

2010年3月期 連結決算及び事業概要

株式会社マルハニチロホールディングス

代表取締役社長 久代 敏男

2010年5月17日

説明概要

1 2010年3月期連結決算の概要

2 2009年度経済環境

3 2009年度の事業トピックス

4 海外売上高

5 事業環境予測と業績予想

1-1. 2010年3月期実績



単位:億円

マルハニチログループ 2010年3月期					
	実績	計画	前期		
売上高	8,287	8,500	8,975	前期比	92%
				計画比	97%
営業利益	108	130	155	前期比	70%
				計画比	83%
経常利益	78	90	81	前期比	96%
				計画比	87%
当期利益	16	35	△ 63	前期比	—
				計画比	46%

-2-

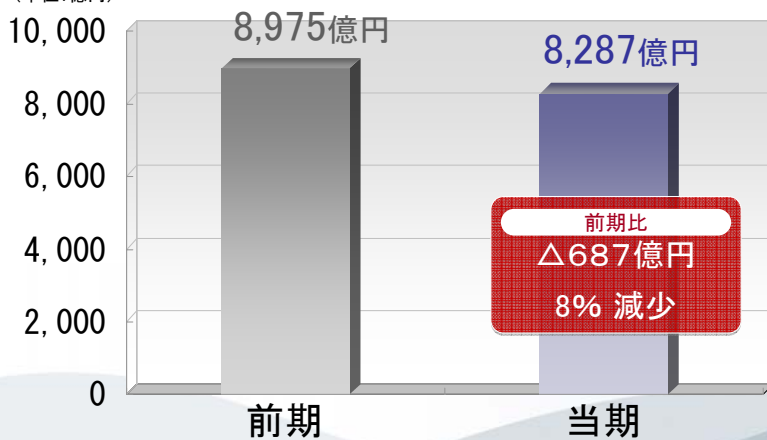
株式会社マルハニチロホールディングス

1-2. 2010年3月期 売上高



売上高

(単位:億円)



-3-

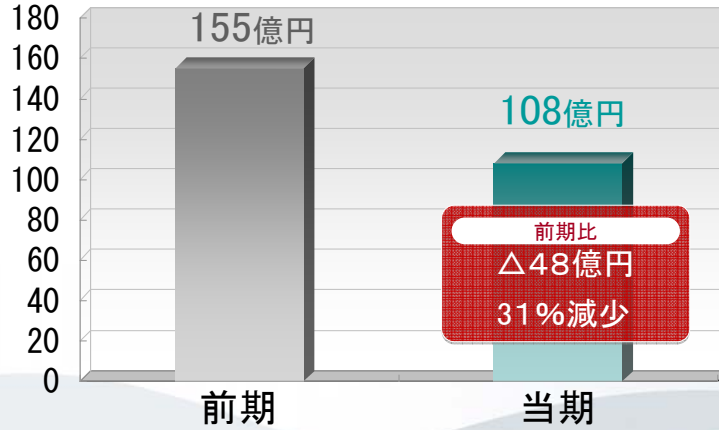
株式会社マルハニチロホールディングス

1-3. 2010年3月期 営業利益



営業利益

(単位: 億円)



株式会社マルハニチロホールディングス

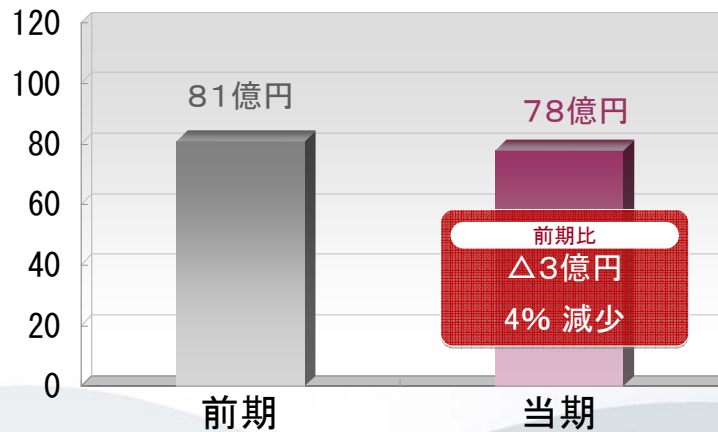
-4-

1-4. 2010年3月期 経常利益



経常利益

(単位: 億円)



