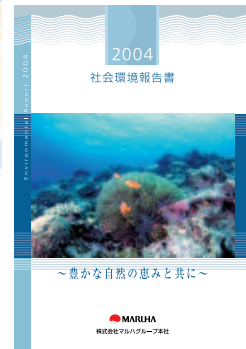


情報満載の当社ホームページもご覧ください

<http://www.maruha.co.jp>

企業情報やIR情報に加え、レシピなどのお役立ちコンテンツも充実しています。ぜひアクセスしてみてください。



「社会環境報告書」を発行しました。ホームページでもご覧いただけます。
(<http://www.maruha.co.jp/environment/>)

株 主 メ モ

- 決 算 期 日 3月31日
定 時 株 主 総 会 6月
上 記 基 準 日 3月31日
その他必要あるときは、あらかじめ公告して臨時に基準日を定めます。
- 公 告 掲 載 新 聞 日本経済新聞
名 義 書 換 手 数 料 無料
名 義 書 換 代 理 人 東京都港区芝三丁目33番1号
中央三井信託銀行株式会社
- 同 事 務 取 扱 所 東京都杉並区和泉二丁目8番4号(〒168-0063)
(郵便物送付先) 中央三井信託銀行株式会社 証券代行部
(電話照会先) 電話 (03) 3323-7111 (代表)
同 取 次 所 中央三井信託銀行株式会社 全国各支店
日本証券代行株式会社 本店・全国各支店

<お知らせ>

住所変更、単元未満株式買取請求、名義書換請求および配当金振込指定等に必要な各用紙のご請求は、名義書換代理人の下記のフリーダイヤルおよびホームページにて24時間受け付けております。

フリーダイヤル (自動応答) 0120-87-2031
ホームページ http://www.chuomitsui.co.jp/person/p_06.html

(証券保管振替制度をご利用の方は、お取引口座のある証券会社等へご照会ください。)

株式会社マルハグループ本社

東京都千代田区大手町一丁目1番2号(〒100-0004)
TEL.(03)3216-0821 FAX.(03)3216-0342



本冊子は、環境にやさしい大豆インキと、再生紙を使用しております。



IR Report 2005

第1期グループ報告書

2004年4月1日～2005年3月31日

株式会社マルハグループ本社

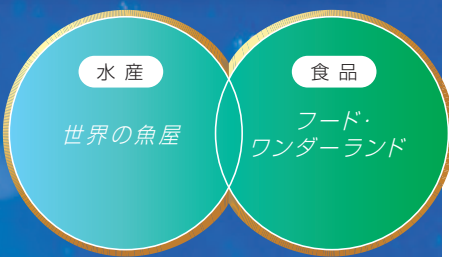
証券コード：1334

経営理念

健全な事業活動を通じて、「健康」・「本物」・「簡便」を旨とする「安心・安全」な食の提供により社会に貢献する。

VISION

「魚」をコア・アイデンティティとして、トレーサビリティが明確で高品質な食品・素材あるいはサービスを、魚と向かい合って1世紀を超えるマルハグループの創意を添えて、お客さまにとって「価値あるもの」としてお届けしてまいります。



ごあいさつ

「攻め」の経営へ

新グループ中期三ヵ年経営計画「ニューウェーブ21」がスタート

株主のみなさまにおかれましては、益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。

平素は格別のご支援、ご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

マルハグループは昨年4月、(株)マルハグループ本社を設立し、持株会社制に移行いたしました。「グループ全体最適を目指す枠組み」を構築して、経営資源の選択と集中による競争力の強化をはかると同時に、財務体質の強化と経営基盤の確立を目指してまいりました。

今年度からは、グループ経営をさらに進化すべく、新しくグループ中期三ヵ年経営計画「ニューウェーブ21」がスタートしております。「ニューウェーブ21」では、戦略セグメント、事業ユニット単位のグループ経営をさらに進化させ、これまでの「守り」の経営から「攻め」の経営へと、大胆な転換をはかります。

マルハグループは120年余りにわたって「魚」と向き合い、世界に広がる調達と販売のネットワークと独自の商品づくりを通じて、豊かで健康な食生活に寄与してまいりました。今後もつねに「健康」「本物」「簡便」を旨とする良質な食品やサービスにマルハグループならではの創意を添えて、お客さまに「安心」と「安全」を、さらには「驚き」と「感動」を提供できる「世界の魚屋」、そして「フード・ワンダーランド・マルハ」であり続けます。

なにとぞ、これまで以上のご愛顧を賜りますよう心よりお願い申し上げます。



取締役社長
五十嵐 勇二

社長インタビュー

(株)マルハグループ本社設立後初めての決算を終え、新グループ中期三ヵ年経営計画「ニューウェーブ21」がスタートしました。日頃投資家のみなさまからご質問いただいている内容を中心に社長の五十嵐にインタビューをしました。

