



【会社概要】

- ・本社—札幌市西区西町北 18 丁目 1 番 1 号
- ・創立—1975(昭和 50)年 6 月 19 日  
(日魯漁業は、1961 年畜産部門を設置)
- ・資本金—4 億円
- ・売上高—134 億円(2019 年度)
- ・従業員数—505 名(2020 年 4 月 1 日現在)
- ・工場—札幌、十勝、名寄

【事業内容等】

1. 食肉事業
2. 食肉加工食品事業
3. 冷凍食品事業
4. 直販事業

今回の会員企業トップインタビューは、マルハニチログループのニチロ畜産株式会社 菊池 英夫社長に伺いました。同社は、1961 年から北海道を事業基盤として食品製造業に携わっている会社です。「マルハニチログループの理念」にそったCSR経営を推進し、地域社会に食を通じて貢献し、“北海道になくてはならない、信頼され社会から必要とされる食品会社”を目指しています。

Q. 貴社の沿革をお聞かせください。

A. 当社は 1961 年(昭和 36)年、当時の日魯漁業株が北海道に畜産部門を設置したことに始まります。同じ年、札幌と紋別、翌年には名寄に食肉センターを開設し、道内各地へ本格的に販売を拡張しました。その後、ハム・ソーセージなどの畜肉加工品の製造販売を開始するとともに、札幌市西区に食肉加工総合工場を建設、そして 1975 年日魯漁業株から畜産事業の一切を譲り受け、当社が設立されました。その後も新工場の建設、様々な加工品の製造を行い、2014 年マルハニチロの統合により、同社の 100% 出資子会社となりました。

Q. 貴社グループの経営方針についてお聞かせください。

A. 当社は、マルハニチログループの一員として、理念、ビジョンおよび社訓に加え、環境理念も掲げています。当社は、「地域社会に食を通じて貢献し、北海道になくてはならない、信頼され社会から必要とされる食品会社を目指します」というものです。グループ理念は、「誠実に、本物・安心・健康な『食』の提供を通じて、人々の豊かなくらしとしあわせに貢献します」。このほかに、3 項目のビジョン、5 項目の社訓、グループならびに当社の環境方針も掲げています。詳しくはホームページにてご確認願います。

Q. 貴社の事業内容、環境方針への取り組みについてお聞かせください。

A. 主な事業内容は、①食肉事業(搾乳し終えた乳牛を食肉として加工・販売)、②ハム・ソーセージ、味付け肉等の食肉加工食品事業、③カツ、ハンバーグ等の冷凍食品事業、④地域密着型の直販事業です。

また、環境方針は、グループの環境理念を踏まえ、当社として 6 項目の方針を定めて次世代に豊かな自然を引き継いでいくための取り組みを推進しています。

Q. 貴社の数多い商品の中の売れ筋商品等についてお聞かせください。

A. ポロニアソーセージです。この商品は 1980 年に発売を開始し、発売から 41 年のロングセラー商品となり、ソーセージをお手軽な価格で楽しんでいただける商品として、長く道民の皆様にご愛顧をいただいております。

Q. 貴社の社風、個性、社員気質などお聞かせください。

A. 社員の平均年齢が 36.4 歳と比較的に若い社員が多く、また道内出身者が多いためか、気持的におおらかな人が多い印象です。現在、世代交代が進んでいる最中ではありますが、風通しの良く、何でも言い合える職場環境であり、その中で元気あふれる面と、コツコツと業務を造り上げていく社員が多いように感じます。



ロングセラー商品の  
ポロニアソーセージ  
商品(上)と調理例(下)



本社・札幌工場

Q. 貴社社員の採用、人材育成方針をお聞かせください。

A. 毎年、3～5名程度を新規採用しております。

弊社の育成方針は「失敗を恐れず積極的にチャレンジし続ける人材を育てる」事です。毎年入社した社員には、個別支援活動を組織的に運営し、仕事上の課題の解決を援助して、キャリア発達を支え、職場内での精神的な悩みや問題点の相談、解決の為に、一昨年からメンタープログラムを導入しました。自分の部署以外の先輩社員とペアとなってもらい。日々の生活からちょっとした仕事の疑問などを気軽に相談できる環境を提供しております。この取り組みは新入社員も含め、先輩社員の傾聴力、指導力が向上するなど、双方の成長に効果が出ており、早く会社に慣れることで、仕事への理解が進み、また離職を防ぐことにも期待しております。その他企業内研修として、会社における問題をテーマとして取り上げ、階層別に実務として進めていく研修を5年ほど前から行っております。

