



MARUHA NICHIRO

世界に美味しいしあわせを



**IR Report 2010**

グループ報告書

第6期 2009年4月1日～2010年3月31日

株式会社マルハニチロホールディングス  
証券コード：1334



## 統合の総仕上げに取り組み、 強みを活かした公明正大な経営で、 世界になくはないマルハニチログループへー。



●代表取締役社長

久代敏男

「安定経営の確立」という目標を掲げ、4月1日に就任した久代敏男新社長に、これからの取り組み課題やグループ経営ビジョン等について聞きました。

**Q** 社長就任にあたっての抱負は？

**A** 197社が連結する“1つの会社”としてグループの結束力を高めていきます。

旧大洋漁業（現マルハニチロ水産）入社以来、私は長く人事部門に携わってまいりました。その中では人事考課や組織編成といった仕事とともに、いわゆる適正要員化も担当しましたが、1人として解雇ということを経験せず、すべて配置転換やグループ内外への出向・転籍等に対応してきました。それは私の信念であり、とりもなおさず、人材こそが企業の競争力の源泉であると考え、何よりも人を大切にすマルハニチログループの企業文化に通じる姿勢でもあると思っています。

人事畑を歩んできた私が社長として取り組んでいきたいテーマの1つにグループ内での人事交流があります。

これまでは役員やトップ層が中心でしたが、今後は中堅層等若い人同士での人事交流を活性化させ、さまざまな現場での経験を重ねてもらうことで、職能のレベルアップを図ってほしいと考えています。マルハニチログループは現在<sup>\*</sup>、合計197社からなりますが、こうした人事交流を通じて、個々の会社という枠組みにとらわれず、グループ全体が1つの会社という意識のもとで、従業員の一体感や結束力を高めていきたいと思っています。

**Q** マルハとニチロの経営統合から2年半、これまでの統合効果に関する評価は？

**A** 確かな効果が表れてきた経営統合。今年はその総仕上げに取り組みます。

マルハとニチロの経営統合から丸2年半、これまでの取り組みを通じて、その効果は確実に表れつつあります。生産分野を例とすると、北海道と青森の複数の生産拠点を統合・再編し、4月1日に新統合会社「株式会社マルハニチロ北日本」が発足しました。これにより、冷凍食品、缶詰等の生産効率の向上やさらに充実した品質管理体制への基盤が整いました。物流面でも、全グループ規模でのシステム変更等で大幅な効率化が実現しつつあります。

また、統合によって生じた要員の余剰については、主にグループ内での再配置や採用の抑制等によってこれまでに目標の約400人の削減を達成しました。労務費の低減に資する要員適正化にも概ね目処が付きましました。

なお、想定外だったリーマンショック等の影響もあり、中期経営計画「ダブルウェーブ21」に掲げた目標には達しませんでした。統合による削減コストは過去2年間で約43億円に達したことを申し添えておきます。

いまや「マルハとニチロ」ではなく、「マルハニチロ」としての新しい価値観が徐々に形成されつつある中で、マルハの調達力、ニチロの商品開発技術力というそれぞれのコア・コンピタンスをさらに連携・融合させ、今年「統合の総仕上げ」に取り組んでいく考えです。

**Q** 安定経営に向けた今後の重点課題は？

**A** 海外展開、グループ改革、財務体質強化で強固な経営基盤づくりに努めます。

今後の重点課題としては、大きく3つの経営テーマが挙げられます。

まず1点目は、少子高齢化を背景にした国内市場の縮小に対抗するための海外事業の拡大です。近年、生活レベルが飛躍的に向上している中国をはじめとするアジア諸国、また、健康志向から魚食が脚光を浴びる欧米等、世界的に見れば市場開拓の余地はまだ十分にありまます。当グループですでに展開している生産拠点に加え、慎重な見極めを行いつつ現地企業のM&A等を通じ、今後は販売拠点も着実に増やしていきたいと考えています。

2点目は、グループ各社の経営体質強化です。これは前述のマルハニチロ北日本のように、グループ全体での

収益構造の改善に向けたグループ会社の整理や清算をさらに進めています。

そして3点目が、財務体質の改善です。グループ全体の有利子負債は、経営統合後から在庫の圧縮やファイナンスの効率化等によって確実に削減してきましたが、まだまだ高水準にあります。これを適正水準まで引き下げていく努力を続けていきたいと思っています。

EPA等オメガ3脂肪酸を配合した特定保健用食品や各種機能性食品、また、介護食からスタートした「メディケア食品」といった高付加価値商品の開発・販売にさらに注力していきます。



Q 目指すべき企業グループ像は？

A 独自の強みを活かす公明正大な経営で、かけがえのない、誇りある企業集団へ――。

当グループには、水産物をはじめ畜肉や農産物の圧倒的な調達力、そして、それらを加工し、商品を開発する抜群の技術力があります。そして当グループは、諸先輩方が蓄積してきた財産のおかげで、誰の手を借りることもなく、善意の第三者にご迷惑をお掛けしたことがない、正道を歩んできた歴史と伝統のある企業集団です。