新中期経営計画への足がかりとして

Q. 業績結果についてコメントを聞かせてください。

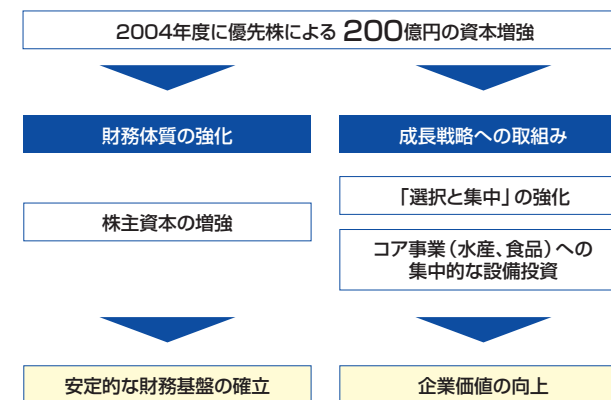
A. 04年を最終年度とするグループ中期三ヵ年経営計画は、グループとして取り組んだ初の中期経営計画でした。魚をコア・アイデンティティと再認識したうえでグループ経営資源の最適配置と活用を目指し、その仕上げとしてすべての事業を10のユニットに分類し、グループ経営の枠組みを構築しました。そうした基盤作りのなかにおいて、当期におけるマルハグループの売上高は747,181百万円、営業利益は13,406百万円、経常利益は11,237百万円となりました。売上高については、国内の食品に対する低価格化志向の継続や天候不順の影響などにより、前期に比べて10,712百万円の減収となりましたが、営業利益、経常利益はともに前期を上回る増益となりました。借入金については、3年間の累計額で計画していた400億円を大幅に超える740億円という削減が実現し、新中期経営計画「ニューウェーブ21」に向けて順調なスタートを切ったといえます。(注：「前期」は第60期マルハ(株)の連結数値を参考としています。)

財務体質の健全化と強化を実践

Q. 04年度には優先株を発行しましたが、その目的は？

A. ひと言で言えば、成長のために必要な投資をするための資本増強であり、財務体質の強化です。昨年度、「固定資産の減損に係る会計基準」をにらんだ不動産の売却ならびに不採算事業の整理を行いました。また、安定した財務基盤の確立のためにさらなる有利子負債圧縮を進めていく一方で、成長に必要な戦略を遂行するための投資を行うために、第三者割当による200億円の優先株を発行して増資を実施しました。これら増資分は今後「ニューウェーブ21」期間中に、海外戦略を中心とするコア事業に対する投資に充て、成長戦略の実現に積極的に取り組んでまいります。

●財務体質の健全化と強化



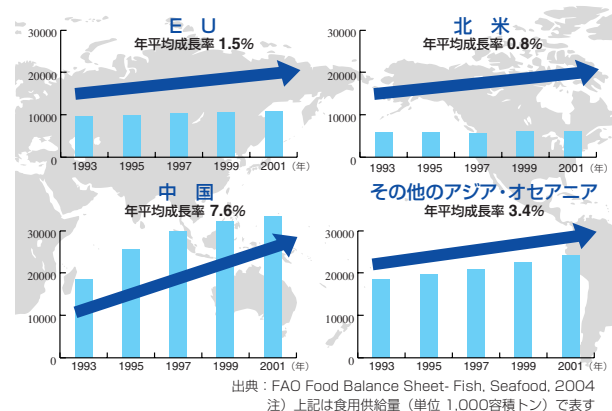
可能性を秘める海外市場

Q. 新中期経営計画「ニューウェーブ21」のスタートにあたり、事業環境についてどのように思いますか？

A 日本国内では長期間にわたるデフレの影響により食品の価格がいまだに低迷しています。また、魚介類の消費量は、少子高齢化の流れのなかで漸減傾向を示しており、日本人の食生活のトレンドからも、急速な回復は今後期待できないでしょう。しかし、海外に目を転じると、中国を中心としたアジア・オセアニア地域では魚介類需要が増加しています。また、欧州・北米でも、健康を意識した食生活の変化に伴う成長トレンドが持続すると見えます。グループのこれからの成長戦略において、こうした海外市場への取組みは大きな課題です。今後は日本だけでなく、海外市場への販売を積極的に行うことで、マルハのグローバルな調達力をさらに強めることができます。今まで築き上げてきた海外ネットワークを生かし、連携することにより、新たなシナジーを発揮できると確信しています。

●今後、成長が予想される海外市場

中国をはじめ、欧州・北米・アジアの各市場で顕著な成長トレンド



今後の重点施策は海外戦略とコア事業強化

Q. 新中期経営計画「ニューウェーブ21」では、経営資源の投入を重点的にどのような分野で行うのでしょうか？

A 「ニューウェーブ21」の柱は海外戦略です。北米、欧州、アジア・オセアニアを海外戦略の重点地域とし、これら3地域にあるグループ各社が連携・補完して「トライアングル・オペレーション」を推進し、「調達－加工－販売」のグローバルな最適化をはかります。そのうえで、水産、食品のコア事業に設備投資を集中します。水産セグメントにおいては、北米における魚介類の調達力強化をはかり、水産加工品の生産設備を増強し、販売網を強化します。また、欧州での販売拠点を広げ、アジアにおける生産設備を増強するなどして、海外事業の成長を牽引できる設備投資を計画しています。また、食品セグメントでも、国内加工食品の設備を増強するとともに、タイ・中国などアジアにおけるマルハグループの中核的な海外生産拠点の設備増強を計画しています。

グローバルなネットワークこそがマルハの強み

Q. 海外戦略を推進するうえで、マルハグループの強みはどのように発揮されるのでしょうか？

A マルハグループの強みは次の5つに集約されると考えています。まず第一に、世界に通用するブランド。第二に、水産物の圧倒的な調達力と世界市場への販売力。第三に、海外ネットワークと水産物取扱いの専門家集団としての卓越した情報収集力です。そのような

