創業の志は、今も変わらない

功労者・国司浩助が抱いた志は、100年以上を経た今もニッスイグループに脈々と受け継がれています。食で社会に貢献する使命感、海の恵みを未来へつなぐ責任、そして未知を切り拓くチャレンジ精神。これらをはじめとする創業の志は、時代が変わっても私たちの原点であり、新たな価値の創造を支える指針となっています。

国司浩助（くにし こうすけ）

1887年神戸市生まれ。水産講習所卒業後、農商務省の派遣によりイギリス・ドイツへ留学し、先進的なトロール漁業を学ぶ。1910年、創業者・田村市郎が国司浩助を再度イギリスに派遣し、翌年トロール船「湊丸」を竣工して帰国。同年、田村市郎が創業した田村汽船漁業部において事業責任者を務め、日本の近代トロール漁業の礎を築くとともに、ニッスイグループの事業基盤の構築と発展に大きく貢献した。



食で社会に貢献する使命感

漁業を単に魚を獲る事業ではなく、良質なタンパク質を世界の人々へ届け、健康で豊かな暮らしを支える社会的使命と捉えていました。その使命感は、戦時下においても事業を守り抜く覚悟につながり、「国民の健康増進に貢献し、世界の人々の幸福を増進せねばならない」という国司の信念に表れています。



戸畑漁港のイメージ図



ちくわ工場の様子

海の恵みを未来へつなぐ責任

100年以上前から、海の恵みを未来へつなぐため、資源を持続的に利用し、一つひとつを無駄なく活かすことの重要性を説いていました。その信念は、「採捕よろしきを得れば、永遠にその資源の利用価値は失われない」「何れも廃棄することなく、貴重な海の資源を利用し尽くして余すところはない」という言葉に表れています。

未知を切り拓くチャレンジ精神

イギリスへの渡航やトロール漁業の導入、海外漁場の開拓、冷蔵・加工・販売網の整備など、前例にとらわれることなく、新たな可能性に挑み続けました。このチャレンジ精神は、ニッスイグループの成長の礎となっています。



民間初のディーゼルトロール船 釧路丸

THE BEGINNING

創業の志を、未来の価値へ

創業以来受け継がれてきた志は、時代とともに形を変えながら、世界中の従業員一人ひとりの仕事に息づき、健やかな生活とサステナブルな未来の実現につながっています。

魚の可能性を追求し、未来の食を支える

私は株式会社ニッスイで、すり身と植物性タンパク質を組み合わせ、良質なタンパク質をおいしく摂ることができる新しい食品の研究開発に取り組んでいます。将来のタンパク質不足や水産資源の枯渇や価格高騰が懸念される中、ニッスイが培ってきたすり身の加工技術を活かし、それぞれの素材の良さを引き出しながら、新しい食感やおいしさの実現を目指しています。

研究のおもしろさは、「0から1」を生み出すことです。例えば、スケソウダラやサーモンのこれまで十分に活用されてこなかった部分も、加工方法を工夫することで、全く異なる食感や繊維感を持つ素材へと変えることができます。こうした経験から、魚にはまだ引き出せていない可能性があると感じています。

その可能性を食品として届けるうえで欠かせないのが、「おいしさ」です。どれほど栄養価が高く、環境に配慮した食品であっても、おいしくなければ継続して食べてもらうことはできません。だからこそ、これまで十分に活用されてこなかった魚肉や植物性タンパク質から、「こんなにおいしくなるんだ」と感じてもらえるような、新しいおいしさを生み出したいと考えています。

これからも素材が持つ可能性を引き出し、人にも地球にもやさしい食をお届けして、社会に貢献していきたいです。

株式会社ニッスイ
中央研究所水産食品研究室　横田 展大

水産資源の状態を見つめ、魚を届け続けられる未来へ

私はニュージーランドで漁業から水産物の加工・販売までを手がけるシーロード社で、持続可能な漁業に向けた取り組みを進めています。政府の研究者や資源管理の担当者と漁業の現場をつなぎ、双方の情報や知見を共有することが私の役割です。

仕事をするうえで大切にしているのは、「今、海にどれだけ魚がいるのか」を科学的なデータから捉えることです。ニュージーランドを代表する水産資源であるホキは、かつて高い水準での漁獲が続いた後に資源量が減少し、漁獲量を抑えて回復を図った時期がありました。その後、漁獲量が再び増える中で、資源量が減少したこともありました。このことから、そのときどきの資源状態を正しく捉え、それに基づいて判断することの大切さを学びました。

海や水産資源の状態は常に変化しています。だからこそ、混獲を減らす取り組みや海底への影響を抑える漁具の研究など、より良い漁業の在り方を追求しています。お客さまが当社やニュージーランド産、ニッスイグループの魚を手に取ったとき、「持続可能な漁業から届いた魚だ」と安心して選んでいただけるよう、100年後も人々に魚を届けられる漁業を目指していきます。

