

株式会社マルハグループ本社

2004年4月1日 東証第一部上場

水産・農林 コード:1334

～ 純粋持ち株会社の設立とグループ経営について ～

**「健康・本物・簡便」に加えて「安心」「安全」を旨とする
「食」の提供により社会に貢献する**



(株)マルハグループ本社設立

純粋持ち株会社として、4月1日東証第一部
水産・農林業種にコード1334で上場いたしました。

「部分最適」から「全体最適」を追求するグループへ！！

グループ経営に特化した
グループ全体最適を目指した「戦略立案」と
グループ企業の「経営管理」機能

= > 事業ユニット及び戦略セグメントの導入

事業ユニット及び戦略セグメントの概略 (2004年3月期)

	事業ユニット	売上高(億円)	企業数	主要関係会社
水産セグメント	漁業・養殖ユニット	171	13社	マルハ、大洋A&Fの一部 他
	北米ユニット	358	8社	マルハ、Western Alaska Fisheries, Inc. 他
	水産商事ユニット	831	5社	マルハ、大洋A&Fの一部 他
	荷受ユニット	3,782	14社	大都魚類、神港魚類 他
	戦略販売ユニット	252	4社	マルハ、琉球大洋の一部、新洋商事 他
食品セグメント	業務食品ユニット	860	14社	マルハ、Kingfisher Holdings Limited 他
	市販食品ユニット	546	8社	マルハ、デイジー食品工業、青森缶詰 他
	砂糖ユニット	247	7社	塩水港精糖、パールエース 他
	化成品ユニット	58	2社	マルハ、大洋A&Fの一部 他
保管物流セグメント		221	20社	マルハ物流ネット、新日本コールド 他
その他		252	20社	マルハ、マルハレストランシステムズ 他
全社		1	4社	マルハ、マルハ経理マネジメント、マルハヒューマンアシスト、エム・アンド・アソシエイツ
合計		7,579	96社	

複数ユニットにまたがる企業14社

グループビジョン実現に向けて

経営理念

“「健康・本物・簡便」に加えて「安心」「安全」を旨とする
『食』の提供により社会に貢献する”