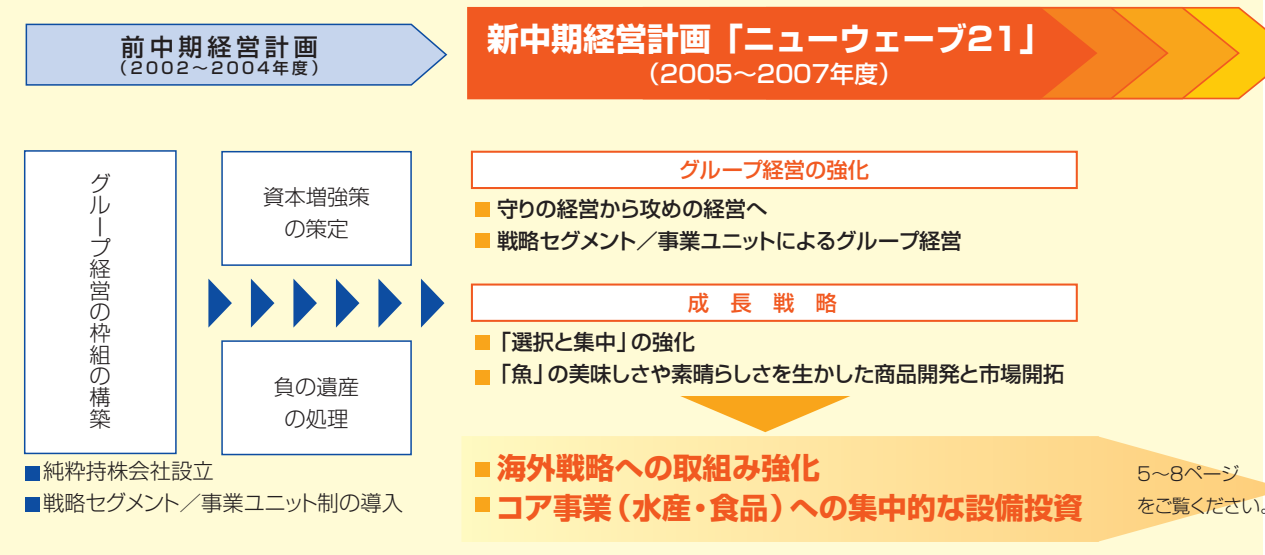
グローバルな調達ネットワークを十分に生かし、四つ目として、品質・価格面で安定した魚の確保が可能であること。最後に、水産物について、「調達－加工－販売」の一貫体制を有する優位性があげられます。こうした強みを基盤にさらに確固たる世界視野を持って、より強い企業への脱皮をはかります。

Q. 最後に株主のみなさまに一番伝えたいメッセージをお願いします。

A これまでの施策のなかでグループ経営の枠組みを構築し、過去の課題整理に一定の目処をつけるこ

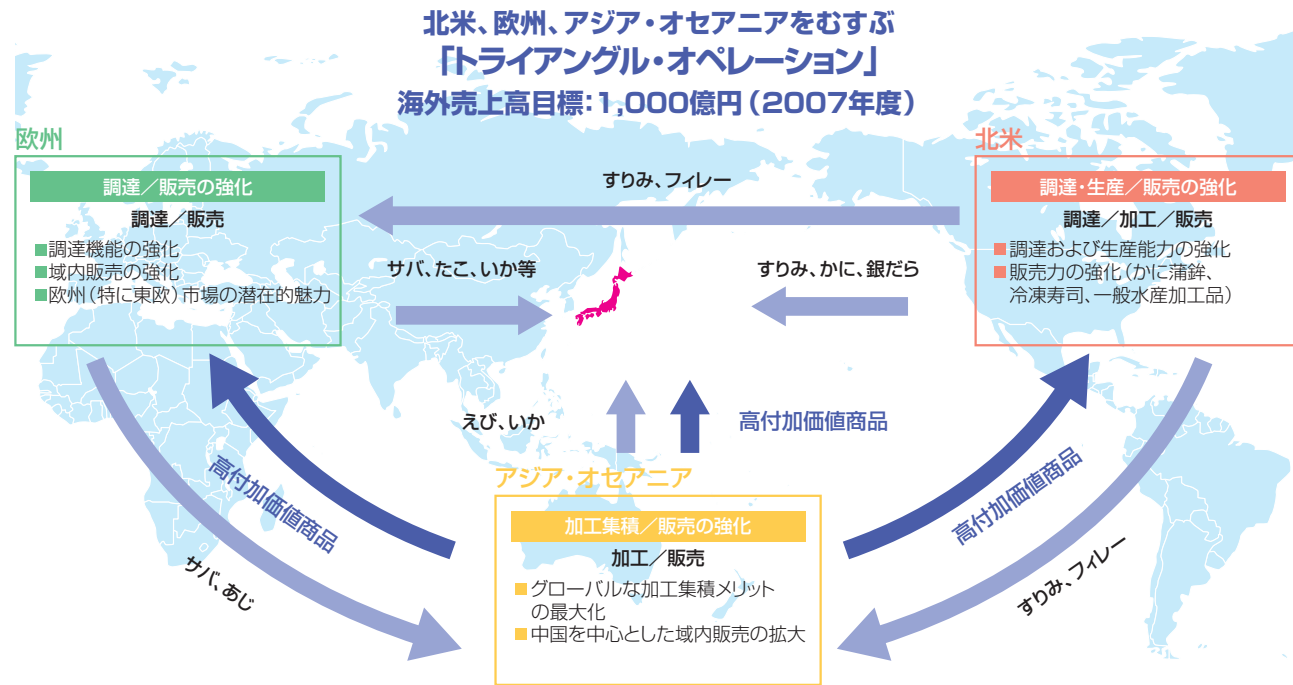
とができました。今後は、新しくスタートした新中期経営計画「ニューウェーブ21」をもってグループ経営をさらに強化し、コア事業を柱とする成長戦略の実行に大きく舵を切っていくつもりです。「2007年度当期利益100億円」「2007年度海外売上高1,000億円」などを計画し、ハードルはさらに高くなっていますが、これらをクリアし、さらなるグループ価値向上に向けて、今後とも全力をあげて経営課題に取り組んでまいります。