シーロード社
リソースマネージャー　チャールズ ヒーフィー

変化を捉え、“食”の可能性を切り拓く

私はフランスで食品の製造・販売を行うシテ・マリン社で、マーケティング＆コミュニケーション部門の責任者を務めています。当社が展開するブランドの育成をはじめ、さまざまなメディアを通じた会社や商品の魅力の発信、採用活動など、幅広い業務を担当しています。

当社では、1990年にチルド（冷蔵品）の白身魚フライを発売して以来、お客さまの食生活やニーズの変化を捉えながら、食の可能性を追求してきました。例えば、フィッシュ＆チップスや植物性タンパク商品など、従来の枠にとらわれず、その時代に求められる新しい“食”の選択肢を提案しています。

商品づくりには、研究開発に携わる技術者やレシピ開発を担う料理人など、さまざまなメンバーが関わっています。それぞれの専門性やアイデアを活かし、お客さまの暮らしを思い描きながら、新しいおいしさや価値を形にしています。

植物性タンパク商品をはじめとした新たな領域に積極的に挑戦しながら、お客さまのさまざまなニーズに応える商品づくりに取り組んでいきます。

シテ・マリン社
マーケティング＆コミュニケーション ディレクター　ステファニー ラングロワ



創業時の想いは、いまも経営の原点に

今から115年前の1911年、一隻の漁船を建造、トロール漁業に着手したことからニッスイの歴史は始まりました。

「水産業こそ、人口、食糧問題の解決への秘鍵である」（国司浩助氏論叢）として、「創業の理念」にある思想を今日まで継承してきました。

現在では、魚をより手軽に食べていただける食品への加工、魚油の健康食品や医薬品への利用など、さまざまなイノベーションにより水産資源の価値を最大化する事業を展開しています。

自然の恵みから多様な価値を創造、世界の人々にお届けし、さまざまな社会課題を“食”で解決するため、世界中の仲間とともに挑戦を続けています。

MISSION

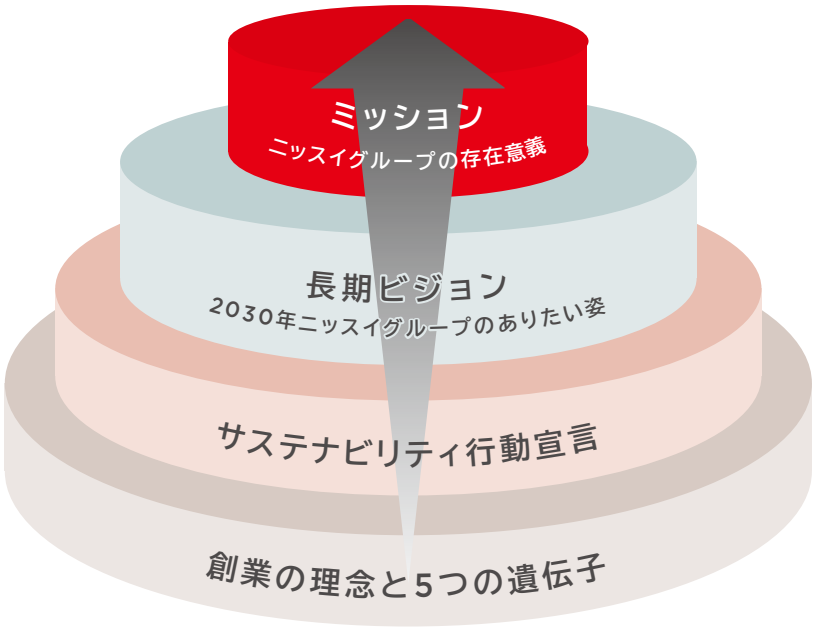
● ミッション（存在意義）

私たちを突き動かすもの。
それは「人々により良い食をお届けしたい」という志。

海で培ったモノづくりの心と未知を切り拓く力で、
健やかな生活とサステナブルな未来を実現する
新しい“食”を創造していきます。

ミッションに込めた想い

- 「食」に注力する企業へ
- 海で培ったモノづくりの心と未知を切り拓く力
- サステナブルな未来を見据えて進んでいく決意



VISION

長期ビジョン「GOOD FOODS 2030」
人にも地球にもやさしい食を世界にお届けするリーディングカンパニー

サステナビリティ行動宣言

私たちニッスイグループは、地球や海に感謝し、創業時より受け継ぐ5つの遺伝子（使命感、イノベーション、現場主義、グローバル、お客様を大切にする）から多様な価値を創造し、事業を通じて社会の課題解決に取り組みます。

