



## 日本水産魚譜

Nippon Suisan Gyofu

Scientific Illustrations of Food Fish of the World

ニッスイの前身である共同漁業株式会社は、1920（大正9）年、わが国初となる水産に関する民間の研究機関「早鞆（はやとも）水産研究所」を設置しました。その研究領域のひとつとして漁場調査および魚類の研究に取り組み、山口県水産試験場の技師であった熊田頭四郎（としお）氏が招聘されました。熊田氏はさまざまな漁場で漁獲した魚の天然の形態を、現場で観察してスケッチし、微細にわたって描写した図「魚譜」を作成しました。のちに有田繁・富田菊枝両氏も加わってこの活動は戦後まで続き、未完成のものも含めると千余点に上ります。

これらの「魚譜」を利用して戦前戦中には4点の図鑑が、1961（昭和36）年には日本水産創業50周年を機に『日本水産魚譜』が刊行されました。そして、創業100周年を迎えた2011（平成23）年、国立科学博物館名誉研究員の上野輝彌先生、おさかな普及センター資料館館長・坂本一男先生の編著・監修のもと、新たな『日本水産魚譜』を刊行しました。

NISSUI REPORTでは、この戦前からニッスイに伝わる貴重な資料「魚譜」を表紙に使用しています。次回以降もお楽しみいただければ幸いです。

 **日本水産株式会社**

〒105-8676 東京都港区西新橋1-3-1 西新橋スクエア

代表電話 03-6206-7000

ウェブサイト <http://www.nissui.co.jp/>



本誌は環境へのやさしさに配慮して、FSC®認証紙と植物油インキを使用しています。



# NISSUI REPORT

第105期 **中間**

2019.4.1 ▶ 2019.9.30

トップインタビュー	..... P1	海から健康	..... P13
決算情報	..... P3	グループ会社紹介（国内）	..... P15
ニッスイの食品事業	..... P5	グループ会社紹介（海外）	..... P17
CSR	..... P9	NISSUI TOPICS	..... P19



マダイ *Pagrus major* Temminck and Schlegel

全長1m ■分類：スズキ目/スズキ亜目/タイ科/マダイ亜科/マダイ属 ■分布：北海道以南、東シナ海（琉球列島を除く）、黄海、渤海、南シナ海

両顎の側部には2列の大きな白歯がある。上顎の前部に2対、下顎の前部に3対の犬歯状歯がある。臀鰭は3棘8軟条。成魚でも後頭部は著しく隆起しない。体は赤色で、腹側は淡い。生時、体側には青色の小斑点が散在する。尾鰭の後縁は黒く、下縁は白い。

tomita

[証券コード：1332]

**日本水産株式会社**





## 持続可能な水産資源から 世界の人々に健康をお届けする

日本水産株式会社  
代表取締役 社長執行役員  
最高経営責任者 (CEO)

的埜 明世

### Q 中期経営計画2年目の進捗について 教えてください。

中期経営計画MVIP+（プラス）2020の中間年である2019年度の業績は第2四半期を終え、概ね順調に進捗していると考えています。

水産事業では、南米の鮭鱒養殖事業において一昨年の稚魚斃死の影響がなくなり販売数量が回復しました。食品事業は、北米と日本において業務用冷凍食品が好調に推移しましたが、チルド事業で天候不順の

影響があり苦戦しました。ファインケミカル事業では、サプリメント向けの原料販売が好調に推移しました。

2019年度は売上高7,000億円、当期純利益175億円を計画しており、第3四半期以降、水産事業は養殖事業の安定化、食品事業ではライフスタイルの変化への対応や生産性向上による収益改善などに引き続き取り組み、利益は営業利益・経常利益・当期純利益とも過去最高益を目指します。

中期経営計画で掲げた「持続可能な水産資源から世界の人々を健康に」の実現に向け、当社を取り巻く

さまざまな社会課題に引き続き取り組んでいきます。

中でも海洋プラスチック問題に代表される海洋環境保全については、ワーキンググループによる具体的な活動に着手するとともに、水産業界のリーダー企業が参画するSeaBOS（持続的な水産ビジネスを目指すイニシアティブ）の一員として持続可能な水産事業のための課題解決に積極的に取り組んでいます。

### Q 食品事業の戦略について 教えてください。

中期経営計画MVIP+（プラス）2020が目指す姿の実現に向け、ライフスタイルの変化への対応として、魚をはじめとする素材のおいしさを引き出し、グローバルで「簡単・便利」「即食」「健康」などに配慮した高品質な商品群を拡大・強化していきます。

国内のチルド事業では、日本クッカー株式会社様が2019年1月に工場を新設し、自動化ラインによる省人化を進めています。今後は更に、食品事業の高収益化に向けた取り組みとして、IoT・AIなどデジタル技術も活用し生産性の向上を図ってまいります。

海外では、欧州で生産拠点の拡大と生産体制の最適化を図るべくM&Aによる増力を進めています。アジアでは中食市場への対応を強化する為、タイに加工工場を新設し生産機能の拡大を図ります。

### Q 株主還元について 教えてください。

さまざまな経営環境の変化や災害等の事業リスクに対応できる財務体質を実現するため、当中計期間中の配当性向は15～20%を目標としておりますが、2019年度中間期においては1株当たり4円（前年同期は4円）の配当とさせていただきます。期末につきましては4.5円（前年同期は4円）と0.5円の増配を計画しています。

今後も企業価値を高めるべく、社会課題に取り組みながら収益性を高めてまいります。引き続きご支援のほど宜しくお願い申し上げます。



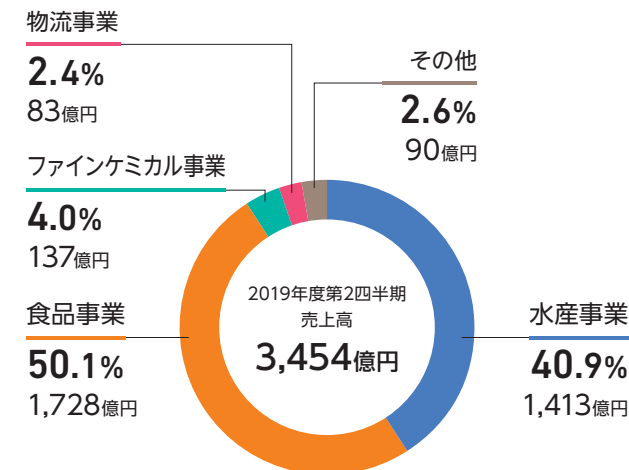
チルド事業の取引形態変更の影響が響き減収も、各段階損益とも増益を確保し、純利益は13%増益となりました。年間計画に対しても概ね順調に推移しています。