株式会社マルハニチロホールディングス

-5-

1-5. 2010年3月期 当期利益



当期利益



-6-

2-1. 2009年度の経済環境



前年経済危機以来深刻な不況期

- 魚価安、漁獲不振
- 水・畜産物在庫過多
- インフルエンザ禍
- 内食伸長/外食不振
- 製造業生産縮小
→ 雇用不安

- ◆ 在庫調整局面にある水・畜産素材の販売で苦戦
- ◆ 高級商材販売不振 ⇔ 市販用冷食販売伸長
- ◆ 食品セグメントの利益増で水産セグメントの減益を補えず

-7-

株式会社マルハニチロホールディングス

2-2. 事業別環境の概略

健闘した事業

戦略販売事業
市販冷凍食品事業
7ツアセ7ニ7事業

⇒水産加工品直販が堅調
⇒重点商材に集中、経費削減
⇒原料価格安定と経費削減

苦戦した事業

漁業事業
北米事業
水産商事
畜産事業

⇒漁獲不振と漁獲物市況低迷
⇒操業長期化とすりみ市況低迷
⇒刺身用マグロの市況低迷
⇒鶏肉の市況低迷

3-1. 2009年度の事業トピックス(上期)

- 4月 ⇒九州中央魚市(株)設立(熊本魚(株)・鹿児島魚市(株)合併)
- 4月 ⇒北海道・東北地区生産拠点統廃合
- 4月～ ⇒アグロベスト社設備増強
- 5月 ⇒滝沢ハムとの業務提携決定
- 6月～ ⇒冷凍食品生産ライン増強
 - ・マルハニチロ食品 大江工場・仙台工場・広島工場
 - ・アクリフーズ 群馬工場
- 7月 ⇒マダガスカル事業売却
- 7月 ⇒大型沖合巻き網船「第二たいよう丸」竣工

3-2. 2009年度の事業トピックス(下期)