グループビジョン

魚介類という地球からの恵みを
漁業・養殖、加工、保管・物流、販売といったステージを通じて
世界の海からお客様の食卓へお届けして一世紀余

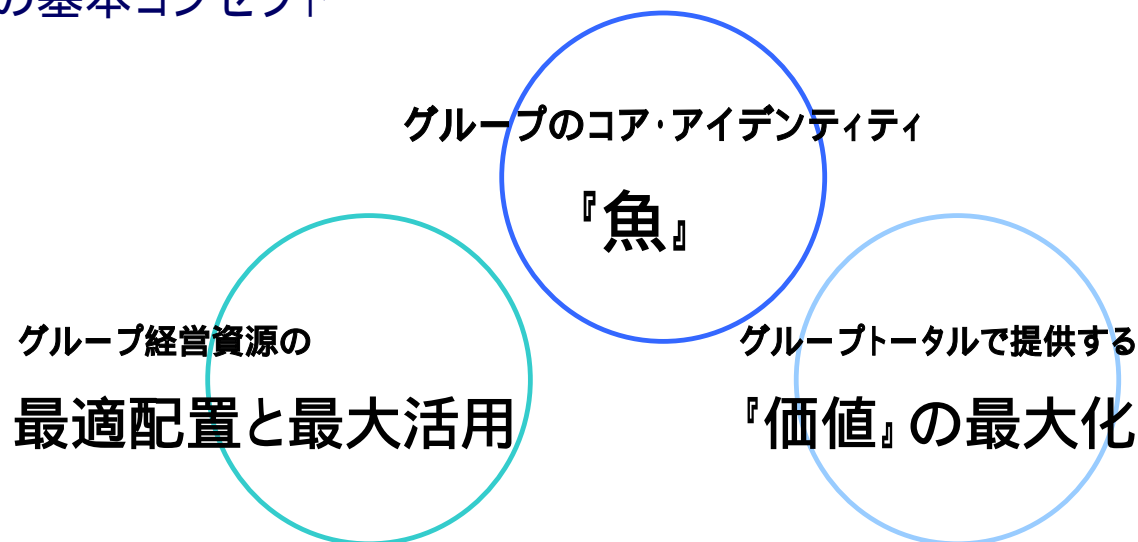
コア・アイデンティティーは『魚』

お客様のニーズ  グループの創意

「価値あるもの」をあらゆる食卓のシーンで豊富に提供していく

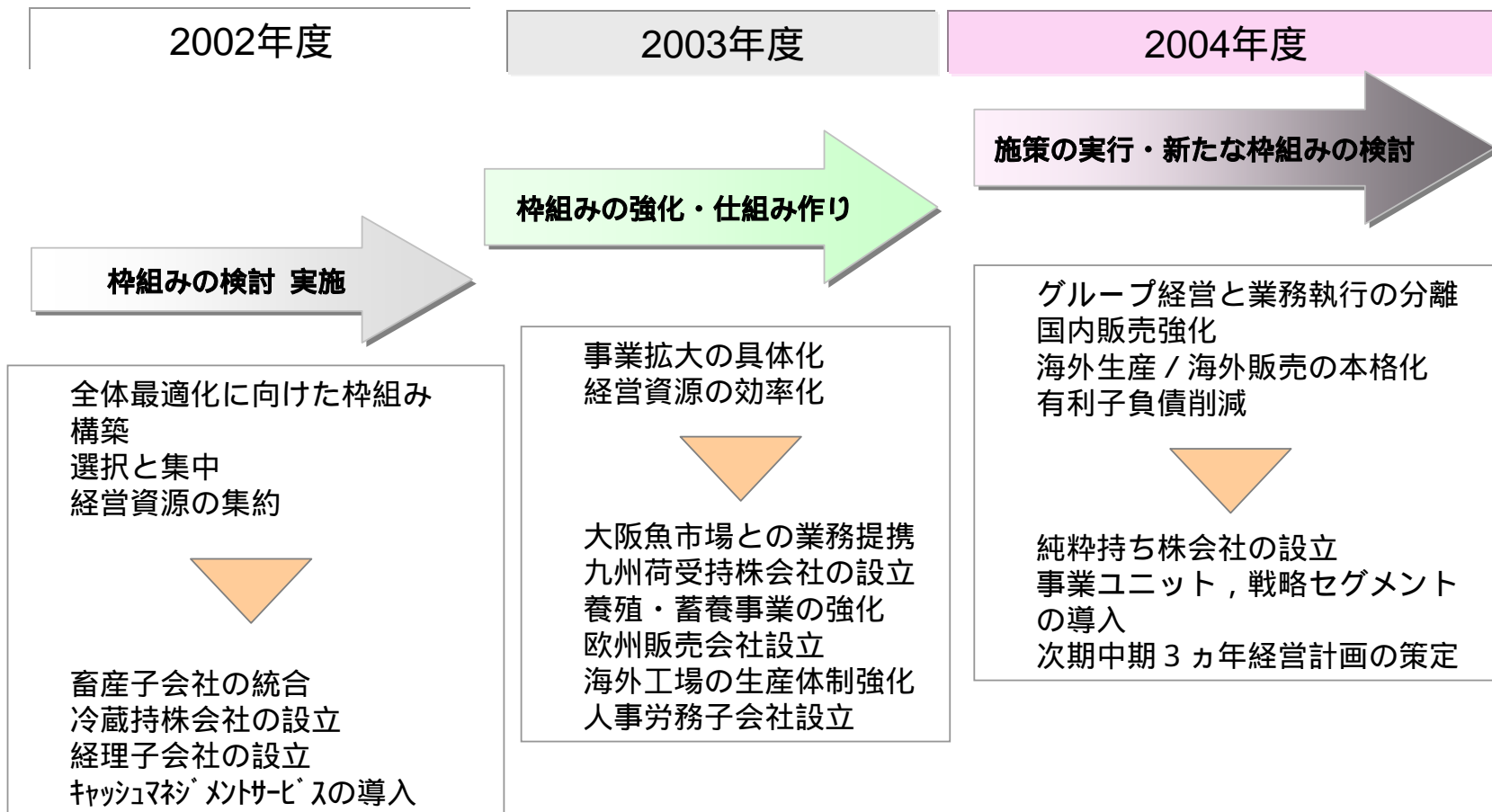
グループ中期3ヵ年経営計画

3つの基本コンセプト



～ グループの事業構造を「部分最適」から「全体最適」に転換 ～

グループ中期3ヵ年経営計画の取り組み状況



2004年3月期決算概要

	実 績	前期比
売 上 高	7,579億円	94.2%
営業利益	118億円	83.0%
経常利益	91億円	66.6%
当期純利益	19億円	115.6%

2005年3月期に向けての施策

1. グループ本社設立によるグループ経営体制の確立
2. セグメント/ユニット経営を本格的に導入し、事業ユニット毎の、今後の具体的な強化・拡充策を策定し、次期中期経営計画の成長拡大戦略の布石とする
3. 全体として、引き続き事業再編・統合の推進
4. 引き続きローコストオペレーションの徹底を図る
 - ・・・ (株)マルハ経理マネジメント, (株)マルハヒューマンアシスト,
(株)エム・アンド・アソシエイツのシェアードサービスの活用も

グループ中期3ヵ年経営計画 ～数値目標と達成状況～

		02年3月期 基準年度	03年3月期 上段:中期計画 下段:実績	04年3月期 上段:中期計画 下段:実績	05年3月期 上段:中期計画 下段:見通し	3ヵ年合計 達成率
売上高		8,410億円	8,400億円 8,042億円	8,500億円 7,579億円	8,700億円 7,700億円	91.1%
売上総利益		857億円	904億円 867億円	929億円 822億円	966億円 850億円	