当社および当社グループにつきましては、南米の鮭鱒養殖事業や国内の水産・食品事業を中心に堅調に推移しましたが、国内のチルド事業は苦戦しました。

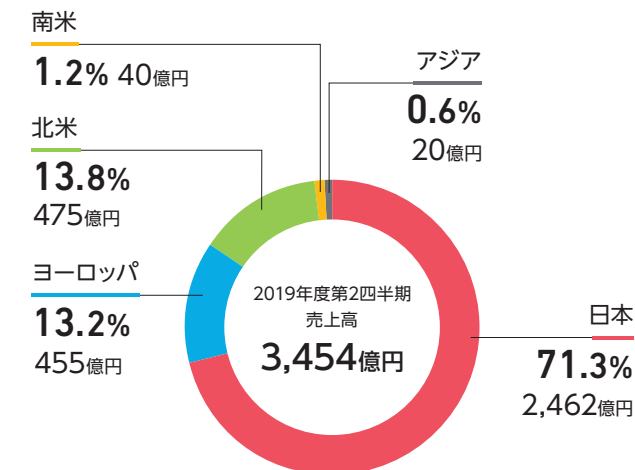
このような状況下で当第2四半期連結累計期間の営業成績は、売上高は3,454億2百万円（前年同期比50億81百万円減）、営業利益は110億77百万円（前年同期比5億17百万円増）、経常利益は121億38百万円（前年同期比1億85百万円増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は78億29百万円（前年同期比9億9百万円増）となりました。



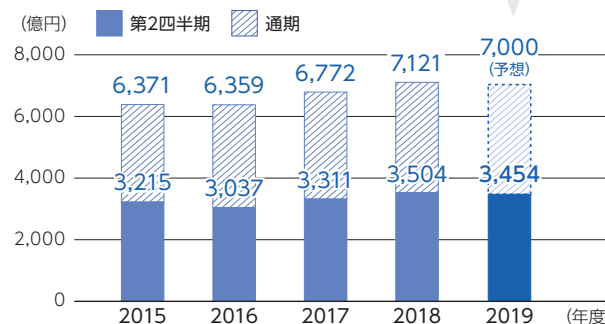
## 事業別売上高構成比



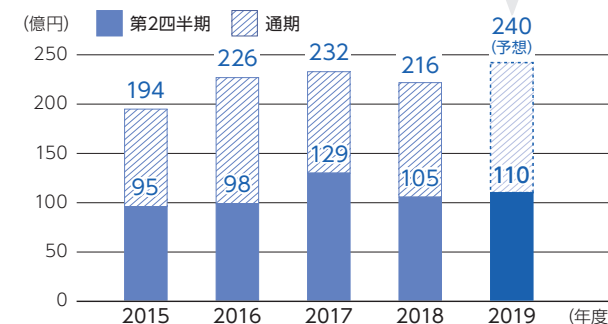
## 地域別売上高構成比



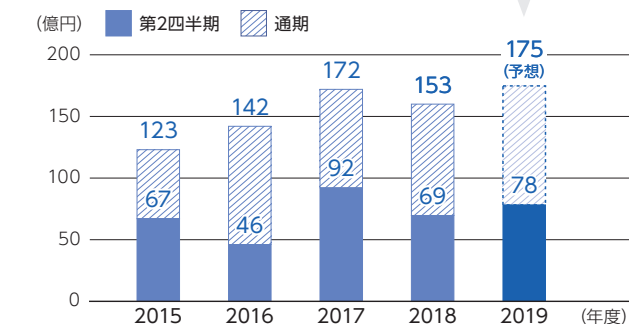
## 売上高



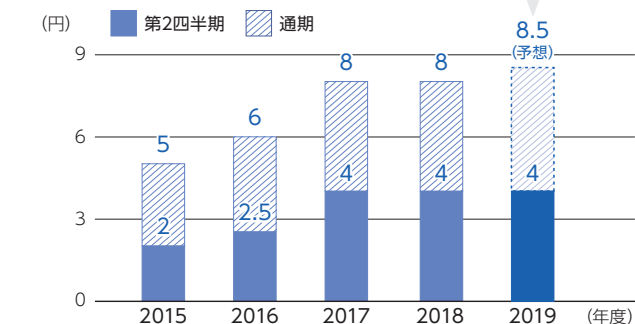
## 営業利益



## 親会社株主に帰属する四半期（当期）純利益



## 配当金



(注) 2019年2月よりチルド事業の取引形態をセンターフィー（販売費）と売上高を相殺する価格決定方式に変更しており、前第2四半期連結累計期間の売上高にはセンターフィー約50億円が含まれております。



## ニッスイの食品事業

国内外において、消費をめぐるさまざまな変化に対応した新商品を開発し、新たな市場の創造に努めています

### グローバルに展開するグループ企業をフル活用

ニッスイの食品事業は、国内では家庭用・業務用冷凍食品、缶詰・びん詰、フィッシュソーセージ・練り製品などを生産・販売しています。国内外のグループ企業の原料調達力や加工生産技術の強みを生かした独自の製品により、成長を続けています。

海外では、米国の家庭用水産冷凍食品の著名ブランドを持つゴートンズ社（マサチューセッツ州グロスター）や、フランスのチルド製品のリーディングカンパニー、シテ・マリン社（ケルヴィニャック）などをグループに持ち、事業を展開しています。