今後さらに、優れた調達力と高度な商品開発技術力の両輪をコラボレートさせ、食の安全・安心、コンプライアンスを重視した公明正大な経営に取り組むことで、マルハニチログループは、従業員をはじめすべてのステークホルダーが誇りに思える、日本そして世界にとってなくてはならない企業集団になっていくはずで

そんな輝かしい未来に向けて、これからもグループ一丸となって邁進してまいります。株主の皆様にも、さらなるご理解とご支援をよろしくお願い申し上げます。

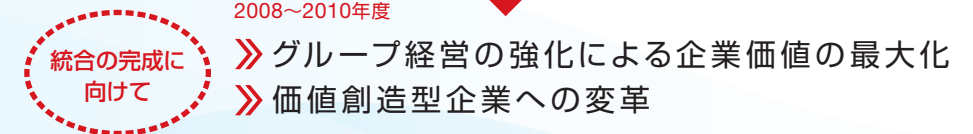
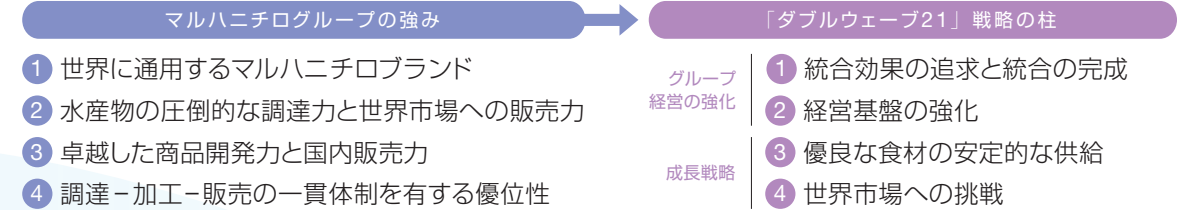
Q 今後想定されるビジネスを取り巻く環境変化は？

A 過熱する水産物の争奪戦と価格競争に安定供給と付加価値の追求で対応します。

世界の漁獲量はこの半世紀で8倍近くとなりましたが、現在は頭打ち状態です。日本の漁獲量も現在、ピーク時の半以下にまで落ち込んでいます。こうした中、海外で魚に対する需要がさらに高まってくると、水産物市場はさながら争奪戦の様相を呈し、これまでどおり日本に水産物を安定供給するのは困難となるでしょう。先行きは決して楽観できませんが、当グループとしては国内外での漁業、養殖事業や海外企業の買収等を通じて水産資源の確保に努め、水産物の安定供給責任を果たすべく全力を尽くしていきます。

一方、国内ではデフレが深刻化する中で消費者の低価格志向が高まり、食品分野も価格競争が激化しています。当グループとしては、こうした消耗戦に巻き込まれないためにも、付加価値の高い商品――たとえば、DHAや

## » DOUBLE WAVE 21 中期経営計画「ダブルウェーブ21」概要



### 「ダブルウェーブ21」が目指すもの

「ダブルウェーブ21」では今後さらに「統合の完成」を目指し、グループ全体の経営基盤をいっそう整備・強化し、将来に続く成長戦略（「優良な食材の安定的な供給」、「世界市場への挑戦」）の礎を構築してまいります。

2010年度の経済見通しについては、デフレの影響による景気のさらなる下振れ懸念もあり、悪化する雇用情勢、個人所得の伸び悩み、消費の冷え込み、国内マーケットの縮小等、厳しい事業環境はさらに継続するものと予想されます。このような状況の中、2010年度経営目標を右表のように下方修正し、「ダブルウェーブ21」にて策定した事業戦略を着実に遂行してまいります。

#### ●2010年度当初目標

売上高	10,000億円	営業利益	240億円	ROA	4.6%
自己資本比率	15.7%	有利子負債残高	2,999億円		

### 「ダブルウェーブ21」の進捗状況

	2009年度	2010年度
売上高	8,287億円	8,500億円
営業利益	107億円	180億円
ROA	2.1%	3.7%
自己資本比率	13.1%	13.9%
有利子負債残高	3,147億円	2,999億円

