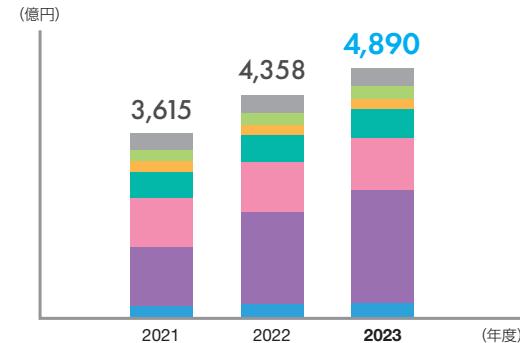
JFS-B など
FSSC22000以外



売上高構成比



連結売上高の推移



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)

環境データ

(国内グループ全体)

CO₂排出量



産業廃棄物量



エネルギー使用量



水使用量

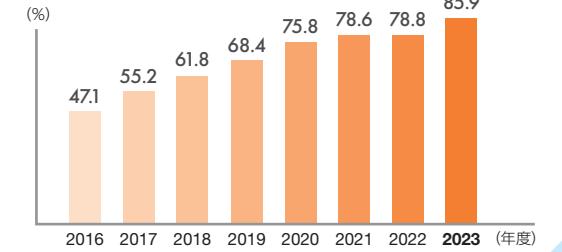


産業廃棄物の再資源化率



冷蔵倉庫のフロンから自然冷媒への代替率

2023年度まで
85.9%
(全庫腹量に対して)



2030年度東洋水産グループ環境目標

	2030年度目標	2023年度実績
CO ₂ 排出量 (原単位)	20%削減	21.2%削減
産業廃棄物 (原単位)	15%削減	23.9%削減
産業廃棄物の再資源化率	99.5%以上の維持	99.9%
フロン漏洩量 (CO ₂ 換算)	85%削減	56.3%削減
水使用量 (原単位)	10%削減	18.1%削減
認証パーム油への代替	100%	83.0%
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%	78.2%

※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

※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: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

※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります

第76期決算情報 売上高・利益の推移 (単位: 百万円)

	第75期 2022年度	第76期 2023年度	第77期 2024年度(予想)
売上高	435,786	489,013	510,000
営業利益	40,330	66,696	72,000
売上高営業利益率	9.3%	13.6%	14.1%
経常利益	43,724	74,889	78,000
親会社株主に帰属する当期純利益	33,126	55,653	59,000

第76期(2023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。

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、「レンジで簡単に食べることができる魚料理」をコンセプトに、簡便・時短・個食を意識した商品を開発し、魚食文化の継承にも取り組んでいます。

2023年度の振り返り

コンビニエンスストアの来店客数や業務用・外食用食材の需要回復から販売が伸長したこと、ふるさと納税返礼品の納入があったこと等から増収。営業利益は売上高増加と、原材料価格下落によるコスト減少等により、増益となりました。

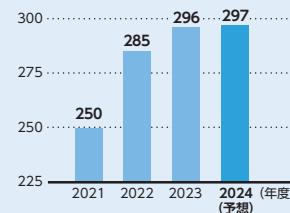
今後の取り組み

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
29,562百万円
(前期比3.6%増)

▶ 営業利益
400百万円
(前期比769.0%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生産・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。

2023年度の振り返り

米国で一部得意先の在庫調整による影響がありましたが、夏以降、受注数量は主力商品を中心に回復し、メキシコでは主力商品が好調に推移したことに加え、販売単価の上昇もあり、増収。営業利益は人件費等のコスト増加がありましたが、売上高増加等により、増益となりました。

今後の取り組み

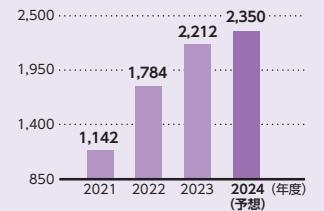
国・エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた商品・販売戦略を行います。生産体制再編・増強および若者世代へのブランド力を強化。需要拡大への対応・物流効率化・新商品の市場投入にも積極的に取り組みます。



