

おいしさ、ココロとカラダに。

Healing your Body and Soul

# 「幸せ」に込める3つの願い

カネテツデリカフーズは、更に新しい「おいしさ」や「健康」、「驚き」を創造し、海を通じて、カネテツに関わるすべての人に「幸せを灯せる企業」へと変わってゆきます。  
そして、この想いを経営理念の「幸せ」という言葉に込めました。

## 1つ目の願い

### 「商品を通じてお客様へ幸せを届けたい」

「食に関する様々なニーズや課題に、きちんと技術と経験で向き合う」  
「高タンパク低カロリーで、健康と成長を応援する」  
「いつでもどこでも、気軽に海の恵みを楽しめる」  
「時間をかけずに、簡単に子供や家族が喜ぶ料理を作る事が出来る」  
お客様が、ココロから笑顔になるような、お客様のカラダも喜ぶような、  
そんな、食べる人の幸せをイメージした人と地球にやさしい商品を、  
思いを込めてお届けしてゆきます。

## 2つ目の願い

### 「カネテツで働く社員に幸せになって貰いたい」

お客様に「幸せ」をお届けするためには、「私たち自身も幸せであること」が大切だと考えています。社員同士の心のつながりを大切に、「大家族主義」の経営をベースに、我々自身が、仕事を通じた「喜び」や「働きがい」、「成長」を感じられる事業を行うことで、一人ひとりが幸せを実感しながら働ける会社を目指してゆきます。

## 3つ目の願い

### 「地域社会に貢献し、世の中を幸せにしてゆける企業でありたい」

「安全で健康な食の提供を通じて、世界の人々の豊かな暮らしや幸せに貢献する」  
「取引先様と良好な信頼関係を築くことで、相互の発展に貢献する」  
「事業活動によって、生み出された利益を社会に租税する事で、  
地域社会の発展に貢献する」  
会社を取り巻くすべての人々が、「いい会社だね」と言ってくださる様な、  
「すべての人々をハッピーに出来る会社」になってゆきます。

この3つの願いを込めて、2020年1月、経営理念を刷新しました。

代表取締役社長  
村上 寛

【Hospitality】

## 「ホスピタリティ」

海からもらった贈り物。

「ホスピタリティ」という言葉は、人を気持ちよくさせることや、モノやサービスが心地よいことを意味しています。いくら高級なレストランでも、そこにいることで気持ちよさを感じるかどうかです。

モノをつくる企業も同じです。ただモノをつくって売るだけではダメです。つくるモノにつくり手の心を盛り込まねばなりません。わが社でいえば、「自分の子供には、保存料無添加のカマボコを食べさせたい」と思うのなら、そういうカマボコをつくることです。市販のお弁当よりお母さんのつくったお弁当がおいしいように、いい人がいい気持ちでつくった商品はいい商品なのです。

それが「ホスピタリティ」というものです。買った人が気持ちよくなるような、つくっている私たちも気持ちがいい、そんな商品を送り出してゆきたいと思っています。

私たちは、海からの贈り物を真心込めて皆さんの食卓にお届けします。



【Philosophy】

## 「経営理念」

私たちは、海を通じて、新たな「おいしさ」と「幸せ」を創造し、世界の人々の豊かな暮らしに貢献します。

「幸せ」に込める3つの願い

- 【1】** 私たちは、お客様が、ココロから笑顔になるような、お客様のカラダも喜ぶような人と地球にやさしい商品・サービスを創造し、お客様へ「幸せ」をお届けします。
- 【2】** 私たちは、喜びや働きがい、成長を感じられる企業活動を行い、一人ひとりが「幸せ」を実感しながら働ける会社を目指します。
- 【3】** 私たちは、安全で健康な“食”の提供を通じて、地域社会の発展に貢献すると共に、カネテツに関わるすべての人に「幸せを灯せる企業」になってゆきます。

【Safety  
/Security】

## 「安全・安心」

「いらないものは、入れない主義。安全な製品をつくるために、いちばん大切なことは何でしょうか。私たちは考えました。」

そして、そのひとつの答えが「**合成保存料無添加**」でした。おいしさも新鮮さも自然のままにお届けするのが「安全」の原点。いらないものは入れないのがいちばんと考えたのです。

しかし、それを実現するためには工場全体をクリーン化しなければならず、かなりの投資が必要でした。

クリーンな空気と徹底した温度管理によって、練り製品の製造ラインとして最高レベルの衛生体制を備えた六甲工場で「**全商品合成保存料無添加**」のモノづくりがスタートしたのです。

“蒸す”、“焼く”、“揚げる”など、さまざまに加熱された練り製品は、厳重な衛生管理と温度管理の中でただちに包装され、出荷されます。味も、鮮度も、お値段も「カネテツさんの商品だから大丈夫。安心ね」と言っていたくために、私たちは常にお客さまのご意見を真摯に受け止め、取り入れてゆきます。

