

水産業界をリードする情報誌

日刊
速報

水産タイムス

THE SUISAN TIMES



発行所 株式会社 水産タイムズ社

編集発行人 越川宏昭

〒108-0014 東京都港区芝5-9-6

TEL 03(3456)1411 FAX 03(3456)1416

ホームページ <http://www.suisantimes.co.jp/>

e-mail suisan@suisantimes.co.jp

日刊(但し土・日曜・祝祭日休刊)

購読料 1ヵ月 4,800円 6ヵ月 28,800円(税別)

2018年(平成30年)

3月6日(火) 12762号

マルハニチロ、長期経営ビジョン策定

マルハニチロ(東京・豊洲、伊藤滋社長)は5日、2018年度を初年度とする4カ年のグループ中期経営計画「Innovation toward 2021」を発表した。10年後のありたい姿を示す「長期経営ビジョン」をもとに「新コーポレートブランド戦略」を策定、社名ロゴデザインを刷新した。



10年後のありたい姿について、①グローバルな総合食品企業②水産・食品の枠組みを超えたバリューチェーン展開で収益拡大③世界 No.1の水産会社④冷凍食品・介護食品の国内 No.1企業⑤水産物由来機能性材料のリーディングメーカーを掲げた。

長期経営ビジョンの実現に向けた最初の4年間の基本方針を「企業価値の向上と持続的成長」とし、「収益力の更なる向上」「成長への取り組み」「経営基盤の強化」に取り組む。

4年後に売上高1兆円、営業利益310億円

2021年度の目標は売上高1兆円(2017年度予想9100億円)、営業利益310億円(同240億円)、ROA 5.7%(同5.4%)、D/E レシオ 1.5x(同2.4x)、自己資本比率 30.0%(同22.4%)。

新たにサステナビリティ長期ビジョンも策定。事業活動を通じた「経済価値」「社会価値」「環境価値」の創造に、これまで以上に注力していくことで「人類社会が直面する社会課題の解決に貢献する」としている。

マルハニチロは、2014年度にスタートした中計で計画を上回る利益の創出と財務体質の改善を実現した。

- 2月の築地卸7社、3%減2万8200t……………2
- 日かつ漁協が「大人のまぐろ教室」
- まぐろとフラメンコの夕べに会場熱狂………2
- 鈴廣、「蛇口ビール」飲み放題イベント
- 「箱根ビール」20周年記念で……………3
- 海のくに・日本、こどもフォーラム
- 離島の生活や漁業のあり方を学ぶ……………4
- 7イレブン、魚惣菜が5000万食突破……………4

業界人物スポット

(株)阿部善商店

代表取締役社長 阿部 善久氏

2月の築地卸7社、3%減2万8200t

築地市場の卸売会社7社の2月の取扱高(本業)は数量が2万8223tと前年同月比2.9%減少した。平均単価は前年同期並みの984円/kg。取扱金額は2.9%減の277億6700万円となった。

取扱数量は、東都水産(前年同月比2.0%増)以外、各社とも前年同期を下回った。

平均単価は中央魚類(前年同月比0.7%高)、東都水産(2.5%高)、総合食品(35.7%高)の3社で上昇した。

取扱金額は東都水産(4.5%増)のみ前年同月を上回ったが、その他6社は減収となった。

2018年2月の築地市場会社別取扱高(本業)

社名	数量	単価	金額
中央魚類	6,715 (▽4.4%)	1,078 (0.7%)	7,241 (▽3.7%)
大都魚類	4,710 (▽4.0%)	1,011 (▽0.6%)	4,760 (▽4.6%)
東都水産	4,617 (2.0%)	1,109 (2.5%)	5,123 (4.5%)
築地魚市場	4,731 (▽2.8%)	971 (▽1.4%)	4,596 (▽4.2%)
第一水産	2,770 (▽4.2%)	1,086 (▽1.4%)	3,007 (▽5.5%)
千代田水産	4,423 (▽0.4%)	614 (▽3.8%)	2,716 (▽4.2%)
総合食品	257 (▽35.7%)	1,263 (35.7%)	324 (▽12.7%)
合計	28,223 (▽2.9%)	984 (▽0.0%)	27,767 (▽2.9%)