●「ニューウェーブ21」の位置付けについて





海外戦略



新グループ中期三カ年経営計画「ニューウェーブ21」では最重要施策として、特にコア事業（水産・食品）における海外戦略を積極的に推進します。海外での生産体制を構築し、国内外における水産加工品の販売力強化をはかるため、今後拡大が見込める海外市場として、北米、欧州、アジア・オセアニアをクローズアップし、これら3地域にあるグループ各社が「調達－加工－販売」面で多角的・有機的に連携する「トライアングル・オペレーション」を構築します。

各地域での水産物の調達および生産能力を強化すると

ともに、お互いの地域での連携を深め、地域内販売を積極的に拡大します。たとえば、北米で生産した魚フィレを北米内だけでなく需要の高い欧州などにも販売する、といった取組みを積極的に展開します。とりわけ、北米、タイ、中国に位置する生産拠点は、「トライアングル・オペレーション」の加工機能の要となります。それらの拠点と連携のもと、海外市場それぞれの地域における市場の成長性を生かした生産・販売強化を行い、2007年度には海外市場への売上高1,000億円を目指します。

北米 ● 売上高目標：450億円（2007年度）

取り組むべき施策



- 調達および生産能力の強化
 - 漁獲枠の安定確保
 - グループ内生産能力の向上
 - トランスオーシャンプロダクツの生産設備の増強
 - 冷凍すし生産ラインの増設
 - グループ外原料調達力の強化
- 販売力の強化
 - アラスカ商材の販売強化
 - 他社との提携も含めた原料調達の強化
 - 市販商品（かに蒲鉾、冷凍すし）の販売強化
 - 積極的M&A、または新規参入により一般魚介類の二次加工、販売力の強化
 - 輸入水産加工品の販売強化
（アジア地区グループ会社製品）

欧州 ● 売上高目標：250億円（2007年度）

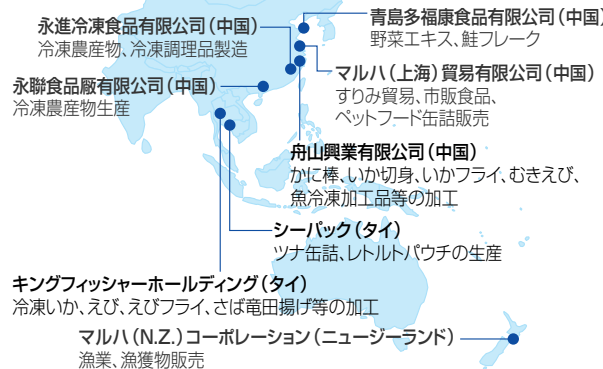
取り組むべき施策



- 既存商品のさらなる拡販
 - さけ、ます、塩だら他
- 域内販売の強化
 - 積極的M&Aまたは新規参入による消費者向け加工品生産、販売の強化
 - アジアからの輸入水産加工品の販売強化
- 水産加工品メーカーとしての地位確立
 - 東欧圏への事業参入
- 水産物消費を拡大させるコーディネーターとしての地位確立
- 対日向け調達機能の強化
 - 水産物買付におけるトップ・トレーダーの地位をさらに強化
 - 地中海まぐろ養殖合弁事業の拡大
 - 対日輸出を担う重要な調達機能 —— サバ、たこ、いか、まぐろ等

アジア・オセアニア ● 売上高目標：300億円（2007年度）

取り組むべき施策



- グローバルな加工集積メリットの最大化
 - 加工基地の機能向上
 - キングフィッシャーホールディング（タイ）
 - 舟山興業有限公司（中国）
- 中国を中心とした域内販売の拡大
 - 水産原料の販売拡大
 - 業務食品の販売拡大
（水産加工品、調味料）
 - 市販食品の販売拡大
（フィッシュハム・ソーセージ、おでん、缶詰、ペット缶等）
 - 流通・物流事業への参入
（大連・上海での保管事業の展開）



セグメント別事業戦略

「ニューウェーブ21」ではグループ内事業を大きく、水産、食品、保管物流の3つの「事業セグメント」に分類します。各セグメントは事業領域ごとに「事業ユニット」を配し、統一的な戦略のもと、それぞれの事業価値の最大化をはかります。水産、食品セグメントをコア事業と位置づけ、それぞれ海外戦略をも包括した成長戦略を積極的に推進します。