ニッスイは、海外に展開するグループの原料調達拠点と、生産加工・販売機能を有効に組み合わせ、グ

ローバルサプライチェーンを構築し、グループメリットの最大化を図っています。

例えば、白身魚を原料とする製品は、米国で水産品の買付・加工販売を行うユニシー社（ワシントン州レドモンド）などがスケトウダラを調達しスリミヤフィレーに加工、これをゴートンズ社やシテ・マリン社、タイデルマール社（タイ・サムットプラカーン）、日本国内の工場などで家庭用冷凍食品や業務用フィッシュフライ、練り製品に加工・販売しています。



社会や生活者のライフスタイルの変化を的確に捉えた、おいしく簡便な加工食品の提供を通じて、新しい価値の創造を目指しています

### 変化に対応した新たな商品を開発

冷凍食品やチルド食品などの食品事業では、国内外において消費をめぐるさまざまな変化に対応した新商品を開発し、新たな市場の創造に努めています。

ニッスイは常に生活者の視点に立って冷凍食品を開発してきました。時代背景をとらえ、長年にわたり蓄積してきた独自の技術と開発力により、数々の新しいカテゴリーを生みだしています。

1987年発売の「"COOK FOR ME"ちゃんぽん」は冷凍麺市場に「具付き麺」という新カテゴリーを創造しました。

さらに画期的な商品となったのが、1989年に発売さ

れ今年で30周年を迎えた「焼きおにぎり」（1994年商品名を「大きな大きな焼きおにぎり」に変更）です。

1999年春に発売した「おべんとうに便利」シリーズ（現「自然解凍でおいしい！」シリーズ）は、お弁当に凍ったまま商品を入れ、「自然解凍」で昼食時にはちょうど食べ頃になるという商品です。毎年のように新製品を追加し、ニッスイの家庭用調理冷凍食品の主力カテゴリーとなっています。



### 国内

家庭用	業務用
 <p style="font-size: small;">家庭用冷凍食品      常温食品</p>	

### 海外

家庭用冷凍食品	業務用冷凍食品	チルド食品
 <p style="font-size: small;">ゴートンズ社</p>	 <p style="font-size: small;">キング・アンド・プリンス・シーフード社</p>	 <p style="font-size: small;">シテ・マリン社</p>

## ライフスタイルの多様な変化に対応

ニッスイの食品事業では、女性の社会進出の進展に代表される、ライフスタイルの多様な変化に対応する商品の拡大・強化を、国内外ともに進めています。

特に、中食市場への対応を強化し、調理の手間を軽減できる商品を提案しています。国内の家庭用冷凍食品では、レンジ加熱で本格中華が味わえるキットや、水なしで調理可能な低カロリーのスープなどの、調理の手間を省いた「時短」商品を新商品として発売しています。海外のグループ会社でも、一食完結の簡単・便利な商品など、即食・簡便な調理品を提供しています。

より簡便性を高めた冷凍野菜の供給も増やしています。ニッスイブランドの冷凍えだ豆を生産する大明食品

工業股份有限公司（台湾・高雄市）では2019年1月に工場を増設し、本格稼働しています。和食文化の世界への広がりに伴い、ニッスイグループでは安全・安心の冷凍えだ豆を、日本のみならず世界のマーケットに広めています。欧米での現地生産・現地販売や、豆を食べる習慣のある中東への販売に取り組んでいます。

即食・簡便調理商品に加え、健康訴求商品のラインアップを増やしています。国内では白身魚タンパク質（P13参照）や食物繊維をおいしく手軽に食べられる商品を、海外のグループ会社でもアレルギーに対応したグルテンフリーの調理品などを提供しています。また、成長エリアや成長カテゴリに対応して生産能力を拡充し、自動化を含めた効率的な生産体制の構築を図っています。

コンビニエンスストアの中食需要の増加に対応するた

めに日本クッカー株式会社では2019年1月に最新設備を導入した工場を新設、自動化・省人化による生産効率向上に取り組んでいます。

海外では、フランスのシテ・マリン社が2015年にチルド事業強化のためにフランスのCap Océan社（ケルヴィニャック）、2017年にHalieutis社（ロリアン）を買収し、生産拠点の拡大と効率的な生産体制の構築

図っています。さらに2017年にはチルドエビ商品を製造するMITI社（ナント）に出資、2018年に新工場を建設し、従来の白身魚に加えエビを使った事業を強化しました。米国のゴートンズ社では、大規模リニューアル工事を実施中で、生産工程の自動化と多品種少量生産への対応を図っています。

## 生産機能を強化し、効率的な生産体制を構築

▶▶▶ 欧州で生産拠点を拡大

▶▶▶ 北米で設備維持更新

▶▶▶ タイデルマール社新工場建設

▶▶▶ えだ豆工場増設



MITI社で新工場稼働、既存カテゴリにチルドエビ関連商品を追加



ゴートンズ社で大規模リニューアル工事



2020年1月稼働予定



大明食品工業股份有限公司

## ライフスタイルの多様な変化に対応する商品展開

### 中食市場への対応を強化



レンジ加熱で本格中華が味わえるキット



海外会社で取り組む即食・簡便な調理品



水なしで調理可能な低カロリースープ

### 冷凍野菜を拡大



海外で販売される冷凍えだ豆



もち麦を使用した具入りのおにぎり



グルテンフリーの白身魚調理品

### 健康を訴求



白身魚タンパク質をおいしく手軽に食べられるソーセージやおさかなミンチ

## 海外で人気のニッスイブランド

ニッスイブランド商品のセールスポイントである高品質、安全・安心、おいしさ、健康、簡便性は海外でも高く評価されています。ニッスイ商品の海外展開では、単に国内商品を輸出するのではなく、現地の目線に立った商品開発を行っています。以前は欧米アジア市場が主体でしたが、現在ではアジアでの販売拡大に力を入れています。

▶▶▶ 「ラーメン山頭火監修とんこつ鍋スープ」

「ラーメン山頭火監修とんこつ鍋スープ」は台湾で人気が高い商品です。現地パートナーのアドバイスを取り入れ、台湾向けに独自の味付けをしたオリジナル商品を販売しています。