サステナビリティ行動宣言
▸ https://nissui.disclosure.site/ja/themes/126

お客様 | 従業員
ビジネスパートナー | 環境
株主 | 社会

創業の理念と5つの遺伝子

水の水道におけるは、水産物の生産配給における理想である。

海洋資源は世界至る処でこれを求め、できるだけ新鮮な状態で貯え、世界各市場にいわば水道の鉄管を引き、需要に応じて市価の調節を図りつつこれを配給する。
水産物も配給上の無駄を排しできるだけ安価に配給を図り、その間一切不当な利益を要求すべきではない。

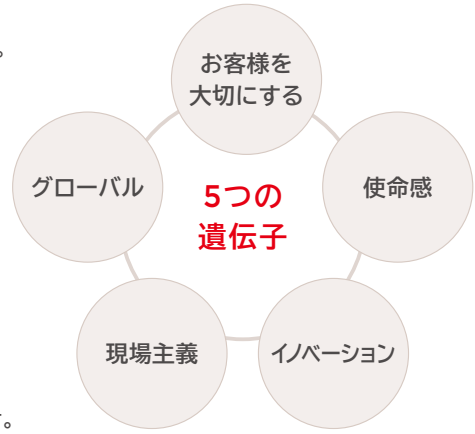
使命感
地球や海の資源を持続的に有効活用し、環境を大切にする。

イノベーション
起業家の志を持って、様々なイノベーションに取り組む。

現場主義
研究開発とマーケティングを重視し、
生活者視点に立った価値と機能の創造を目指す。

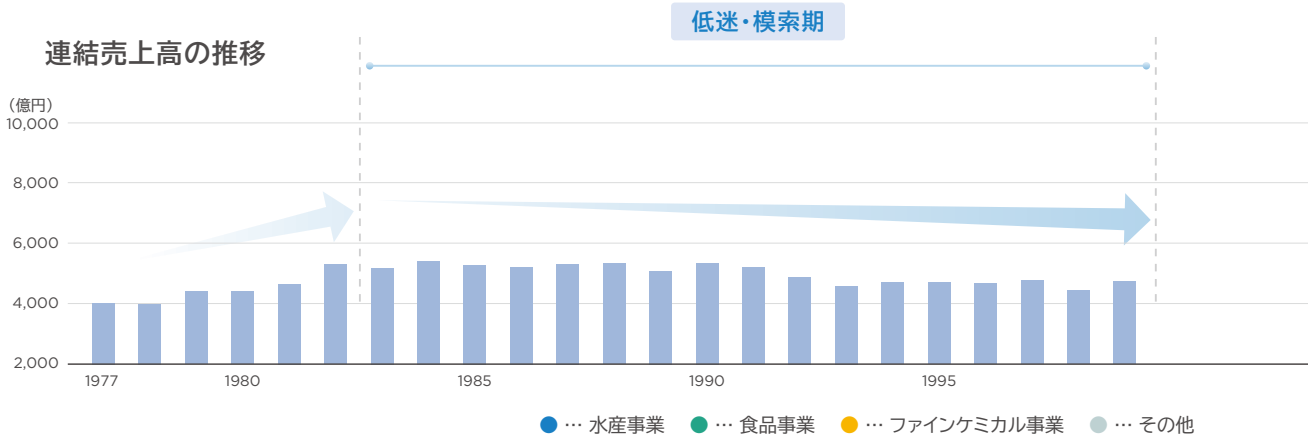
グローバル
水産物をはじめとした資源から
グローバルバリューネットワークを構築する。

お客様を大切にする
企業として社会的責任を果たし、ブランド価値を向上します。



原点を受け継ぎ、未来へ

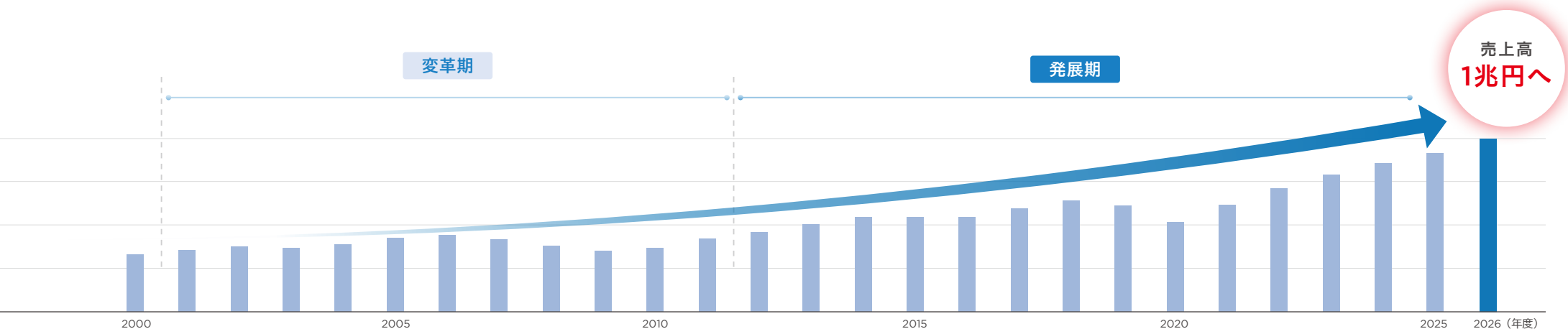
創業以来、ニッスイグループは社会や事業環境の変化を成長の機会と捉え、挑戦を重ねてきました。世界最先端の漁業技術の導入に始まり、海外漁場の開拓、水産資源を有効活用する加工・食品事業への展開、グローバルな事業基盤の構築など、時代の変化に合わせて事業領域を広げながら、新たな価値を創造し続けています。