私たちは、何よりお客さまの信頼を大切にします。



【Food Safety  
Policy】

## 「食品安全方針」

食品安全マネジメントシステムの有効性を継続的に改善することにより、お客様にお届けする商品の『安全』を保証し、いつも『安心』してご利用いただけるよう日々努めます。

- 【1】** 私たちは、『いらないものは、入れない主義』をモットーに、お客様の立場に立って、安全で高品質な商品を安定的、継続的に提供します。
- 【2】** 私たちは、関係法令および社内基準・ルールへの遵守はもちろんのこと、社会倫理に適合した健全な企業行動を実行します。
- 【3】** 私たちは、お客様のご意見を真摯に受け止め、商品に活かします。
- 【4】** 私たちは、お客様に対し、情報開示を積極的におこない、ブランドへの信頼を高め得る企業活動を継続します。
- 【5】** 私たちは、力量を確保する教育・訓練システムを構築し、有効的に実施します。

# 「オンリーワンのおいしさ」

## おいしさ極める製造工程

1

【原料】



世界の主要漁業にまたがる原料開拓のネットワークにより、選りすぐった新鮮な魚のみを原料に使用し、頭や内臓を取り除いてすり身となり、世界中の工場から新鮮なまま工場に届けられます。

2

【<sup>らいかい</sup>播潰】



すり身に塩を加え、下味を整えながら、最新の機械でさらにきめ細かくすりつぶします。また、昔ながらの石臼で何段階にもわたって丹念に練り上げ、よりきめ細やかなすり身に仕上げます。



3

【成型】



練り上げられたすり身は、成形機を通してそれぞれの製品の形に整えられていきます。蒲鉾は所定の長さに切断された板の上にすり身を乗せ、板の長さに合わせて上の身を切断していきます。

4

【加熱】



蒲鉾は“蒸す”、竹輪は“焼く”、揚物は“揚げる”など必要に応じた加熱作業が行われます。蒲鉾は低温と高温の二度蒸しでふりふりとした食感を演出。遠赤外線によって美味しい焼き色を表面に描きます。

5

【冷却】



加熱された製品は、冷却装置で一気に冷却されます。加熱と冷却のラインを連続させることで、製品に余分な菌が付着・侵入することを防止。このクリーンな製造工程が合成保存料無添加を実現しました。

6

【包装・配送】



冷却された製品は、室内の気圧を高めることで外気の侵入を防ぐクリーンルームで、厳重なチェックを受けながら素早く、効率的に包装。おいしさと新鮮さをそのままに閉じ込めた商品をお届けします。

# カネテツデリカフーズは 2016年に創業90周年を迎えました。



まいど! てっちゃんです  
てっちゃんとは、カネテツデリカフーズのキャラクターで、昭和26年(1951年)にはじめて広告に登場しました。

1926年 初代社長 村上鐵雄、西宮市において練り製品製造業を創業  
1944年 戦時企業統制令により「神戸かまぼこ株式会社」に統合  
1948年 統制経済解除で「かねてつ蒲鉾株式会社」を設立  
カネテツは、創業社長夫婦の名前、夫 鐵雄・妻 かなめ より命名。

1951年 キャラクター「てっちゃん」誕生  
かまぼこの広告に子供のキャラクターを使う、というのは当時とても斬新なアイデアだった。国鉄や私鉄沿線ターミナル、新聞広告などで広く活躍し浸透していった。

1952年 “ちんぴら” 発売

1955年 自動包装機による日本初の大量包装化を実現  
当時、練り製品は店頭で売るのが当たり前だったが、カネテツは製品を包装することで雑菌の侵入を防ぎ、より安全に食べられることを実現した。

1959年 てっちゃんテレビ進出(てっちゃんの唄誕生)

1967年 「かねてつ食品株式会社」に社名変更

1971年 村上忠雄、社長に就任

1982年 雑誌「宝島」8月号に全面広告「啓蒙かまぼこ新聞」連載開始

11月号より“てっちゃんのお父さん”登場。

作家の故中島らも氏の企画・編集により始まったこの広告は、中島氏のエッセイと読者投稿の2本立てで構成された。その内容は、カネテツの宣伝とはおよそ無関係に見え、従来の企業広告の手法を無視した大胆なものであったが、読者にも広告業界にも大きな反響を呼んだ。

中島氏はこれらの広告作品により 1983年 TCC 賞準新人賞を受賞。

1985年 CI 導入により、カネテツデリカフーズに社名変更、企業のイメージのリニューアルを実施。

1989年 村上健、社長に就任

1990年 六甲アイランドに六甲工場完成

全商品合成保存料無添加に。「いらないものは、入れない主義」というキャッチフレーズで無添加キャンペーンの企業広告を実施。

2006年 ISO22000 の認証取得

2009年 「油で揚げていないシリーズ」発売

2012年 てっちゃん工房 オープン

2014年 「ほぼカニ」発売

2016年 創立90周年 VI を実施

ドルフィントレーディング株式会社を子会社化

2018年 業界初 FSSC22000・JFS-C・ISO22000 の3つの認証取得

2019年 村上寛、社長に就任



■ 珍比良 (発売当時)



■ てっちゃん広告



■ 啓蒙かまぼこ新聞



■ てっちゃん工房



■ ほぼカニ (2014)