▶▶▶ 「チーズかまぼこ」「こどものみかたDHA」

アジアでは子どもマーケット向けの商品開発、販売に力を入れています。「チーズかまぼこ」は中国では給食の一品として提案しています。また、特に中華圏の親は子どものために良いものならお金を惜しまない傾向が強く、そのニーズを狙って機能性飲料「こどものみかたDHA」を発売開始しました。



海外向け商品パッケージの裏面の一部



## 海洋環境の保全の取り組み

海のプラスチックごみや大きさが5mm以下のマイクロプラスチックは、海洋環境だけでなく、生態系にも影響を及ぼす問題としてその対策が急がれています。プラスチックごみは世界中のあらゆる海に存在し、現在でも年間800万トンが新たに海へ流出していると言われます。2050年には海洋中のプラスチック量が魚の量以上に増加するとの試算もあり、海洋環境の持続可能性に対する懸念が示されています。ニッセイグループは海洋プラスチックごみ問題への取り組みとして、海洋環境・プラスチック部会を設立し、海洋環境におけるプラスチックの実態把握や、プラスチックの3R+R※を推進します。またNGO／NPOや地域行政と協働するとともに、豊かな海の源となる「森・川・海」を一体と考えた保全活動にも取り組んでいます。

※3R+R：Reduce/リデュース、Reuse/リユース、Recycle/リサイクル+Renewable/リニューアブル

### 海洋ごみに関する世界の動き

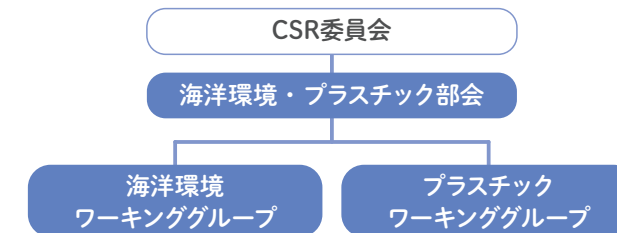
2015年6月	G7エルマウサミット	海洋ごみは世界的課題
2015年9月	持続可能な開発目標 (SDGs) 目標14	2025年までに、あらゆる種類の海洋汚染を防止し、大幅に削減する (ターゲット14.1)
2016年5月	G7伊勢志摩サミット	海洋ごみ、特に海洋プラスチックごみに対処することを確認
2017年6月	G7ボローニャ環境大臣会合	海洋プラスチックおよびマイクロプラスチックに対する懸念を表明
2017年7月	G20ハンブルクサミット	G20サミットでは初めて海洋ごみが取り上げられる
2018年6月	G7シャルルボワサミット	EU、カナダ「海洋プラスチック憲章」を採択
2019年6月	G20大阪サミット	2050年までに海洋に流出するプラスチックごみをゼロにする「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」発表



## 海洋環境・プラスチック部会を設立

深刻な海洋汚染や海洋生態系・ヒトへの影響が懸念されるプラスチックの海洋への流入を防ぎ、廃プラスチックの有効利用による資源循環を促進するために、2019年2月に海洋環境・プラスチック部会を立ち上げました。役員を責任者とした2つのワーキンググループでそれぞれ活動を推進していきます。

▶▶ 推進体制



### 海洋環境ワーキンググループ

海洋環境におけるプラスチックのゼロエミッションを推進。

- 漁業、養殖事業での使用プラスチックの管理実態把握と改善、コミットメント
- マイクロプラスチックの流出実態調査と抑制活動の推進
- 市街地・河川での清掃および海洋漂着物などの回収活動の推進

### プラスチックワーキンググループ

プラスチック資源の3R+Rを推進。

- 工場、家庭（使い捨て容器包装）、物流の各段階でのプラスチックの削減とリサイクル推進
- プラスチックポリシーの検討
- 外部団体（CLOMA\*）への参画、協働、情報収集

※CLOMA：Japan Clean Ocean Material Alliance 海洋プラスチックごみ問題の解決に向け、経済産業省主導で設立された官民連携団体

## 水産業界のリーダー企業が参画するSeaBOSの取り組み

ニッセイは、世界の水産業界のリーダー企業が参画するSeaBOS\*（持続的な水産ビジネスを目指すイニシアティブ）の一員として、海洋環境および海洋資源の保全と持続的な資源利用を進めるSeaBOSの考え方に賛意を表明するとともに、持続可能な水産事業のための課題解決に取り組んでいます。

2019年9月、タイ プーケットで開催された第4回SeaBOS会議では、海洋プラスチックごみ問題についても検討がなされました。GGGI（Global Ghost Gear Initiative）へSeaBOSとして参画するほか、Ocean Plastics削減を新たなタスクフォースとして独立させ、戦略を策定していくことが決まりました。

※SeaBOS：Seafood Business for Ocean Stewardship 日本、ノルウェー、タイ、米国、韓国など世界各国から水産企業が参加。



第4回SeaBOS会議に参加した的笠社長（右端）

「森・川・海」の保全活動



森と川と海はつながっている。森は川をはぐくみ、豊かな川は海をはぐくむ。

海の恵みを受けて事業を行うニッスイグループは、数十年後もこの地球に豊かな海が広がっているよう、森・川・海の各地で保全活動を行っています。これらは人と海をつなげ、現在と未来をつなげる活動です。



# スケトウダラのタンパク質で「食ササイズ」!!

## 筋肉の維持・増強に効果

スケトウダラは、ちくわやかにかまなどでよく食べられている食材ですが、スケトウダラのタンパク質は、筋肉の維持・増強に対して、「栄養面」と「機能面」において最適な素材であることが明らかとなっています。

「栄養面」としては、スケトウダラのタンパク質は、卵と同等以上に体に利用されやすい質の良いタンパク質であることが明らかとなりました。

「機能面」としては、スケトウダラのタンパク質を食べることで、運動後と同様の筋肉増加作用が発揮されることと【図表1】、筋肉の中でも、特に、速筋と呼ばれる筋肉の繊維を太くする効果があることが確認されています。