●水産セグメント 漁業・養殖ユニット／北米ユニット／水産商事ユニット／荷受ユニット／戦略販売ユニット



北米における生産および販売体制の構築

北米事業では、積極的な設備投資を行い、生産能力の増強と販売強化に取り組みます。調達面においては、北米漁場での原料調達能力の強化をはかります。生産面では、スケソウダラなどアラスカ商材のフィレー、すりみの生産能力の向上を目指します。販売面では、アラスカ商材の他、カニ蒲鉾、冷凍寿司などの販売強化とともに、海外戦略「トライアングル・オペレーション」の一環として、アジア地区における水産加工輸入品の北米域内における販売を強化します。

荷受事業の強化

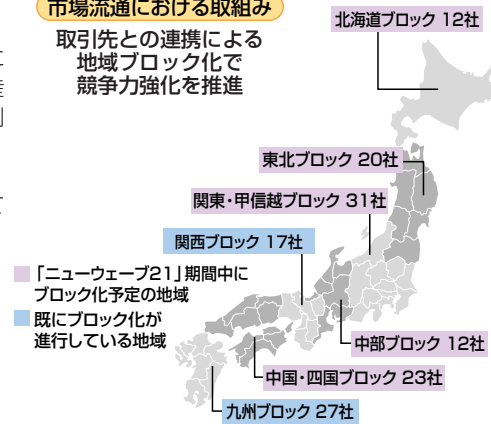
市場流通（荷受）は生産者と消費者の間において、国内外から集まる多種大量の水産物を適正に評価し、迅速に流通させる役割を担っています。全国の有力取引先である「マル八魚友会」メンバー会社とも連携し、グループとしての流通機能を拡大させ、競争力を強化し、効率化によって収益の向上をはかります。

高級魚の養殖を成長分野に

餌の開発から、養殖・販売まで一貫した体制を持つ強みを生かし、高級魚の養殖事業を拡大します。たとえばクロマグロ。天然魚の供給量が減少し、養殖クロマグロの需要が広がるなか、2004年1月、三重県に養殖会社を設立し、国内におけるヨコワ（クロマグロの稚魚）の安定確保と生産体制を確立しました。今後さらに、地中海、オーストラリア他で展開している海外養殖マグロ事業も拡大し、高まるクロマグロ需要に対応します。

市場流通における取組み

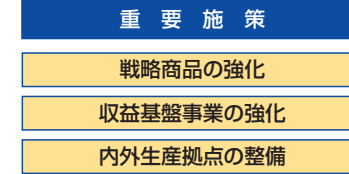
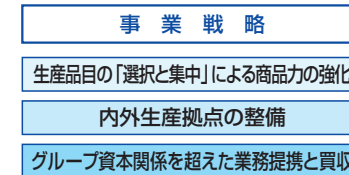
取引先との連携による地域ブロック化で競争力強化を推進



トレーサビリティの確立

他社に先駆け、すべての水産製品について2007年度までにトレーサビリティの導入をはかります。原料—製造—販売にいたるまで、一元的な情報管理、商品情報管理をシステム化して、「世界の魚屋」として「安心・安全」な水産素材を提供できる体制を構築します。

●食品セグメント 業務食品ユニット／市販食品ユニット／化成品ユニット／アジア・オセアニアユニット



戦略商品の強化

レトルト製品やカップゼリーを戦略商品と位置づけ、今後のシェア拡大をはかります。これまでの東日本市場中心の生産体制に加えて西日本地区の生産能力を拡大し、西日本市場への拡販を目指します。また、冷凍食品「骨までおいしい魚」について、学校給食や病院食、惣菜・外食等の業務用に対応するとともに、家庭用の販路拡大に取り組みます。



収益基盤事業の強化

すでに市場で圧倒的なシェアを確保している缶詰およびフィッシュハム・ソーセージ。これらを収益基盤商品として、生産販売の効率化と収益性の向上をはかります。「健康」をキーワードにした商品開発を積極的に展開し、今後とも安定的な売上の維持向上を目指します。



内外生産拠点の整備

タイのキングフィッシャーホールディングと中国の舟山興業は、グループの中核となる生産拠点です。海外戦略「トライアングル・オペレーション」を推進するうえで、アジア・オセアニアにおける要として、水産加工品、冷凍食品、ペット缶詰等の生産設備の増強をはかります。また国内では、西日本地区に多機能型工場を増設し、加工食品生産体制の効率化をはかります。

●保管物流セグメント 保管物流ユニット

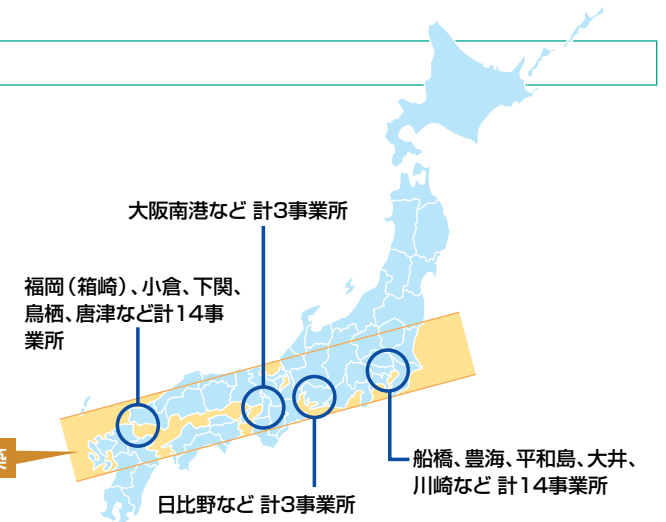
「総合物流サービスの提供」実現へ

コールドベルト構想

輸入港かつ消費地である、太平洋ベルト地帯の主要都市を網羅し、広域営業が展開可能なネットワークを構築します。



コールドベルトの構築



漁業から水産物の買付、保管物流、加工販売まで国内外に168社の関係会社を持つマルハグループは、そのネットワークを駆使して世界一の水産物消費国である日本の食生活を支えています。