# 主要事業内容／業況

	事業区分	売上高構成比	ユニット	業況	売上高および営業利益の推移										
水産セグメント	<b>水産事業</b> 目指せ「世界に冠たる水産物のプロデューサー」		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 漁業・養殖ユニット</li> <li>● 北米ユニット</li> <li>● 水産商事ユニット</li> <li>● 荷受ユニット</li> <li>● 戦略販売ユニット</li> </ul> マルハニチロ水産、大洋エーアンドエフ、大都魚類、Westward Seafoods、Peter Pan Seafoods 等		<p>漁業・養殖ユニットは、はえ縄事業やマダガスカルのエビ事業等不採算事業の整理を進めたものの、不漁による扱い量の減少と全般的な市況低迷により、減収減益となりました。北米ユニットは、スケソウダラ漁獲枠が低水準である上に、関連製品の価格が下落し、減収減益となりました。水産商事ユニットは、効率的な販売が奏功した商材もありましたが、マグロ市況が低調に推移した結果、全体として減益となりました。荷受ユニットは、消費低迷による取り扱い減少に加え、高額商材を中心に多くの魚種で低価格化が続き減益となりました。戦略販売ユニットは、販路の拡大を継続するとともに収益性の高い販売に注力し、増収増益となりました。</p>	<table border="1"> <caption>水産事業の売上高および営業利益の推移 (単位/百万円)</caption> <thead> <tr> <th>年次</th> <th>売上高</th> <th>営業利益</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2009年 3月期</td> <td>577,705</td> <td>8,813</td> </tr> <tr> <td>2010年 3月期</td> <td>526,307</td> <td>1,006</td> </tr> </tbody> </table>	年次	売上高	営業利益	2009年 3月期	577,705	8,813	2010年 3月期	526,307	1,006
	年次	売上高	営業利益												
	2009年 3月期	577,705	8,813												
	2010年 3月期	526,307	1,006												
食品セグメント	<b>食品事業</b> 開発・生産・販売の一貫体制で付加価値の高い商品づくり		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 冷凍食品ユニット</li> <li>● 加工食品ユニット</li> <li>● 化成食品ユニット</li> <li>● アジア・オセアニアユニット</li> </ul> マルハニチロ食品、マルハニチロ北日本、アクリフーズ、ニチロサンフーズ、アイシア、Kingfisher Holdings 等		<p>冷凍食品ユニットは、売上高は前年並みでしたが増益となりました。これは、市販用商材と国内工場生産品の好調な販売に加え、原材料価格低下、コスト削減、グループ工場の稼働率向上等が寄与しました。加工食品ユニットでは、練り製品群で厳しい価格競争の影響を受けましたが、缶詰において収益構造の改善に努めるとともに、健康を意識した機能性ゼリーが順調に推移し、減収ながら増益となりました。化成食品ユニットでは、調味料の新規商材拡販と、フリーズドライ製品の販売増や健康食品の輸出増による工場収益改善により、増収増益となりました。アジア・オセアニアユニットは、タイ加工の冷凍食品が堅調の一方で缶詰は景気低迷で伸び悩みましたが、全体としては原料安と製造コスト削減により増益となりました。</p>	<table border="1"> <caption>食品事業の売上高および営業利益の推移 (単位/百万円)</caption> <thead> <tr> <th>年次</th> <th>売上高</th> <th>営業利益</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2009年 3月期</td> <td>243,593</td> <td>8,419</td> </tr> <tr> <td>2010年 3月期</td> <td>233,493</td> <td>12,185</td> </tr> </tbody> </table>	年次	売上高	営業利益	2009年 3月期	243,593	8,419	2010年 3月期	233,493	12,185
	年次	売上高	営業利益												
	2009年 3月期	243,593	8,419												
2010年 3月期	233,493	12,185													
<b>畜産事業</b> 開発・生産・加工・販売のグローバルネットワーク		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 畜産ユニット</li> </ul> マルハニチロ畜産、ニチロ畜産、マルハミートアンドデリカ 等		<p>畜産ユニットは、食肉相場が過剰な国内在庫の調整局面にあったことに加え、景気低迷による消費不振で市況が低迷し、苦戦しました。在庫の整理と市況の回復により下期には収益が回復しましたが、前年対比で減収減益に終わりました。</p>	<table border="1"> <caption>畜産事業の売上高および営業利益の推移 (単位/百万円)</caption> <thead> <tr> <th>年次</th> <th>売上高</th> <th>営業利益</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2009年 3月期</td> <td>47,671</td> <td>485</td> </tr> <tr> <td>2010年 3月期</td> <td>41,255</td> <td>18</td> </tr> </tbody> </table>	年次	売上高	営業利益	2009年 3月期	47,671	485	2010年 3月期	41,255	18	
年次	売上高	営業利益													
2009年 3月期	47,671	485													
2010年 3月期	41,255	18													
保管物流セグメント	<b>保管物流事業</b> 58万トンの庫腹量を誇る総合物流サービス		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 保管物流ユニット</li> </ul> マルハニチロ物流 等		<p>保管物流ユニットでは、消費低迷により貨物の荷動きが鈍い状況が続く中、畜産品や冷凍食品の集荷に注力した営業活動を行いました。その結果、入庫数量は前年より微増しましたが、出庫数量が入庫数量を大きく上回ったことにより、当期末在庫は前年より減少しました。輸配送事業や通関事業等の周辺事業にも積極的に取り組みましたが、全体としては減収減益となりました。</p>	<table border="1"> <caption>保管物流事業の売上高および営業利益の推移 (単位/百万円)</caption> <thead> <tr> <th>年次</th> <th>売上高</th> <th>営業利益</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2009年 3月期</td> <td>15,366</td> <td>1,334</td> </tr> <tr> <td>2010年 3月期</td> <td>15,005</td> <td>1,282</td> </tr> </tbody> </table>	年次	売上高	営業利益	2009年 3月期	15,366	1,334	2010年 3月期	15,005	1,282
年次	売上高	営業利益													
2009年 3月期	15,366	1,334													
2010年 3月期	15,005	1,282													