数量：t、単価：円/kg、金額：百万円

日かつ漁協が「大人のまぐろ教室」まぐろとフラメンコの夕べに熱狂

日本かつお・まぐろ漁業協同組合(日かつ漁協)は「第3回大人のためのまぐろ教室 まぐろとフラ

メンコの夕べ」を2日夜、東京・有楽町の日本外国特派員協会(メインダイニング)で開いた。

参加したのはホームページなどで申し込んだ一般の約120人。日かつ漁協では、まぐろ



フラメンコライブ

漁業の実態や資源問題、魚食普及を目的に、小学生を対象にした「出前事業」を実施しているが、この日は、日本の遠洋まぐろはえ縄漁業に関する資源問題や国際問題などを分かりやすく解説した「大人のためのまぐろ教室」のほか、フラメンコライブ、多種多彩なまぐろ料理の試食会など、充実した大人向けの内容に大満足の様子だった。

魚住顧問ドクター、マグロ漁業の現状語る

日かつ漁協は、所属する遠洋まぐろはえ縄漁船が世界の海で操業しているおり、漁獲したマグロを船上で急速凍結し、マイナス60℃の超低温で保管することで高品質なマグロを食卓に届けている。

大人のためのまぐろ教室では、「世界のまぐろ類資源はどうなっているのか」「獲りすぎなのでは」「このまま安心して食べ続けられるのか」といった消費者の素朴な疑問について、日かつ漁協顧問ドクターの魚住雄二氏が講師を務め、世界のまぐろ資源の現状(大西洋編)と問題点を説明。

「マグロは今、獲れば獲るだけ売れるが、世界で漁獲競争が激化しており、資源状態は



まぐろ資源問題を解説

悪くなっている。クロマグロ、ミナミマグロは漁業者が規制を守ることで資源回復が見られるが、食卓に最も身近なメバ

チはまき網操業による幼魚漁獲などで適正な管理がなされていない。効果的でしっかりした管理が必要」とまとめた。

フラメンコライブでは蜂巢夕子さん、西川千鶴さんの踊りに、笛田剛史氏(カンテ=歌)、鈴木淳弘氏(ギター)、三木重人氏(バイオリン)の世界で活躍する3人も加わり、参加者は本場スペインさながらのライブに酔いしれた。

その後は、刺し身で味わう「5種のまぐろ食べ比べ」のほか「塩漬けマグロのスペイン風ポテトサラダ」「マグロのカルパッチョ」「ピナガマグロのアヒージョ」など、スペイン風のアレンジ料理がスペイン直輸入のオーガニックワインとともにテーブルに並んだ。マグロの漬井も人気だった。

鈴廣、「蛇口ビール」飲み放題イベント 「箱根ビール」20周年記念で

小田原鈴廣（神奈川県小田原市、鈴木博品社長）は箱根ビール20周年記念イベント「夢の蛇口ビール飲み放題」を5日～11日、鈴廣かまぼこの里バイキングレストラン「えれんな ごっそ」で開催している。

繊細なかまぼこの味わいに合うビール

「箱根ビール」は鈴廣のかまぼこづくりに欠かせない名水「箱根百年水」を使用して醸造。繊細なかまぼこの味わいに合わせた、雑味のないすっきりとした口当たりで、アジアビアカップや国際ビール大賞などで



ビールが出てくる“夢の蛇口”

数々の賞を受賞している。ラインナップは通年提供している「箱根ピルス」「小田原エール」、季節展開の「春めきペールエール」「足柄ヴァイツェン」「こゆるぎブラウン」「風祭スタウト」と発泡酒。

「えれんな ごっそ」で実施

今回のイベントは小田原の四季折々の豊富な海産食材や、鈴廣特製肥料（うみからだい



蛇口ビールを楽しむ客

ち）で育てた野菜と果物を生かした料理とともに箱根ビールを提供するバイキングレストラン「えれんな ごっそ」で実施している。

レストラン内に設置した特製の蛇口から「箱根ピルス」「小田原エール」を好きなだけ注ぐことができるという、まさに大人の夢を叶えるイベント。同社の板かまぼこを使用した「板わさ」のほか、「カブのピンチョス」や「芽キャベツのピンチョス」といったかまぼこメニューをはじめ、季節感のある料理とともに箱根ビールを

堪能できる。

「蛇口ビール飲み放題」（80分2000円）は蛇口ビールと5種の箱根ビール（箱根ピルス、小田原エール、風祭スタウト、春めきペールエール、チョコっといちご）を楽しめ、記念グラスも持ち帰りできる。他に箱根ビール5種飲み放題（同1780円）も実施している。



芽キャベツのピンチョス

“蛇口ビール”は、昨年12月に東京・二子玉川で開催した無料ビールイベント「箱根ビール大感謝祭」で初めて提供。箱根ビールを身近に感じられる場として、来場者から大きな反響があったことから今回の企画につながった。