マルハ株式会社(下関工場)

マルハ株式会社は、コア事業全般においてグループを牽引する根幹会社です。食品事業においては、下関、宇都宮、仙台に直営工場を有しています。そのうち下関工場では、ちくわやFD食品の製造に加え、2006年4月からの操業を目指して果物ゼリーや親子丼などのレトルト食品を生産するラインを新設して、生産体制を強化します。加工食品の生産拠点を西日本に整備することにより、中国・九州地区への配貨効率が高まり、収益力アップが期待できます。



会社概要

設立 1880年
 本社 東京都千代田区大手町1-1-2
 資本金 150億円
 売上高 2,775億円(2005年3月期)
 業種 水産物卸・食品製造加工販売等
 代表者 取締役社長 五十嵐 勇二

株式会社九州魚市ホールディングス

九州エリアには、九州の周辺で獲れる「以西・近海モノ」をはじめ、世界の海からやってくる魚介類、塩干魚介類や魚原料の加工製品などの集荷販売を行う荷受5社(北九州魚市場株式会社、熊本魚株式会社、株式会社別府魚市、佐賀魚株式会社、鹿児島魚市株式会社)があります。九州魚市ホールディングスは、それら5社を統括する持株会社です。荷受5社との連携により、九州エリアの中での地域市場を維持しながら、物流戦略・商品戦略・マーケティング戦略などにおけるシナジー効果を実現しています。

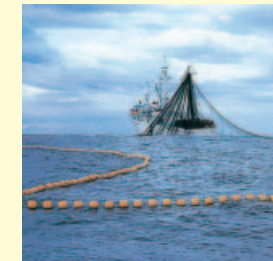


会社概要

設立 2003年
 本社 福岡県福岡市東区箱崎5-2-22
 資本金 9,750万円
 売上高 78百万円(2005年3月期)
 業種 水産物卸売業を営む会社の株式を所有することによる当該会社の事業活動の支配および管理等
 代表者 取締役社長 筆保 謙吾

大洋エーアンドエフ株式会社

大洋エーアンドエフのAはAgriculture(農業)、Aquafarm(養殖)、FはFisheries(水産)を意味しており、農産物から水産物まで幅広く扱っています。自社船操業による遠洋マグロ漁業、海外まき網漁業、沖合まき網漁業などをはじめ、海外との合弁事業としてのエビ事業や南方カニ事業など、マグロの養殖、冷凍魚介類の輸入、水産物および農産物の売買、冷凍食品や調味料などの製造販売を行っており、マルハグループ水産事業の中核を担っています。



会社概要

設立 1950年
 本社 東京都中央区豊海町4-5 豊海振興ビル
 資本金 7億931万6,950円
 売上高 215億7,994万円(2005年3月期)
 業種 漁業、水産物および農畜産物の生産・加工・販売等
 代表者 取締役社長 今村 博展

Maruha Capital Investment, Inc.

北米には、アラスカ商材(スケソウダラなど)の調達および生産基地として、ウエストワードシーフーズ株式会社、シュープリームアラスカシーフーズ株式会社、アリエスカシーフーズ株式会社があります。また、販売拠点として、カニ蒲鉾、冷凍寿司などの生産から販売までを担うトランスオーシャンプロダクツ株式会社があります。マルハキャピタルインベストメントは、これら4社を統括する持株会社であり、グループ全体を牽引する北米事業の中心として、今後の海外戦略の重要な一翼を担っています。



会社概要

設立 2001年
 本社 アメリカ合衆国ワシントン州シアトル
 資本金 53,313千ドル
 業種 水産加工・販売等を営む会社の株式を所有することによる当該会社の事業活動の支配および管理等
 代表者 取締役社長 米岡 潤一郎

DHA入りフィッシュソーセージ 特定保健用食品

『リサーラソーセージ』誕生!

今年5月末、これまで開発に取り組んできた『リサーラソーセージ』が、厚生労働省により“特定保健用食品（トクホ）”として許可されました。いったいどんなソーセージなのでしょう、そして、どのようにして『リサーラソーセージ』は生まれたのでしょうか？ 9月からの発売を前に、商品開発担当者に聞きました。



マルハ(株)食品第二部
ハムソーセージ課 課長
齋藤 浩

Q 『リサーラソーセージ』の特長を教えてください。

一本あたりにDHAが850mg入ったフィッシュソーセージです。「毎日習慣的に一本（50g）食べれば血中の中性脂肪値を下げる効果が期待できる」と厚生労働省が認めた、特定保健用食品です。

発売開始は9月から、
全国量販店などにて予定しています。
希望小売価格は50g 2本入りが168円、
50g 3本入りが252円（税込）



Q 開発のきっかけは何ですか？

これまで、フィッシュソーセージで栄養訴求をはかってきましたが、生活習慣病などへの懸念が増加し、健康志向が高まるなか、より健康を意識した商品づくりが必要だと考えました。それにはやっぱり魚油に含まれるDHAがポイントかなと。マルハはなんといってもお魚の会社ですから。ただDHAが入っているというだけではなく、カラダにとってどんな良い効果があるかということがきちんとうたえれば、誰にとっても優しくて、わかりやすい商品になると考えました。そこで、フィッシュソーセージとしては初めてとなる特定保健用食品の認可取得を目指して、商品開発を進めてきました。