Q. 働き方改革が話題となっています。貴社の取り組みをお聞かせください。

A. 2019年に60歳定年を65歳へ延長を行いました。先ほども触れましたが社員の平均年齢が36歳と若く、技術の伝承の為に、60歳でやめてもらっては困ります(笑)。元気な方には、まだまだ活躍していただくため、待遇面にも手を入れて、安心して働ける環境を提供できるように進めております。また3年前にはパート従業員に対する退職金制度を導入し、雇用の長期化を支援し、職場環境の改善に取り組んでおります。

製造業は、以前まで男性が多い職場でありました。10年程前から積極的に女性の採用を進めてきたことから、製造現場においてもリーダーを任せられる女性が育ってきており、あと数年後には管理職を任せられる人材が出てくると期待しております。

Q. 経済界では、人手不足により経済成長に影響をきたすとの声も聞こえます。

A. 人材の確保に関しては、弊社においても大きな課題となっております。特に製造部門においては、現在も人の手にたよるものが多く、加えて技術の習得まで時間を要することもあり、定年延長や、外国人技能実習制度を積極的に活用しながら人員の安定化を図っております。現在では多くの外国人技能実習生が現場作業の中心となっております。今後は、省力化設備の導入や、人材教育による生産性向上などの対策を強化していく予定です。



さっぽろ西町ハム工房  
(工場併設の直売店)



名寄・天牛(あまうし)ロゴ

Q. コロナ禍による事業への影響や生産性向上等についてお聞かせください。

A. コロナ禍では、ホテル、外食産業向けの業務用ハム・ソーセージ製品、食肉製品が大きく影響を受けたほか、家庭用お弁当向け冷凍食品類も同様に影響を受けましたが、巣籠需要により宅配向けのハンバーグ、餃子・焼売、介護食向けの冷凍食品、量販店向けの市販用ハム・ソーセージ製品、食肉製品の販売が順調に伸長し、落ち込み分をカバーできたことで前年並みの売上利益は確保できる見込みであります。

Q. 菊池社長様の入社のご経緯および、特に印象に残る事柄をお聞かせください。

A. 今から40年以上前のことなので、記憶があいまいですが、大学で食品関係を学んだことから、これからの日本の食を提供する仕事に携わりたい思いがあり、日魯漁業に入社しました。印象に残る出来事は、一つは東日本大震災です。当時の基幹工場だった石巻工場が、津波で壊滅的な被害を受けましたが、生産していた製品の一つをニチロ畜産で生産することとなり、10数名の従業員に、札幌工場に家族とともに移ってもらい、3か月後には、従来と同じ品位の商品をお客様のもとに届けることができました。彼らは、今も札幌工場の主力メンバーとして頑張っています。

Q. 貴社の今後の取り組みと課題等についてお聞かせください。

A. 弊社の事業は大きく3つ(食肉事業、加工品事業、冷凍食品事業)ありますが、食肉事業においては、我々が持つ強みとして、搾乳し終えた乳牛を食肉として加工・販売する事業に深みを持たせていくことであります。2016年から研究・開発を始めた「廃用牛の再肥育の取り組み」は、ひき肉でしか使用できなかった廃用牛を再肥育することでテーブルミートに使用できるようになり、利用価値を向上させることができ、現在では地域ブランド牛「名寄・天牛(なよろあまうし)」として、ふるさと納税品としても採用いただいております。地域への貢献にも一役買っております。さらに再肥育で培った経験を活かしながら新たな取り組みも模索中であります。加工品事業においては、北海道内の人口減少が進んでおり、ハム・ソーセージなどの販売数量は減少傾向の環境ではありますが、今後は大きな数量拡大ではなく、創業から培った技術を駆使した付加価値の高い製品づくりを進めていく考えであります。冷凍食品事業においては、家庭用弁当向け、宅配向け、介護食向けと各カテゴリー別の製造ラインがあり、その9割をマルハニチロへ販売しております。マルハニチログループの一員として「世界においておいしいあわせを」をモットーに、協業を更に深め、発展させていく所存です。