売上総利益率		10.2%	10.8% 10.8%	10.9% 10.8%	11.1% 11.0%	
営業利益		81億円	119億円 142億円	143億円 118億円	170億円 160億円	97.2%
営業利益率		1.0%	1.4% 1.8%	1.7% 1.6%	2.0% 2.1%	
経常利益		79億円	103億円 137億円	130億円 91億円	154億円 130億円	92.5%
借入金	削減額		3年間で400億円削減目標			125.3%
			101億円削減	250億円削減	150億円削減	
	期末残高	3,431億円	3,330億円	3,080億円	2,930億円	

課題： 減収に歯止めがかからない。 これからは、増収施策が必要

成長戦略(売上高の増大)の策定に向けて

国内市場

- ・ 商品開発
- ・ 新規事業開発
- ・ 既存顧客との連携強化・新規顧客の開拓
- ・ アライアンス

海外市場

- ・ 欧米市場並びに中国市場での販売の拡大
- ・ 欧州加工拠点の設置

北米・タイ・中国にある生産拠点を有機的に連携させ、
世界に張り巡らされた魚介類調達のネットワークを活かし、
各市場に合わせたさまざまな加工度の商品を
最適な最終消費地へ届けるグローバルな生産・販売網の確立

話題の「骨までおいしい魚」



- 「骨までおいしい魚」
6月から市販でも発売！
- 海外生産(中国・タイ)を準備中
- 初年度売上目標：
10億円
- 3年目売上目標：
50億円

「骨なし魚」の約200億円の市場規模
と同程度の新規市場の創出を見込む

今後も常に新鮮な「**驚き**」と「**感動**」を提供できる
企業グループ “**フードワンダーランド・マルハ**”
であることを目指してまいります。

当社グループは
株主の皆様への適切な利益還元を経営の重要政策と位置付け、
安定配当を継続的に実施していくことを基本方針としております。