【図表1】スケトウダラの筋増加メカニズム

### スケトウダラを食べると運動様の筋再生作用が起きる



動物実験で、スケトウダラを食べ始めてから、1、2、4、7日目の筋肉中の遺伝子を網羅的に解析し、運動後1~2日目、3日目以降の遺伝子の変化が、運動と類似することを確認

出典：2017年アミノ酸学会 報告

## 寝たきり予防の素材として期待

筋肉には「瞬発力」をつかさどる速筋と、「持久力」をつかさどる遅筋の2種類があります。速筋は年齢を重ねるたびに減少していき、高齢者における、寝たきりの原因の一つとして考えられています【図表2】。

そのため、速筋の維持は、自律的な活動が行える健康寿命を延伸するために必要な要素の一つとして注目されています。

2018年度までの研究により、動物実験ではスケトウダラのタンパク質を食べさせることで、1週間という短期間で筋肉が増加することが確認され、さらに、速筋の繊維がその間に1.4倍にも太くなること明らかとなりました【図表3】。

運動して傷ついた筋肉は、一度、治しやすくするためにさらに破壊されます。この状態が、自己破壊の状態と呼ばれ、症状としては筋肉痛などがあります。ある程度自己破壊が起きた段階で、それ以上健康な筋肉を壊さないようにその刺激を止めて、その後、筋肉の再生並びに増加が進みます。

これに対して、スケトウダラを食べると、自己破壊は起こしませんが、その次の自己破壊を抑制する刺激が発生し、その後に筋肉の増加が起きることが東京大学との共同研究で見られました。

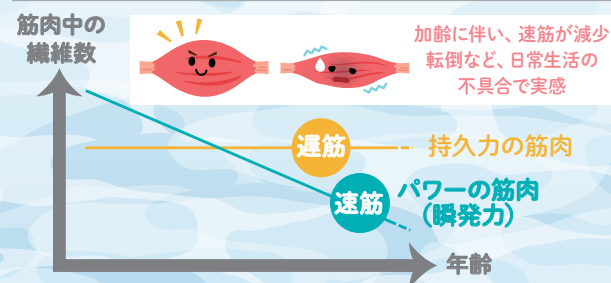
これらのことから、スケトウダラを食べると、運動後の筋肉増加作用と同様のメカニズムで、短期間で筋肉を増加させる可能性があることが明らかとなりました。

加齢による筋肉減少や、近年の筋トレブームにより、効果的で効率の良いタンパク質摂取が重要視されています。スケトウダラに含まれるタンパク質は、研究結果により、その有用性が次々と明らかになっています。特に、「筋肉増加」効果は、「食べる」ことで「エクササイズ」の効果を得られる「食ササイズ」として、注目を集めています。

人での試験では、65歳以上の女性に3カ月間、スケトウダラのタンパク質4.5グラムを毎日食べていただきました。この年代の方は、3カ月間で0.5%程度筋肉が減少しますが、試験を受けた19名中15名が、筋肉を維持したか、増加したとの結果が出ています【図表4】。また、筋トレを併用してスケトウダラのタンパク質を4.5グラム食べると、6週間の筋トレの効果を3週間で出すことができるという結果も出ています。

ちくわ1本、かに風味かまぼこ(かにかま) 1.6本、切り身半身などで、先ほどの試験と同量のスケトウダラのタンパク質を摂取することができます。近年筋トレなどがブームになっていますが、食べて筋肉量をアップする「食ササイズ」、新しい習慣になると良いですね。

【図表2】加齢に伴い減少する速筋



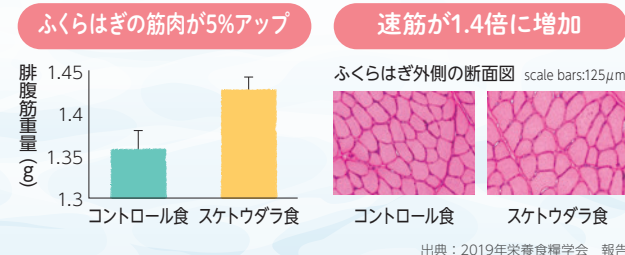
スケトウダラのタンパク質を4.5グラム摂取するには



注) 上記の目安量は、原料に使用する魚肉が、全てスケトウダラである場合の目安量です。

【図表3】スケトウダラを1週間食べると筋肉増加、特に速筋が肥大

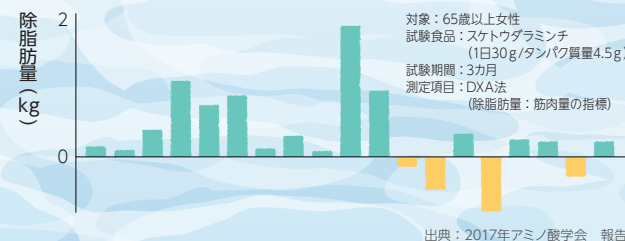
コントロール食とスケトウダラ食を1週間、動物に摂取させた時の筋肉量と速筋の太さを比較



【図表4】筋肉量の指標となる除脂肪量の変化

65歳以上の女性に運動介入を行わず、スケトウダラのタンパク質を4.5グラム(ミンチ30グラム)、3カ月間食べていただいた

特別な運動を行わなくとも筋肉が増加





# ファームチョイス株式会社

養魚用配合飼料の製造販売と  
養殖魚の仕入販売の事業拡大を目的に  
ニッスイから分社・設立  
養殖事業者と緊密な関係を構築し事業活動を推進



内山 義弘 社長

## 養殖場と協働した、おいしい養殖魚の提供を追求

ファームチョイス株式会社は、2016年8月に、養魚用配合飼料の製造販売と養殖魚の仕入販売の事業拡大を目的にニッスイから分社・設立した、佐賀県伊万里市に本社を置くグループ会社です。今年5月には、養殖加工部門を熊本県天草市に開設しました（天草事業部）。同社の伊万里油飼工場で生産された飼料は、パート

ナーの養殖事業者でブリやマダイなどの育成に使用され、そこで育った養殖魚をファームチョイスが仕入れてニッスイに販売しています。このビジネスモデルに自社の養殖加工が加わったことで、買付事業との相乗効果を発揮させ、もう一段上の事業展開に挑戦しています。