## 業績ハイライト

### ●主要事業の種類別セグメント情報

#### 水産セグメント

売上高	526,307百万円
前年比	8.9%減 ↓
営業利益	1,006百万円
前年比	88.6%減 ↓

#### 食品セグメント

売上高	274,748百万円
前年比	5.7%減 ↓
営業利益	12,203百万円
前年比	37.1%増 ↑

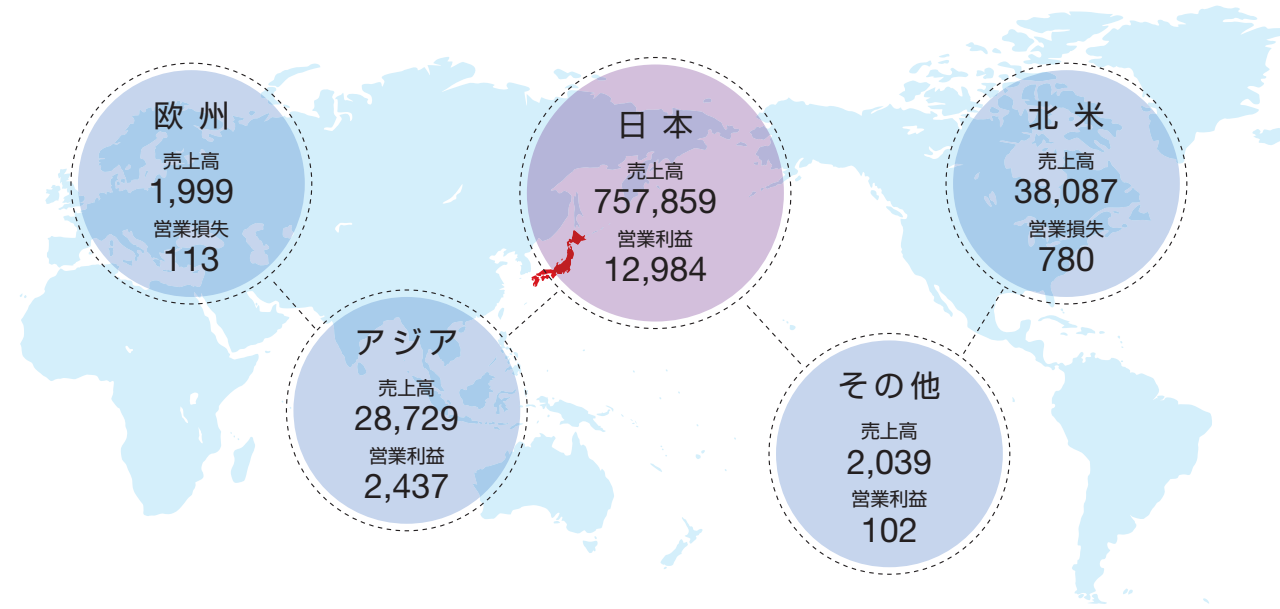
※食品セグメントには、食品事業と畜産事業が含まれます。

#### 保管物流セグメント

売上高	15,005百万円
前年比	2.3%減 ↓
営業利益	1,282百万円
前年比	3.9%減 ↓

### ●所在地別セグメント情報

(単位/百万円)

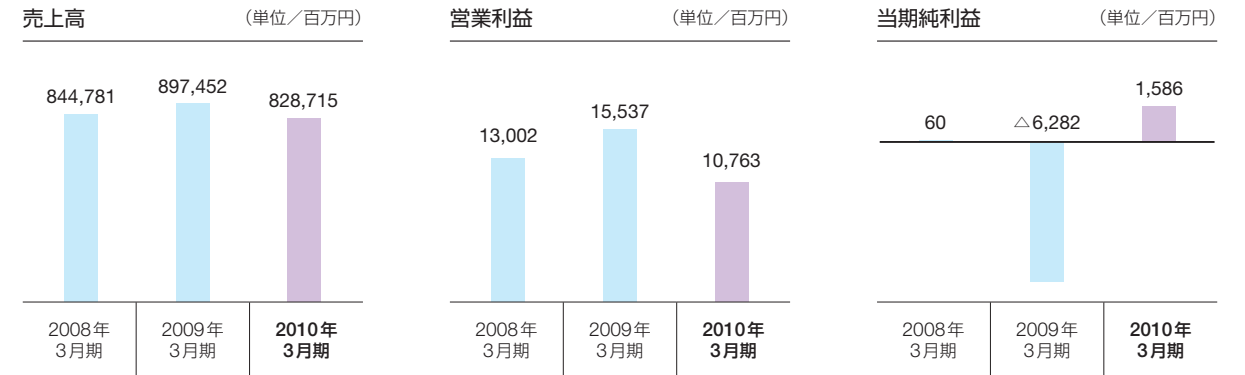


### ●主な経営指標 (連結)

(単位/百万円)

	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期
売上高	844,781	897,452	828,715
営業利益	13,002	15,537	10,763
経常利益	7,316	8,081	7,751
当期純利益	60	△6,282	1,586
総資産	550,709	521,459	501,383
純資産	93,146	77,910	79,449
1株当たり当期純利益 (円)	△0.40	△12.50	2.67
1株当たり純資産 (円)	129.68	103.69	106.91
自己資本比率 (%)	13.9	12.3	13.1