Q ネーミングとパッケージデザインはどうやって決めたのですか？

「リサーラ」という言葉は造語です。「DHA入りソーセージを食べて血中の中性脂肪を下げ、サラサラな血液を取り戻していただきたい」という願いを込めて、50以上あがった候補の中から決定しました。パッケージデザインは、一見してサラサラ感が伝わるようなさわやかな緑色を採用することで、“元気”で“マイルド”なフィッシュソーセージを表現しました。健康をイメージしやすいデザインに仕上がったと思います。



中央研究所
第一研究チーム 副主任研究員
玉井 忠和

DHAって何？

ひと言で言うと、魚の油に含まれる、カラダに不可欠の脂肪酸（栄養素）です。体内ではほとんど作られることがなく、外部から食事を通じて摂取するしかありません。DHA効果はさまざま、現在では「中性脂肪、コレステロールの低下効果」に加え、「アトピーやアレルギー、がん（癌）への効果」も認められるようになっています。



詳しくは、マルハホームページをご参照ください。

<http://www.maruha.co.jp/dha/>

特定保健用食品（トクホ）とは？

体調を整える働きのある成分を含む食品で、その効果、有効性、安全性、品質について、国の厳しい審査のもとに、医学的あるいは栄養学的根拠に基づいて証明し、健康への具体的な効能を表示することを厚生労働大臣が許可した食品です。

中性脂肪って？

ヒトの体内に蓄積された主たる脂肪のことです。人間は中性脂肪を体を動かすエネルギー源、体温の維持、衝撃からの内臓の保護などに利用していますが、中性脂肪の過度の蓄積がさまざまな生活習慣病の引き金ともなっています。現在、血中の中性脂肪やコレステロールが高くなる高脂血症患者は96万人ともいわれ、その21倍の2千万人、日本国民のうち約6人に1人が疾病予備軍といわれています。

Q 『リサーラソーセージ』の開発で苦労したことがあったら教えてください。

特定保健用食品の認可を得るにあたり、安全性や効果を保証する科学的根拠を得るためのさまざまな試験を何度も繰り返しました。その結果、実際こちらが予想した以上のすばらしい効果が確認できたときは、苦労も吹き飛ばす思いでした。また、DHA（魚油）を高濃度添加することで生じる独特の魚くささを抑え、フィッシュソーセージとしてのおいしさや旨み、風味を損なわないために、幾度も嗜好テストを行いました。そうして3年かけてやっとできた商品、それが『リサーラソーセージ』です。

マルハは健康生活を応援します — マルハとDHA

マルハは魚の専門家として、長年DHA研究を行ってきました。また、原料調達力を生かし、自社工場（ISO9002認証取得済み）で独自にDHAの精製を行っています。原材料としているのは、捕獲後すぐに超低温で保管され、新鮮な状態で工場に運ばれてくるマグロの頭部。『リサーラソーセージ』もマルハで精製したDHAを使用しています。

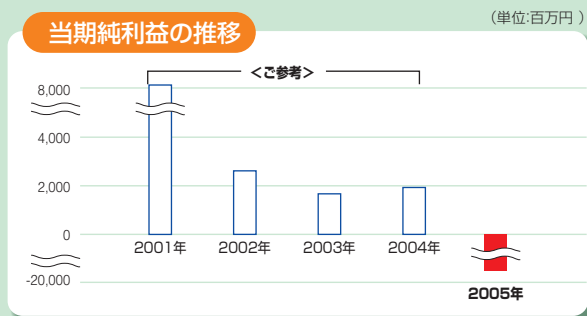
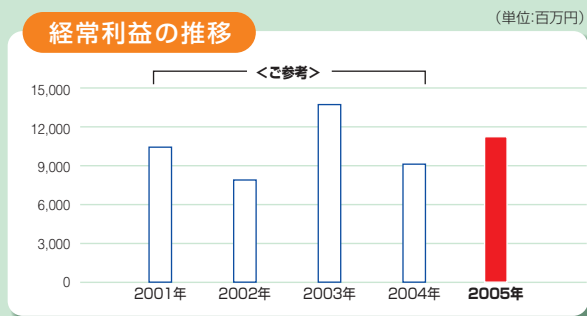
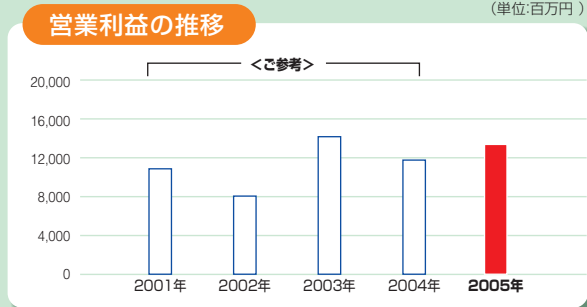
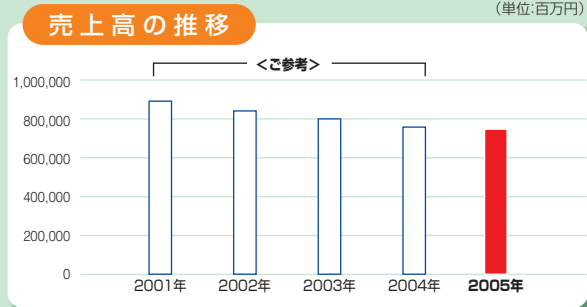
Q どんな人に、どうやって食べてもらいたいですか？