同社が手掛けた養殖ブリは「天之瀬ぶり」、養殖マダイは「晴まだい」などのブランドで全国に出荷されています。

配合飼料の生産は、ニッスイが調達する魚粉や魚油を主体に大豆粕などの食品原料残渣、ビタミンやミネラルといった養殖魚の育成に必須な栄養素を、魚種ごと育成段階ごとに配合設計を変えて行います。調合された原料は、粉碎→造粒→乾燥→冷却→油添加→包装という一連の工程で製品化され、グループの黒瀬水産をはじめとする各地の養殖事業者へ出荷されます。伊万里油飼工場では、ブリをはじめマダイ・シマアジ・トラフグ・アユなど多種多様な飼料を、唐津事業所では性能で業界をリードしたマグロ用飼料を生産しています。マグロ用飼料は「T～セージ® (\*Texture \*Tasty \*Technology) SAGE」の商品名でグループ会社の金子産業などに出荷されています。

同社のもう一つの柱となる天草事業部では、自社養殖したブリはもちろんのこと、パートナーが生産したブリやマダイ・シマアジなどを加工します。特にブリについ

ては、ニッスイ中央研究所が開発した仕上げ飼料「シトラス（特許第6267438、6434111）」に含まれる唐辛子とみかん果皮との相乗効果で、血合肉の変色を抑えることに成功しました。

また、養殖部門では単に養殖生産を行うだけでなく、配合飼料の開発やアクアリンガル®（魚の自発的摂餌行動を利用したニッスイ独自の給餌システム）の導入拡大など、養殖の高度化に向けた取り組みも行っています。

同社では養殖事業者の方々と緊密な関係を構築し事業を拡大すると共に、従業員にとっても働き甲斐のある会社にすることを目標に事業を推進しています。その実現に向け、性能・コスト・サービスで他社に負けない飼料の製造販売と、養殖場と協働したおいしい養殖魚の供給を追求し、原料・配合飼料・養殖・加工・販売の一貫管理により、安全・安心な国内養殖魚をお届けしています。

## ▶▶▶ファームチョイスの事業拠点

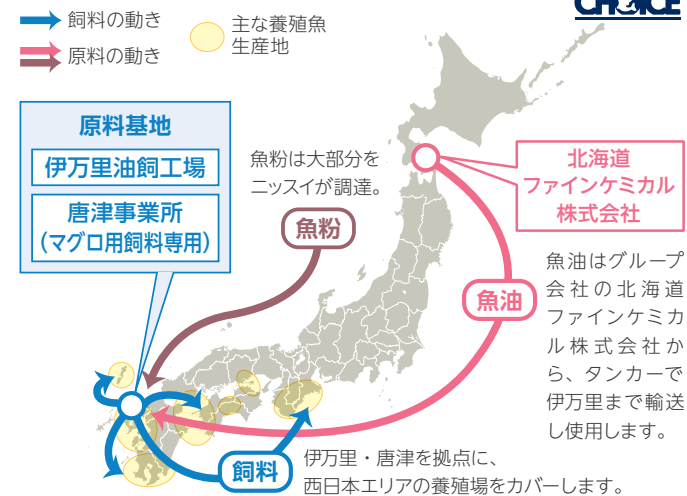


伊万里油飼工場



天草事業部養殖場

## ▶▶▶ファームチョイスの販売エリア



## ▶▶▶ファームチョイス養殖魚のブランド



## ▶▶▶ファームチョイスの飼料



## 会社概要

会社名	ファームチョイス株式会社
本社	佐賀県伊万里市山代町久原1-61
代表取締役社長	内山 義弘
設立	2016年8月
資本金	5,000万円
従業員	78名(2019年7月現在)
事業内容	配合飼料の製造販売・養殖魚の仕入販売・魚類養殖と水産物加工

# キング・アンド・プリンス・シーフード社

90年以上にわたり米国の外食産業に  
付加価値のあるシーフードを製造販売  
顧客の期待を上回る製品を提供



マイケル・アレクサンダー社長

## エビ主体から、白身魚を含めた 業務用食品市場の総合シーフード会社へ

キング・アンド・プリンス・シーフード社（以下K&P社）は、1924年に米国ジョージア州で、エビを中心とする業務用食品メーカーとして創業しました。

1996年にニッスイは、ニッポンスイサンU.S.A.社を通して、Mrs.Friday's®ブランドで中堅クラスの顧客を対象にすり身、白身、エビなど幅広い製品を展開する業務用冷凍食品メーカーのフィッシュキング社（カリフォルニア州ロサンゼルス）を買収しました。2005年に、ゴートンズ社を通して大手業者を顧客に持つ業務用冷凍食品メーカー、K&P社を買収。2006年にフィッシュキング社をK&P社と合併させ、販売先の拡大による売上増と購買や管理部署の統合によるコスト削減など相乗効果を図り、現在のK&P社に至っています。

K&P社は1940年代の後半に冷凍技術を導入、1970年代にカクテル・シュリンプを開発、またフィッシュキング社は1980年代にズワイガニを使った新製品Krabbycakes®を開発。K&P社は現在、King & Prince®、Mrs.Friday's®、Sensations®の3つのブランドを持ち、高品質で付加価値のあるシーフードを製造販売することで、米国の外食産業で確固たる地位を確立しています。

同社が有するジョージア州ブランズウィック、ワシントン州ベルリンハム、同州レドモンドの3工場は、厳しい品質管理手順に従って業界を上回る食品安全基準を維持し、英国小売業協会（BRC）が発行している食品安全基準の最高ランク「AA」を7年連続で獲得しています。

同社の主要事業部門は、大手レストランチェーンに製品を販売するナショナルアカウント事業、業務用食品卸売業者に同社ブランド製品とプライベートブランド製品を提供す

## キング・アンド・プリンス・シーフード社の事業拠点



レドモンド工場



ブランズウィック工場

## キング・アンド・プリンス・シーフード社の代表的な製品（調理イメージ）



左から Mrs. Friday's® Coconut Shrimp、Mrs. Friday's® Craft Beer Battered™ Cod Fillets、Lobster Sensations®