10月 ⇒ 化成品事業宇都宮工場増強

2010年

2月 ⇒ 大型海外巻き網船「第二ふじ丸」竣工

4月 ⇒ 市販用介護食「メディケア食品」ブランド販売開始
⇒ (株)マルハニチロ北日本発足

3-3. 資源アクセスの強化策



3-4. メディケア食品



株式会社マルハニチロホールディングス

3-5. 統合効果



コスト削減効果

2009年3月期

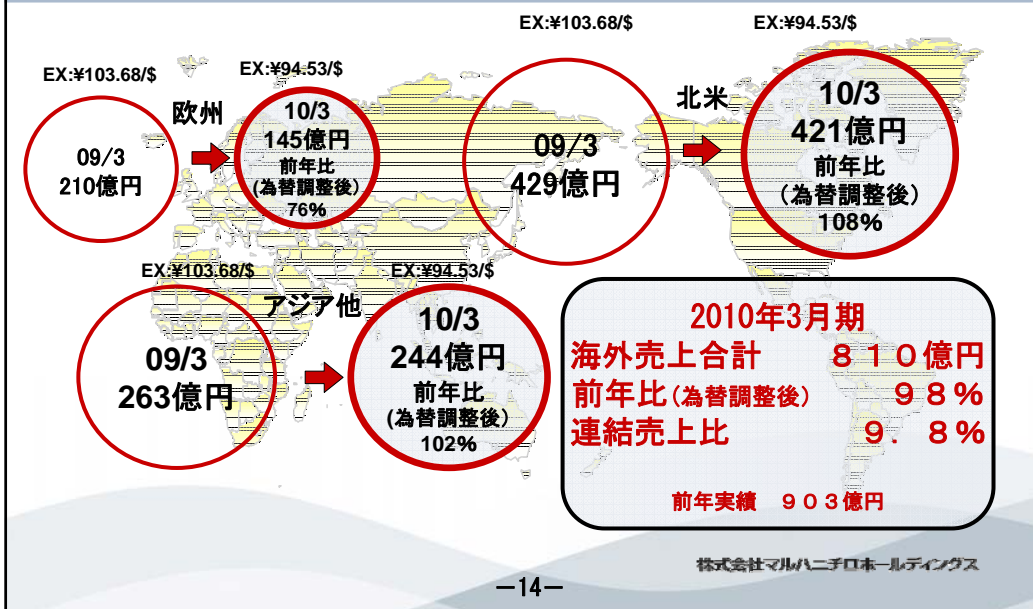
2010年3月期

<ul style="list-style-type: none"> ➢ 本社・支社事務所等経費削減 ➢ 労務費削減 	<p>12億円</p>	+	<p>10億円</p>
	<p>14億円 (計26億円)</p>		<p>7億円 (計17億円)</p>

事業統合2年で総額43億円の統合効果

株式会社マルハニチロホールディングス

4. 2010年3月期海外売上高



-14-

5-1. 事業環境予測



漁業・養殖

北米

水産商事・荷受

冷凍・加工食品

漁獲量・魚価の回復

低水準の漁獲枠続き厳しい環境

全面的に市況回復も国内消費回復は遅い

消費傾向の変化限定的。原材料費は上昇基調。

-15-

株式会社マルハニチロホールディングス

5-2. 次期の重点施策



- ◆ 経営統合の完成
- ◆ 赤字事業の精査
- ◆ 卓越した水産物調達力に基づく安定的収益の確保
- ◆ 健康を提案する商品群の充実
- ◆ 「メディケア食品」など新商品による新たな需要開拓
- ◆ 低価格志向に対応した商品群の充実
- ◆ 海外販売への施策

-16-

株式会社マルハニチロホールディングス

5-3. 次期増益要因



➤ 水産セグメント

漁業・養殖（魚価改善、漁獲量・効率回復）
 北米（市況回復、鱒不漁等一過性要因解消）
 水産商事（在庫正常化、市況回復）
 荷受事業（経費圧縮、市況回復）
 戦略販売（原材料価格上昇）

52億円

20億円
 18億円
 12億円
 3億円
 △2億円

➤ 食品セグメント

冷凍食品（原材料価格上昇、競合激化）
 加工食品（低価格品・健康分野充実、コスト削減）
 畜産（在庫適正化、市況回復、加工品等強化）
 化成食品（FD具材消費低迷、開発コスト増）
 アジア・オセアニア（原料安・通貨安メリット解消）

11億円

△8億円
 13億円
 12億円
 △2億円
 △4億円

➤ 保管物流セグメント他

9億円

総計 72億円

-17-

株式会社マルハニチロホールディングス

5-4. 水産セグメントの環境／方針、施策



ユニット	環境／方針	施策	営業利益 (前期比)
漁業・養殖	<ul style="list-style-type: none"> 調達力の強化 養殖マグロ供給増と消費不振継続 供給減によるブリ・カンパチ相場の上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 新型船の投入効果による生産増・コスト低減効果 ブリ・カンパチの周年出荷体制確立 	10億円 (+20億円)
北米事業	<ul style="list-style-type: none"> ペーリング海助宗鯔の漁獲枠は減枠、すりみ市況は反転基調、フィレ市況は安定予想 	<ul style="list-style-type: none"> グループ操業の最適化 すりみ生産の効率化と原料・製品の最適地(日本・米国・欧州)への販売を徹底 	8億円 (+18億円)
水産商事	<ul style="list-style-type: none"> 国内外の環境変化に対応し、安定的な調達力の確立 資源アクセス力と販売力を強化 	<ul style="list-style-type: none"> 買付まぐろの在庫調整による収支改善 アグロベスト製品(エビ)等による独自ブランド化により国内外の販売強化 	27億円 (+12億円)
荷受	<ul style="list-style-type: none"> 魚価回復基調 市場内・外との競合も激化 	<ul style="list-style-type: none"> 仲卸との連携強化 出荷元(荷主)との関係強化、事業効率化 	12億円 (+3億円)
戦略販売	<ul style="list-style-type: none"> 原料調達コスト上昇 内食回帰の状況下、より加工度の高い水産製品が求められている 	<ul style="list-style-type: none"> 国内外のグループ企業を有効活用 顧客ニーズに対応した加工体制・販売体制強化し拡販戦略 	5億円 (△2億円)
水産セグメント合計			62億円 (+52億円)