※2007年10月の経営統合により、マルハニチロホールディングスの2008年3月期連結業績には旧ニチログループ2008年3月下半期の連結業績が含まれます。



新ブランド『メディケア食品』が誕生しました。

# 介護食品への挑戦

「食を通じて健康を応援する」というコンセプトのもと、2010年4月、新ブランド『メディケア食品』が誕生しました。『メディケア食品』ブランドの第1弾は介護食品です。家庭用と業務用の2種類の介護食品をご用意し、ともにインターネットでの通信販売をスタートしています。今回、家庭用介護食品への取り組みはマルハニチログループにとって初めての挑戦です。

## 食のバリアフリー化を実現

現在、日本国内の要介護人口は推定470万人ともいわれられており、そのうち70%は在宅介護者といわれています。つまり、施設等に入居されている要介護者約135万人に対し、デイケアセンター、デイサービス等の一時利用者等も含めた在宅要介護者は約330万人に上ります。

『メディケア食品』家庭用介護食品はこうした在宅の方々々に利用していただくため、B to C（企業と個人消費者の方との取引形態）としてインターネットで販売します。

マルハニチロお客様相談室には、介護食品についてのお問い合わせが急増しています。「91歳の母親が現在入院中です。今後在宅で介護になりますが、病院で食べているマルハニチロの『やさしい素材』はどこで販売していますか?」というお問い合わせもありました。「在宅から施設まで、介護食品を必要としているより多くの人にマルハニチロの商品をお届けしたい、そして健やかな食生活に貢献したい」という思いのもと、『メディケア食品』は在宅と施設の食のバリアフリー化に貢献し、生活の質の維持向上をサポートする、という大きな役割を担っていると考えます。

〈ロゴマークに込めた想い〉

未来へ羽ばたく2つの翼と、両手を広げた人の姿をデザイン。企業や人々が支える豊かな社会を目指すというメッセージを込めました。

新発売！ 家庭用介護食品「**やわらか食**」シリーズは主菜と副菜等で「**1食分約500円以内**」と経済的。素材1つひとつの味が楽しめます。



「栄養サポート」シリーズ

北海道コーンスープ 500g  
たんぱく質とエネルギーに配慮した「アミノ酸スコア100（必須アミノ酸）」の自信作！

## 食べる人、作る人にやさしい家庭用介護食品

食べる人にやさしくなるため、見た目にも、味にもこだわりました。素材そのものの味を大事に、介護を必要としない方が食べてもおいしいと感じていただけるよう、おいしさをとことん追求し、アドバイザーである管理栄養士の先生の意見を参考に、多彩なメニューをそろえました。

作る人にやさしくなるために、“簡単”に調理できるという点も重要なポイントです。個別包装ごとに、いわゆる「レンジでチン」「流水解凍」等、調理の負担ができるだけ少なくなるように設計しました。

## 1人でも多くのお客様に

『メディケア食品』ブランドのコンセプトは「食を通じて

健康を応援する」というものです。言うなれば、『メディケア食品』は「人々の健康としあわせに貢献したい」というマルハニチロの思いを象徴するブランドです。その最初の取り組みとして今回、介護食品からのスタートとなりました。今後は『メディケア食品』ブランドのもと、介護食品の他にも、たとえばダイエット食、治療食、流動食等、健康や栄養をテーマにしたさまざまな商品の開発が期待されます。誕生したばかりの『メディケア食品』。これからじっくり育てていくと同時に、1人でも多くのお客様にマルハニチロのマインドをお届けしたいと思えます。

ひとくちメモ

【介護食品市場規模】 2013年予測 1320億円(2008年比28%増)  
【マルハニチロの介護食品売上目標】 2011年3月期10億円  
【介護食品における競合他社】 味の素、ヤヨイ食品、キューピー、明治乳業、カゴメ、日東ベスト等。そのうち冷凍食品としての介護食品を扱っているのはマルハニチロが最大手。

『メディケア食品』ブランド 介護食品シリーズ展開

家庭用介護食品	
やわらか食	栄養サポート
業務用介護食品	
やさしい素材	やさしいおかず
素材deソフト	栄養サポート

●ユニバーサルデザインフード区分表 (日本介護食品協会)

区分	① 容易にかめる	② 歯くさでつぶせる	③ 舌でつぶせる	④ かまなくてよい
かむ力の目安	かたいものや大きいものはやや食べづらい	かたいものや大きいものは食べづらい	細かくてやわらかければ食べられる	固形物は小さくても食べづらい
飲み込む力の目安	普通に飲み込める	ものによっては飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらい
かたさの目安	ごはん	ごはん～やわらかごはん	やわらかごはん～全がゆ	全がゆ
	さかな	焼き魚	煮魚	魚のほぐし煮(とろみあんかけ)
	たまご	厚焼き卵	だし巻き卵	スクランブルエッグ