◇「えれんな ごっそ」（小田原市風祭245鈴廣かまぼこの里内）〈平日〉ランチ＝午前11時～午後2時45分（大人1900円/小学生以下950円）、スイーツ&軽食＝午後3時～5時（大人1300円/小学生以下650円）〈土日祝日〉ブランチ＝午前9時半～11時（大人1500円/小学生以下）、ランチ＝午前11時～午後5時（大人2200円/小学生以下1100円）。

業界人物スポット

（株）阿部善商店
代表取締役社長 阿部 善久氏



全国有数の水産ねり製品生産量を誇る宮城県で、塩釜を代表する昭和元年創業の揚げかまぼこメーカー。全国水産煉製品協会で副会長を務める。東日本大震災からの復興にあって、全かま連の同志の励ましが最大の原動力になったことを今も忘れない。「組合は空気のようなもの。普段はあまり有難みを感じることはないが、空気がなければ生きていけない」。情熱を内に秘めるタイプで、自然のうちに周囲を和ます癒し系の人。昭和33年生まれ。東北学院大卒。

海のくに・日本、こどもフォーラム 離島の生活や漁業のあり方を学ぶ

NPO海のくに・日本（白石ユリ子理事長）は、都会の小学生が離島の生活ぶりや漁業の仕組みを学ぶ「われは海の子2017」プロジェクトで、1年間の学習成果を発表し合う「われは海の子フォーラム」を3日、東京の豊島区立仰高（ぎょうこう）小学校で開催した。



「こんな海にしたい」と全員で未来宣言

小学生が「こども記者」「こども調査隊」として工夫を凝らしたプレゼンを行い、取材を終えた感想を語った。最後に「われは海の子2017」に参加した全員が「こんな海にしたい！」との思いを「絵と文章」に込めて「未来への宣言」として発表した。

築地・利島取材班、クジラ調査隊が活躍



挨拶する白石理事長

仰高小の「築地取材班」は魚の流通や資源問題について学んだ内容を「築地おさかな小学校」と題して学校の授業形式で発表。伊豆諸島の利島に行った「利島取材班」は人口300人余りの島の産業や文化、生活などを伝えた。大田区立松仙（しょうせん）小学校の「松仙クジラ調査隊」は、クジラ授業や学校給食に出た鯨メニュー（鯨竜田揚げ、鯨汁）を紹介した。

白石理事長は「世界で6番目に広い海を持つ日本には6852の離島がある。そのうち人が住んでいるのは400余りだが、南北に長く、黒潮・親潮が流れる日本周辺の海域は四季を通じて様々な魚が獲れる。海の幸に恵まれた国であることを子供たちに伝えたいし、教えなければいけない」と強調した。

海のくに・日本の谷川尚哉顧問（中央学院大教授）は「どれも立派な報告だった。知らない場所を知りたいと思うことが地理の第一歩。好奇心が最も大切であり、それこそ今、文科省が進めるアクティブラーニング（探究的学習）そのもの」と述べた。

特別講演したカナダ人のウィルフ・スワーツ氏（笹川平和財団海洋政策研究所・海洋環境部長）はカナダの海を紹介しながら、持続可能な漁業を目指すことの重要性を語った。

7イレブン、魚惣菜が5000万食突破

セブン-イレブン・ジャパンは「セブンプレミアム」ブランドの魚惣菜の販売数が2017年度の1年間で5000万食を突破したとこのほど発表した。販売額も前年度比で2割増、13年度比では5割増と右肩上がりです。魚惣菜を代表する商品群に成長している。



「さばの味噌煮」

セブンプレミアムの魚惣菜は2010年から品揃えを開始し、直近では7～8アイテムを売場で展開。以前はレトルトパウチをボイルする調理法がメインだったが、開封すると魚と一緒に液体が流れ出るなど、本来の魚の味とはかけ離れた面があったため、焼き魚は15年11月からガス置換の包装に変更し、レンジ調理で手軽に味わえるようにした。

「ほっけの塩焼」（税込300円）は皮の面から焼くことでホッケ特有の臭みを消し、皮と身の間にある脂分が身に浸透することで旨みがより感じられるようにした。

「さばの味噌煮」（同198円）はパッケージに表記していないが、ノルウェー産の原料を使い、中国の加工場で「骨取り」作業を施しているため、高齢者や子どもに支持されている。税込200円以下という値頃感もポイント。

昨年はイカやサンマが不漁だった一方、イワシが豊漁だったため、「いわしの生姜煮」は従来の40g×2尾入りを50g×2尾入りに規格変更し、税込188円から170円に引き下げた。

セブンプレミアムブランドの魚惣菜のうち、数量ベースでは「さばの塩焼」（税込280円）、「さばの味噌煮」（同198円）が1～2位の売れ筋商品となっている。