株式会社マルハニチロホールディングス

5-5. 食品セグメントの環境／方針、施策



ユニット	環境／方針	施策	営業利益 (前期比)
冷凍食品	<ul style="list-style-type: none"> デフレ継続により販売単価下落、販促費の増加 原料価格の上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 自社グループ工場製品の拡充および重点商品への集中 物流費、固定費の削減 	52億円 (△8億円)
加工食品	<ul style="list-style-type: none"> 安値販売による価格競争 すりみ原料の上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 健康関連商品の販売強化 重点地域における拡販 	43億円 (+13億円)
畜産	<ul style="list-style-type: none"> 国際食肉相場は上昇も国内相場は低迷 飼料相場は高騰 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入鶏肉の在庫一括により収支改善 淹沢ハムとの連携強化 	12億円 (+12億円)
化成品	<ul style="list-style-type: none"> 低価格傾向の継続 健康食品の表示等規制問題 	<ul style="list-style-type: none"> 新生産設備稼働拠点の効率稼働 調味料・乾燥食品のグループ内製化拡大 海外販売の強化 	11億円 (△2億円)
アジア・オセアニア	<ul style="list-style-type: none"> 欧米市場の需要回復 原料価格の上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 欧米向け高付加価値製品の販売強化 生産効率の向上 	15億円 (△4億円)
食品セグメント合計			133億円 (+11億円)

株式会社マルハニチロホールディングス

5-6. 2011年3月期 業績予想



	11年3月期計画(億円)	
	中間期	通期
売上高	4,100	8,500
営業利益	75	180
経常利益	60	140
当期純利益	20	45

株式会社マルハニチロホールディングス

(補)2011年3月期ユニット別計画(通期)



単位：億円

	売上高			営業利益		
	11年3月計画	10年3月実績	増減	11年3月計画	10年3月実績	増減
漁業・養殖ユニット	336	268	68	10	△10	20
北米ユニット	488	524	△36	8	△10	18
水産商事ユニット	843	804	39	27	15	12
荷受ユニット	3,129	3,120	9	12	9	3
戦略販売ユニット	537	547	△10	5	7	△2
水産セグメント計	5,333	5,263	70	62	10	52
冷凍食品ユニット	1,190	1,161	29	52	60	△8
加工食品ユニット	817	773	44	43	30	13
畜産ユニット	473	413	60	12	0	12
化成品ユニット	131	134	△3	11	13	△2
アジア・オセアニアユニット	281	267	14	15	19	△4
食品セグメント計	2,892	2,747	145	133	122	11
保管・物流セグメント計	152	150	2	16	13	3
その他セグメント計	123	127	△4	10	0	10
全社セグメント計			0	△41	△37	△4
合計	8,500	8,287	213	180	108	72

株式会社マルハニチロホールディングス

(補)2011年3月期ユニット別計画(2Q)



単位：億円

	売 上 高			営 業 利 益		
	11年3月期 2Q計画	10年3月期 2Q実績	増 減	11年3月期 2Q計画	10年3月期 2Q実績	増 減
漁業・養殖ユニット	161	126	35	△ 1	△ 12	11
北米ユニット	228	246	△ 18	3	△ 2	5
水産商事ユニット	393	400	△ 7	12	3	9
荷受ユニット	1,466	1,492	△ 26	4	1	3
戦略販売ユニット	259	267	△ 8	2	3	△ 1
水産セグメント計	2,507	2,531	△ 24	20	△ 6	26
冷凍食品ユニット	590	585	5	24	32	△ 8
加工食品ユニット	428	408	20	24	18	6
畜産ユニット	238	204	34	6	△ 3	9
化成品ユニット	64	65	△ 1	4	6	△ 2
アジア・オセアニアユニット	140	130	10	7	9	△ 2
食品セグメント計	1,460	1,393	67	65	61	4
保管・物流セグメント計	76	77	△ 1	8	6	2
その他セグメント計	57	53	4	3	3	0
全社セグメント計			0	△ 21	△ 20	△ 1
合 計	4,100	4,053	47	75	44	31

株式会社マルハニチロホールディングス