## 2010年4月、『メディケア食品』サイトをオープンしました！



### 『メディケア食品』コミュニケーションサイト

<http://www.medicare.maruha-nichiro.co.jp/>

コミュニケーションサイトでは、献立例や関連情報、専門家のコラム等を掲載しています。またメールマガジン等できめの細かい情報提供を行いますので、是非ご利用ください。

●お問い合わせ先 および カタログ請求 について

『メディケア食品』コミュニケーションサイト内のお問い合わせフォーム、またはお電話(☎0120-308216)にて承っております。

### Webでのご購入について



#### ①購入サイト トップ画面

コミュニケーションサイトから、Yahoo!ショッピング内の直販サイト画面にアクセスし、直販サイトトップ画面の「ご家庭用」をクリックします。



#### ②ご家庭用 商品ページ画面

ご家庭用商品一覧のページにアクセスします。主菜・副菜・デザート・スープのカテゴリから商品を選び、後は手順に従い決済いただくだけで購入できます。

### お電話でのご購入について

☎0120-308216

受付時間：9時～16時半(土日祝祭日を除く)

### FAXでのご購入について

☎0120-082617

24時間受付

FAXでのご注文は上記コミュニケーションサイトより、PDFのご注文フォームをプリントしてご注文ください。

## TOPICS 2009-2010

### 水産事業

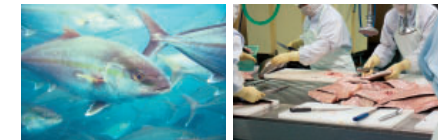
#### ■ 資源アクセス強化にむけて大型まき網船竣工

2010年2月、大洋エーアンドエフが建造を進める大型まき網船「第二ふじ丸(760t)」が竣工しました。同船は水産庁による国際競争力支援強化のための大型船容認の方針を受けて建造したものです。燃料費や人件費、維持費等を削減し、操業効率化につながる省エネ、省人、省コストを図っている点が大きな特長です。南太平洋を主な漁場としてカツオ等を中心に漁獲。海外まき網漁業で国際競争力を強化するとともに、魅力ある漁業の再生を目指して経済効率性のある新たな漁業に挑戦します。



#### ■ 養殖カンパチ、ブリのブランド化に挑戦！！

マルハニチロ水産は国内養殖場で生産している養殖魚の新ブランド「マルハニチロのよかととシリーズ」を立ち上げ、カンパチおよびブリの加工製品を「薩摩カンパチどん」「極上ブリ吉」とブランド化して、業務用として新たに販売を開始しました。生産から流通、販売に至る新たなビジネスモデルの構築を目指した養殖事業として今後、いっそうの強化を図ります。特にカンパチについては地元(鹿児島)漁協等と連携し、共闘、競争の中でカンパチ養殖全体を盛り上げる施策に取り組む等、ブランド化を通じて地域をあげた養殖「維新」を遂行します。



養殖カンパチは、鮮度の良い状態で水揚げできる加工場で加工しています



「薩摩カンパチどん」(左)、「極上ブリ吉」(右)

## 食品事業

## ■ 新会社マルハニチロ北日本が発足

食品事業では北海道・青森地区における生産拠点の再編を推し進めてまいりましたが、2010年4月1日、新たに「株式会社マルハニチロ北日本」が発足しました。

それまでの5社7拠点（マルハニチロ食品の釧路工場と森工場、デイジー食品工業、オホーツクニチロ、青森罐詰、ニチロ十勝食品）が、1社6拠点へと統合再編され、より強固な生産体制確立への第1歩を踏み出しました。

新会社では、海産・農産物の缶詰、農産加工物の冷凍食品、スープやカレーのレトルト食品等を製造。今後は、同地区における水産物や農産原料の効率の確保、有効活用が可能になるとともに、産地型生産拠点としての役割が期待されます。

マルハニチロ北日本

所在地：北海道河西郡更別村字更別 資本金：50百万円 統合年月日：2010年4月1日

主な事業内容：缶詰、レトルト食品ならびに冷凍食品等の製造加工および販売



## ■ マルハニチロ食品石巻工場が厚生労働大臣賞を受賞

2009年11月、マルハニチロ食品石巻工場では2009年度「厚生労働大臣賞（食品衛生優良施設表彰）」を受賞いたしました。「厚生労働大臣賞（食品衛生優良施設表彰）」とは、厚生労働省が優良な食品衛生施設として他の模範となる事業所を表彰するものであり、石巻工場は2006年に受賞した日本食品衛生協会会長表彰に続いての受賞となりました。

石巻工場はマルハニチロ食品の冷凍調理品の基幹工場であり、社内でも設備・衛生管理面等において先駆的工場として位置づけられています。マルハニチロは今後も安全・安心を追求し、グループ内すべての設備においてさらなる衛生管理に努めてまいります。



## 食品事業

## ■ 島根大学医学部と連携、DHAの認知機能に及ぼす影響について臨床試験を実施

マルハニチロは、島根大学医学部が実施するDHAの認知機能に及ぼす影響について調べるための臨床試験に1年以上にわたって協力しております。65歳以上の方を対象にした100人規模の臨床試験で、その被験食品として「DHA入りリサーラソーセージ」を提供。臨床試験ですでにDHAが認知症を予防するという一定の効果が実証され、2010年2月に島根大学医学部により発表が行われました。マルハニチロは今後も引き続き臨床試験に協力し、食を通じて人々の健康に貢献してまいります。