るフードサービス事業、そしてニッスイグループ会社向け事業の3つです。

ナショナルアカウント事業では、米国チェーントップ250と共同開発で新規メニューを考案。フライドチキンの大手ファストフードチェーンのポパイズ・ルイジアナ・キッチンや、北米最大の中華レストランチェーンのパンダエクスプレスとは、長期にわたるビジネス関係を維持しています。

フードサービス事業は、同社の3つのブランド製品の管理ができる、中規模から大規模な業務用食品卸売業者がターゲットです。衣付き白身魚（スケトウダラ、ハドック、ハリバット、マダラ）、イカ、シーフードケーキ、カキ、スリミ製品、Sensations®ブランド製品等の、高品質な製品で顧客の購買喚起を図っています。

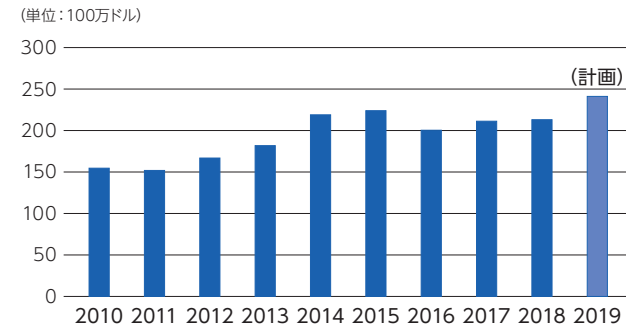
ニッスイグループ会社向け事業では、F.W.プライス社とデンマークの水産物販売会社ノルディック・シーフード社（ヒ

ルツシャルツ）に、アトランティックサーモンや紅サケを使用した年間約1,300トンのスモークサーモンやMrs.Friday's®ブランドの衣付き白身魚、Sensations®ブランドのロブスター風味かまぼこを販売しています。

原料調達では、ニッスイグループの機能を最大限活かし、持続可能な原料調達を行っています。原料として、米国で水産物の買付・加工販売を行うユニシー社（ワシントン州レドモンド）と漁業・水産加工業のグレイシャー・フィッシュ・カンパニー社（ワシントン州シアトル）の白身魚は欠かせません。

同社は、業務用食品市場での総合シーフード会社として、主力商材であるエビの安定調達・供給、そして同市場での90年以上の経験に基づいた顧客の期待を上回るシーフード製品の提供によって、主要顧客との良好な関係を継続・発展させ、新規顧客の開拓に取り組んでいます。

## キング・アンド・プリンス・シーフード社の売上高推移



## 会社概要

会社名	キング・アンド・プリンス・シーフード社 King & Prince Seafood Corp.
本社	アメリカ合衆国ジョージア州ブランズウィック
社長	マイケル・アレクサンダー
創立	1924年
資本金（資本準備金）	140,000,000US\$
従業員	459名（2019年8月現在）
事業内容	業務用冷凍食品の製造・販売





## ① ニススイと弓ヶ浜水産が日立造船とマサバ循環式陸上養殖の共同開発に着手

ニススイとグループ会社の弓ヶ浜水産株式会社（鳥取県境港市）は、日立造船株式会社との三者で、国内初となる大規模なマサバ循環式陸上養殖の共同開発に着手しました。

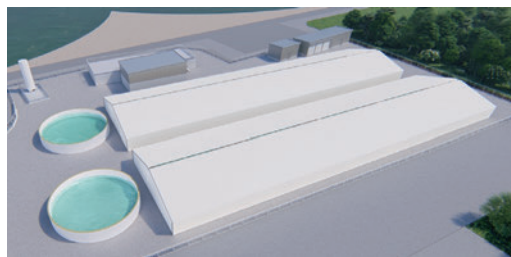
この共同開発は、鳥取県米子市の実証施設を拠点に行われ、2019年6月に着工、2020年4月から稼働の見込みです。2023年3月末までを開発期間とし、同年4月に事業化する見通しです。

マサバの海面養殖では、一般的に、水温の変動や気候、病気などのリスクが高いという問題が指摘されています。

本共同開発が採る循環式陸上養殖システムでは、地下水（地下から汲み上げた海水に近似する塩分を含む地下水）の利用と、日立造船の水処理技術を活用した循環水処理システムにより、水温・水質を人為的にコントロールし、マサバの生育に最適な環境を保つことが可能です。外海の海水を使用しないため、アニサキスなどの寄生虫や魚病などのリスク低減が期待され、自然環境に左右されないマサバの安定供給が可能になります。

今回の共同開発を通して、システム全体のパッケージ化により競争力のある陸上養殖システムを構築して、国内での循環式陸上養殖の産業化を目指します。これによって海洋資源の保全と、持続可能な水産物の安定的供給への寄与を狙います。

▶▶▶マサバ循環式陸上養殖実証施設（イメージ）



## ② 金子産業、クロマグロ養殖で国内初のMEL認証を取得

クロマグロなどの養殖と加工・販売を行うグループ会社、金子産業株式会社（佐賀県唐津市）は、2019年7月26日付で長崎県内の養殖場のクロマグロ（人工種苗、4漁場）およびマダイ（3漁場）についてマリン・エコラベル・ジャパン（MEL※）の養殖認証規格Ver.1.0を取得しました。

国内でのクロマグロ養殖では初の取得、また、ニススイグループの養殖企業のMEL認証取得として弓ヶ浜水産に続く2番目の取得です。MEL認証には、①漁業認証、②養殖認証、③流通加工段階（CoC）認証（CoC：Chain of Custody）の3つがあり、金子産業ではこのたび②の養殖認証を取得しました。今後はさらに流通加工段階（CoC）の認証も取得し、加工品の出荷に取り組んでいきます。

※MELは、水産資源の持続的利用や生態系保全に資する活動を積極的に進めている生産者や、そのような生産者からの水産物を積極的に取り扱う加工・流通業者の取り組みを促進させること、ならびに漁業や養殖、加工・流通段階での水産物の取り扱いについての透明性を担保し、関係事業者や消費者の選択や信頼に寄与することを目的とした、認証スキームです。本スキームは、2016年12月に設立された一般社団法人 マリン・エコラベル・ジャパン協議会が運営しています。