▶ 売上高
221,229百万円
(前期比24.0%増)

▶ 営業利益
46,318百万円
(前期比77.4%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、「赤いきつねうどん」「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。

2023年度の振り返り

6月に価格改定を実施。和風麺全体で多くの施策を行ったことや「ごつ盛り」「麺之助」シリーズ等の好調もあり、増収。営業利益は原材料・人件費等のコスト増加がありましたが、売上高増加、販売促進費や動力費等の減少等により、増益となりました。

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・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
100,093百万円
(前期比2.5%増)

▶ 営業利益
9,703百万円
(前期比44.7%増)

▶ 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し、プロモーションも強化することで、市場全体の底上げを図っています。

2023年度の振り返り

4月に価格改定を実施。生麺では「マルちゃん焼そば 3人前」「つるやか」「マルちゃん生ラーメン 3人前」シリーズ等が売上増加に寄与。冷凍麺も業務用商品の伸長により、増収。営業利益は原材料費等のコスト増加がありましたが、売上高増加等により、増益となりました。

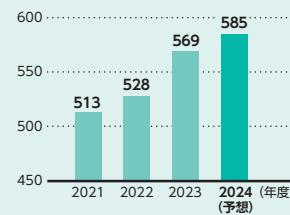
今後の取り組み

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
56,878百万円
(前期比7.6%増)

営業利益
7,430百万円
(前期比46.8%増)

売上高の推移 (単位:億円)



売上高
20,155百万円
(前期比0.9%減)

営業利益
742百万円
(前期比499.1%増)

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も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。

2023年度の振り返り

4月に価格改定を実施。フリーズドライ商品は価格改定や猛暑等の影響により、減収。米飯は、価格改定等の影響がありましたが増収。その結果、事業全体では減収となりました。営業利益は人件費等のコスト増加がありましたが、動力費等の減少により、増益となりました。

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開発を進めます。

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。

2023年度の振り返り

物価上昇や円安の影響等により、輸入品は低調な荷動きとなりましたが、安定した保管在庫の確保と国内での製造品の取り扱いが堅調で、増収。営業利益は人件費や補修費等の増加による影響はありましたが、配送収入の増加等により、増益となりました。

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
23,996百万円
(前期比4.8%増)

営業利益
2,282百万円
(前期比23.3%増)

売上高の推移 (単位:億円)



その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

2023年度の振り返り

増収となりましたが、営業利益はコスト上昇等により、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
37,096百万円
(前期比5.4%増)

営業利益
418百万円
(前期比35.8%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(2024年3月末現在)
従業員数(連結)	4,738人(2024年3月末現在)
売上高(連結)	4,890億円(2023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ヵ所、 冷凍冷蔵倉庫 16ヵ所、 支店・営業所 29ヵ所
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 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	〒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)	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(株)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/>



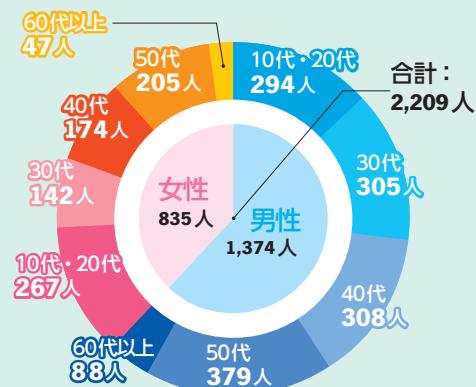
TOYO SUISAN
東洋水産株式会社

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/>

従業員データ

(2024年3月末現在)
東洋水産(株)単体

従業員構成比



平均年齢

41.1歳

平均勤続年数

16.1年

育休取得率

男性 **24.5**% 女性 **100**%

女性管理職(課長級以上)人数/比率

16人 / 6.7%

障がい者雇人数/比率

54人 / 2.25%

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*

26回

コンプライアンス勉強会実施回数*

222回

※グループ会社での実施を含む