「DHA入り リサーラソーセージ」は、DHAを1本（50g）あたり850mg配合したフィッシュソーセージです。厚生労働省によって認められた特定保健用食品で、毎日1本習慣的に食べていただくと、血液中の中性脂肪値を下げる効果が期待できます。

## 畜産事業

## ■ マルハニチロ畜産、滝沢ハムと業務提携

マルハニチロ畜産は2009年5月、「滝沢ハム株式会社」と包括的業務提携契約を締結いたしました。マルハニチログループの世界的な畜産原料の調達力を活かし、安全・安心な製品を消費者に供給すべく加工・生産体制の強化・充実を図ることを通じ、両社の企業価値の極大化を目的とするものです。具体的には、①原料調達の相互協力、②生産の相互委託、③販売の相互委託、④商品の共同開発、⑤人材交流を推し進めてまいります。



滝沢ハム 仙南工場

## ■ マルハニチロ畜産の牛事業でISO9001を取得

マルハニチロ畜産ではお客様の満足度向上を目的に、生産面、販売面において日々改善に結びつけるシステムづくりを行っております。2009年4月、十勝加工場および北海道ビーフ課はISO9001：2000の認証を取得し、2010年3月にはISO9001：2008へ移行しました。また牛トレーサビリティに特化したシステムを開発、運用し、牛の個体識別情報をお客様に正確かつ迅速に伝達しております。





## グループ商品紹介

# グループ各社で、バラエティに富んだ商品づくりに挑んでいます。

マルハニチログループは2010年も続々と新商品（市販商品）を発売しております。そのうちの一部をご紹介します。

### マルハニチロ食品

冷凍食品から缶詰、レトルト食品、フィッシュソーセージ等、多彩な商品群でバラエティ豊かに食卓を彩ります。

#### 冷凍食品



定番「あおり炒めの焼豚炒飯」のリニューアル、人気の「華炒め」シリーズのラインアップ強化等、米飯、麺の充実とともに、高まるお弁当需要に照準を合わせ、お弁当のおかずにとりやすい幅広いラインアップを展開しています。

#### レトルト



本格シーフードカレー「海の幸レストラン」シリーズを新たに立ち上げました。マルハニチロらしさを追求した新シリーズです。定番「金のどんぶり」シリーズからも続々リニューアル新商品が登場しています。



#### カップゼリー

新シリーズ「ゼリーコラーゲンプラス」はフィッシュコラーゲン2000mgを配合したフルーツ風味のゼリーです。カロリーゼロで高い支持を得ている「ゼリー de ゼロ」にも新フレーバー導入等、ニーズをとらえた機能性ゼリーに注目が集まっています。



#### 缶詰

おつまみにぴったりの「やきとり」缶詰。おかずや料理素材としてもご利用いただけます。お手ごろ価格で価値ある生活応援タイプのうれしい一品です。



#### フィッシュソーセージ

2010年ワールドカップ南アフリカ大会にあわせた「ブルボス風ソーセージ」。JFA（日本サッカー協会）のオフィシャルマークを使用したデザインで、日本代表チームを応援します。



### アクリフーズ

乳製品を使った冷凍食品を得意とするアクリフーズ。冷凍食品業界においても独自カラーでひときわ異彩を放っています。

#### 冷凍食品



人気の「くまちゃん占い」シリーズ発売10周年を記念して「4つのお弁当グラタン」をリニューアルしました。ママタレント、石黒彩さんを新たにアドバイザーに起用、野菜が苦手なお子様にもバランスよく楽しんで食べていただける4種のお弁当用ミニグラタンです。



主力の定番商品がさらにパワーアップ。おいしさを追求し、改良を重ねています。

### アイシア

猫用ウェットフードのパイオニアとしてトップを走り続けるアイシア。拡大するペットフード市場でのチャレンジが続きます。



#### ペットフード

「健康缶」シリーズとして、7歳、11歳、15歳からの健康缶、子猫のための健康缶を展開。7歳以上の高齢猫が飼育猫全体の約40%を占めており、高齢猫用商品の拡充を図っています。それぞれのアイテムでまぐろ・かつお・ささみの3素材をそろえ、年齢における生体特徴に合わせて必要な栄養素を配合、さらに形状にも配慮しています。

## 企業・IRインフォメーション

### ●会社概要（2010年3月31日現在）

会社名	株式会社マルハニチロホールディングス
所在地	東京都千代田区大手町1-1-2
設立	2004年4月 (2007年10月に、株式会社マルハグループ本社から株式会社マルハニチロホールディングスに商号変更)
資本金	310億円
グループ会社	196社（国内95社、海外101社） <ul style="list-style-type: none"> <li>・連結子会社 95社</li> <li>・非連結子会社 31社（うち持分法適用会社3社）</li> <li>・関連会社 70社（うち持分法適用会社21社）</li> </ul> マルハニチロ水産、マルハニチロ食品、マルハニチロ畜産、マルハニチロ物流、マルハニチロマネジメント、大都魚類、神港魚類、大洋エーアンドエフ、ニチロサンフーズ、アクリフーズ、アイシア、Westward Seafoods、Peter Pan Seafoods、Kingfisher Holdings その他