## ③ 第38回「海とさかな」自由研究・作品コンクール関連イベント「出張授業」「体験学習ツアー」を実施

ニススイが協賛する第38回「海とさかな」自由研究・作品コンクール※への応募促進の一環として、「出張授業」と「体験学習ツアー」を実施しました。

当社の「出張授業」では、児童に海やさかなに興味をもっていただくため、企業や研究機関で働く人が1日講師となり授業を行います。

「出張授業」は、「海とさかなの不思議を学ぼう!」というテーマで行い、今年は17校（約2,500名）の児童が熱心に参加してくれました。

また、「体験学習ツアー」は、国立研究開発法人 海洋研究開発機構（JAMSTEC）横須賀本部および一色海岸海水浴場（神奈川県三浦郡葉山町）にて実施しました。このツアーでは、深海の不思議について学ぶことや海辺に棲む生き物に触れ観察してみるなど、学校の授業ではなかなか学ぶことができない貴重な体験学習を行いました。

※「海とさかな」自由研究・作品コンクールでは、海やさかなに興味を持っていただくため、小学生を対象に「海とさかなとわたしたち」をテーマとした研究・創作作品を募集しており、ニススイは、1982年の第1回から、同コンクールに協賛しています。



▶▶▶一宮町立一宮小学校（千葉県）での出張授業



▶▶▶一色海岸海水浴場での体験学習



▶▶▶社長室での塾社長と記念撮影



▶▶▶海を学ぶワークショップ



## ④ ニススイ本社で、子ども参観を実施

2019年7月26日、ニススイ本社にて子ども参観を開催しました。子どもたちは朝の通勤ラッシュを経験しながら親と一緒に出勤し、社長の椅子に座って記念撮影をしたり、親の働く執務室に入って名刺交換やコピーを取ったりして、会社の業務を体験しました。子どもたちが社内にいる時間は、受け入れる社員にも笑顔が見られ、微笑ましいひと時でした。

また、ジャパンGEMS※センターの協力を得て、海を学ぶワークショップを行いました。海が油で汚れてしまったら、海の生き物たちはどうなるのだろうか？ この油はどうしたら取り除けるのだろうか？ と、予想と実験を繰り返しながら海の大切さを学ぶ機会となりました。

※GEMS（Great Explorations in Math and Science）：米国で研究開発されている科学・数学の参加体験型プログラム



## ⑤食品ロスを減らすため缶詰の賞味期限を年月表示に変更

ニッスイは、これまで「年月日」で表示していたニッスイブランドの缶詰の賞味期限を、2019年7月1日生産分より「年月」表示に順次切り替えています。

昨今、まだ食べられる食品を廃棄する「フードロス」への問題意識が高まっています。このフードロスの約半数が食品関連事業者によるものといわれており、廃棄の削減が急務となっています。その対策の一つに賞味期限を「年月日」表示から「年月」表示へ変更することが挙げられ、これにより流通・販売の各段階における製品ロスの削減が可能となります。

現在の中期経営計画「MVIP+（プラス）2020」（2018～20年度）において、「独自の技術を生かし、持続可能な水産資源から価値を創造するメーカー」を目指し、マテリアリティとして「安全・安心で健康的な生活に貢献する」ことを掲げ、健康、R&D、イノベーション、品質に加えてフードロスについて検討しています。

### ▶▶▶賞味期限の表示方法（例）

〇〇〇〇〇 / 〇〇〇〇〇  
 （製造所固有記号）（製造ロット番号）  
**2020.12**  
 （賞味期限年月）

季節性のある原材料などを使用した、年間の生産回数が少ない商品は、順次切り替えます。なお、当面は缶詰で実施し、びん詰・レトルトパウチ品については現在検討中です。

## ⑥深海探査技術を競う国際大会「Shell Ocean Discovery XPRIZE」で日本海洋事業が参加する「Team KUROSHIO」が準優勝！

グループ会社の日本海洋事業株式会社がメンバーの一員として参加した「Team KUROSHIO」が、海中ロボットを用いて深海探査技術を競う国際大会「Shell Ocean Discovery XPRIZE」において、準優勝という結果を収めました。

同大会は水深4,000メートル級の海域で自律型海中ロボットAUV（Autonomous Underwater Vehicle）等を用いて、海底の広域3Dマップの構築とターゲットの写真撮影にチャレンジし、その精度やスピードを競うというものです。

「Team KUROSHIO」には国立研究開発法人海洋研究開発機構（JAMSTEC）を含む国内の8団体・企業が参加し、日本海洋事業はその一員として、AUVの製作・整備・運用と、AUVで取得された海底地形データの処理から海底地形図作成を担当しました。この大会から生まれた技術は、地震発生メカニズム解明や、新たな資源の獲得などに応用され、私たちの生活にも役立つことが期待されています。

### ▶▶▶「Shell Ocean Discovery XPRIZE」に挑戦中の「Team KUROSHIO」



写真提供：Team KUROSHIO



## ⑦2019年秋・冬新商品

2019年秋・冬新商品は、「尖りと差別化で、食シーンを豊かにする食卓応援団」をコンセプトに、「多様なライフスタイルへの対応」「健康訴求への対応」「減少する魚食への対応」をポイントとした新商品やリニューアル品を発売しました。

### 多様なライフスタイルへの対応

女性の活躍が広がる中、簡単・便利な食事への需要がますます高まっています。調理の手間を軽減できるおいしい商品をお届けします。



### 健康訴求への対応

近年注目を高めるたんぱく質やEPA・DHAなどを、ニッスイの独自技術や食材調達力で、おいしく手軽な商品としてお届けします。



### 減少する魚食への対応

魚をより気軽においしく召しあがっていただくために、調理の手間を省いた商品や、魚のおいしさや栄養素が摂れる商品をお届けします。

彩り野菜とお魚で映える食卓を演出。フライパンで簡単調理！



● SmartSeaCookMSC白身魚と野菜のバジルソース（水産品） MSC-C-51733