	1911創業	1930～	1941～	1977～	1991～
環境変化	外部環境	戸畑漁港の建設	外部環境	太平洋戦争により、保有していた船舶の83%を焼失。水産統制令により製氷冷蔵部門や食品製造・販売部門を譲渡	外部環境	太平洋戦争後、各国が排他的経済水域を設定・拡大、遠洋漁業が制約を受ける	内部環境	遠洋漁業の撤退により収益が悪化。高コスト体質が続き赤字に転落、無配
	創業期		復興期・高度成長期		低迷・模索期
	遠洋トロール漁業・水産加工事業などを開始		漁業・加工食品事業の復興と拡大		漁業に代わる事業の模索と構築、海外に水産物調達拠点を整備
施策・意思決定	● 下関から戸畑への拠点移転を決断、事業を拡大		●● 漁業・冷蔵保管事業・食品加工事業を徐々に再建・再開 ●● 大規模な食品工場を新設、大型トロール漁船に大型投資 ● 水産物加工・食品生産など、事業領域を拡大	● 漁業以外の水産資源アクセス機能の整備に着手、海外に水産物調達拠点を設置 ● 南米のサーモン養殖事業に投資 ● 落ち込んでいた加工食品事業の再構築、冷凍食品事業の拡大 ● 1980年代以降、EPA研究を開始し、のちに高純度EPA医薬品原料の承認・製造許可を世界で初めて取得 ● チルド事業に着手	● 商品・市場・顧客・業務のいずれも重要なものだけを残す「選択と集中」、業務の標準化、IT化を推進 ● 不採算事業の撤退や国内グループ会社の整理・統合 ● コスト削減、在庫削減
成果	● 漁業・製氷・冷蔵・加工・研究開発の機能を備えた拠点とし、販売も含めて水産物のサプライチェーンを構築		● 漁業・買付・生産・販売の機能を整備して水産物供給体制を構築、加工食品事業の生産能力も整備し事業規模を拡大、高度成長期を邁進	● 漁業機能を最大活用しながら、並行して海外拠点での水産物の買付などにより水産物を安定供給	● 利益体質への転換に成功、赤字を解消し、配当を再開


戸畑漁港のイメージ図


1993年 中央研究所大分海洋研究センター完工



環境変化

2001～

外部環境 欧米を中心に世界的な水産物の需要が拡大

内部環境 成長に向けた経営基盤の整備が求められる

2012～

外部環境
- CSRやSDGs、サステナビリティに向けた取り組みの重要性が高まる
- 気候変動や地政学的リスクなど複合的な環境変化への対応が不可欠に

2022～

内部環境 価値創造基盤の強化と危機対応力の重視

変革期 グローバルサプライチェーンの構築

発展期 グローバル成長加速・新たな成長ステージへ

施策・意思決定

- 経営理念の明確化
- グループ経営に移行、グローバルサプライチェーンを構築
- 資源アクセスの強化、オセアニアの水産事業に参入
- 水産物を顧客価値に変換するモノづくりを推進し、グローバルな販売力を強化
- 北米・欧州の冷凍食品事業に参入
- 配合飼料事業・国内養殖事業に着手
- グローバルリンクスの機能強化
- 「CSR（現 サステナビリティ）行動宣言」制定
- 養殖事業の拡大・高度化
- コーポレート・ガバナンスの強化
- 不採算事業の整理



2011年 東京イノベーションセンター完工

- ミッションを再定義し、長期ビジョンを策定
- マテリアリティと経営戦略の一体化
- リスクマネジメントの強化

nissui
まだ見ぬ、食の力を。

2022年 株式会社ニッスイに商号変更

成果

- 「グローバルリンクス」「ローカルリンクス」で構成される水産物のグローバルサプライチェーンを構築
- メーカー機能強化により事業構造が変化、収益力の安定化
- 安定的に利益を出せる体質への転換
- グローバルサプライチェーンが進化、北米・欧州などの事業が安定化
- 健やかな生活とサステナブルな未来を実現する新しい“食”の創造への挑戦

不確実性の高い経営環境でも持続的に価値を創造する企業へ