### ●役員体制（2010年6月25日現在）

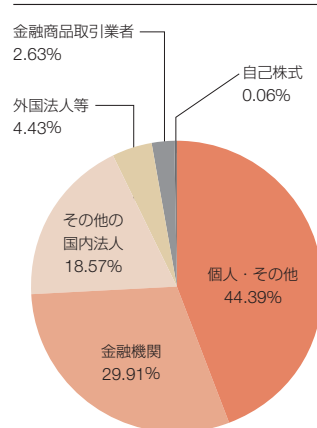
※社外役員

役職	氏名
取締役会長	五十嵐 勇二
代表取締役社長	久代 敏男
代表取締役副社長	伊藤 滋
代表取締役副社長	坂井 道郎
専務取締役	神田 和明
常務取締役	青木 信之
常務取締役	安西 眞郎
取締役・執行役員	渡辺 淳
取締役・執行役員	根本 渡
取締役	今村 宏
取締役	村田 彰徳
取締役*	長野 庵士
取締役*	中部 由郎
常任監査役*	坂口 正泰
常任監査役*	永井 俊行
監査役*	八幡 秀昭
監査役	大坪 憲二

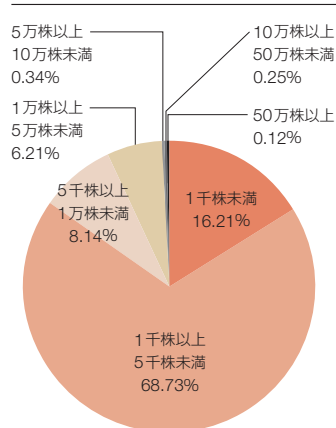
### ●株式の状況（2010年3月31日現在）

発行可能株式総数	1,200,000,000株	普通株式	1,170,000,000株
		第一種優先株式	26,000,000株
		第二種優先株式	4,000,000株
発行済株式の総数	519,604,884株	普通株式	508,574,884株
		第一種優先株式	7,030,000株
		第二種優先株式	4,000,000株
株主数		普通株式	72,418名
		第一種優先株式	17名
		第二種優先株式	1名

#### 所有者別株式数分布状況（普通株式）



#### 所有数別株主数分布状況（普通株式）



### ●株主優待

当社では、株主の皆様の日頃のご愛顧におこたえするとともに、当社株式を長期に保有していただける魅力あるものにするを目的として株主優待制度を実施しております。

1 対象株主様と実施の内容	毎年3月31日の最終の株主名簿に記載または記録された1千株（1単元）以上を保有していただいている普通株主の皆様を対象として、年1回実施いたします。
2 優待の内容	当社グループで取り扱っている商品、サービスの無償提供または優待割引を行います。

### ●株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
基準日	定時株主総会の議決権：毎年3月31日 期末配当：毎年3月31日 そのほか必要があるときはあらかじめ公告して定めの日
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 フリーダイヤル0120-232-711（通話料無料）
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 フリーダイヤル0120-232-711（通話料無料）
上場証券取引所	東京証券取引所
公告の方法	電子公告の方法により行います。 公告掲載URL <a href="http://www.maruha-nichiro.co.jp/">http://www.maruha-nichiro.co.jp/</a> (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載します。)

#### 【ご注意】

- 株券電子化にともない、株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人（三菱UFJ信託銀行）ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関（三菱UFJ信託銀行）にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

### ●株式諸手続きのご案内

	お手続き、ご照会等の内容	お問い合わせ先
特別口座に記録された株式	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特別口座から一般口座への振替請求</li> <li>・単元未満株式の買取（買増）請求</li> <li>・住所・氏名等のご変更</li> <li>・特別口座の残高照会</li> <li>・配当金の受領方法の指定（*）</li> </ul>	特別口座の口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 フリーダイヤル0120-232-711（通話料無料）
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郵送物等の発送と返戻に関するご照会</li> <li>・支払期間経過後の配当金に関するご照会</li> <li>・株式事務に関する一般的なお問い合わせ</li> </ul>	株主名簿管理人 ▶音声自動応答電話によるご請求 フリーダイヤル 0120-244-479（通話料無料） ▶インターネットによるダウンロード <a href="http://www.tr.mufig.jp/daikou/">http://www.tr.mufig.jp/daikou/</a>

（\*）特別口座に記録された株式をご所有の株主様は、配当金の受領方法として株式数比例配分方式はご選択いただけません。

	お手続き、ご照会等の内容	お問い合わせ先
証券会社等の口座に記録された株式	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郵送物等の発送と返戻に関するご照会</li> <li>・支払期間経過後の配当金に関するご照会</li> <li>・株式事務に関する一般的なお問い合わせ</li> </ul>	株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 フリーダイヤル0120-232-711（通話料無料）
	上記以外のお手続き、ご照会等	口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。