中性脂肪の増加が気になる方はもちろん、食生活に魚の栄養をもっととり入れたい方、健康に関心のある方、お子様からお年寄りまですべての方にぜひ！ 朝食やおやつに、一日一本を継続してそのままお召し上がりいただくとよいと思います。「特定保健用食品」は食品として安心してお召し上がりいただけます。

他にもたくさん、
DHA入り商品が
あります！



□ <ご参考>
マルハ株式会社
■ 株式会社マルハグループ本社



	マルハ株式会社<ご参考>				株式会社マルハグループ本社
	第57期 (2001年3月期)	第58期 (2002年3月期)	第59期 (2003年3月期)	第60期 (2004年3月期)	第1期 (2005年3月期)
売上高 (百万円)	891,117	841,017	804,174	757,893	747,181
営業利益 (百万円)	10,896	8,088	14,200	11,792	13,406
売上高営業利益率 (%)	1.2	1.0	1.8	1.6	1.8
経常利益 (百万円)	10,449	7,913	13,710	9,125	11,237
売上高経常利益率 (%)	1.2	0.9	1.7	1.2	1.5
当期純利益 (百万円)	8,320	2,615	1,669	1,930	△15,143
売上高当期純利益率 (%)	0.9	0.3	0.2	0.3	—

全般的概況

当期におけるわが国の経済は、企業収益が改善し、雇用情勢についても厳しさは残るものの改善の兆しが見えるなど、緩やかな回復基調にありました。
水産・食品業界におきましては、魚介類原料の国際的な買付競争の激化、恒常的な商品の低価格化や市況低迷などにより、引き続き厳しい状況で推移いたしました。また、冷蔵倉庫業界におきましても、保管から配送までのトータル物流への取組みが促進され、保管単独のサービスに対する需要が年々減少する傾向にあり、引き続き厳しい状況で推移いたしました。

このような状況のなか、当期におけるマルハグループの売上高は747,181百万円、営業利益は13,406百万円、経常利益は11,237百万円となりましたが、02年度を初年度とする第一次中期経営計画の最終年度である当年度中に、新中期三ヵ年経営計画「ニューウェーブ21」の実施に向けて経営基盤を整備すべく、「固定資産の減損に係る会計基準」をいらんだ不動産の売却等および不採算事業の見直しを加速化したことなどにより特別損失30,493百万円を計上したため、15,143百万円の当期純損失となりました。

各セグメントの概況

水産セグメント

全般的に軟調に推移した水産物市況の影響を受けましたが、「世界の魚屋」としてのグローバルな事業展開のなかで、国内外の市場動向を注視しながらお客様のニーズに対応した効率的な仕入と販売を行うなどにより、収益の確保に努めてまいりました。その結果、売上高は530,051百万円、営業利益は7,148百万円となりました。

食品セグメント

収益基盤事業である缶詰・魚肉ソーセージは、健康志向にマッチした新商品の開発に注力し効率的な販売に努めました。また、ちくわなどの練製品では他社との業務提携が拡大、冷凍食品事業においては「骨までおいしい魚」の中国生産体制を整備して本格的な販売に着手しました。このほか、戦略商品であるレトルト製品などの売上伸長、化成品の順調な推移、またアジア地域での生産拡大などにより、売上高は175,107百万円、営業利益は6,789百万円となりました。

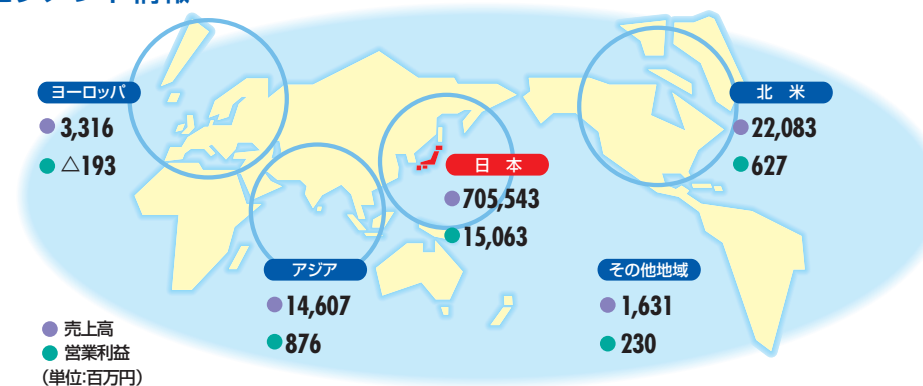
保管物流セグメント

貨物の取扱数量が減少したことにより減収となりましたが、効率的な運営に努めた結果、売上高は20,480百万円、営業利益は1,969百万円となりました。

その他の事業

売上高は21,541百万円、営業利益は600百万円となりました。

所在地別セグメント情報



連結決算 財務諸表

*前期ご参考はマルハ株式会社前期連結決算数値です。

POINT ①

<資産の部>

砂糖事業の譲渡、「固定資産の減損に係る会計基準」をにらんだ不動産の売却および不採算事業の整理などにより、総資産は前年比40,297百万円の減少となりました。

POINT ②

<資本金>

第三者割当による20,000百万円の優先株式を発行し、そのうち10,000百万円を資本金に、残りを資本剰余金に組み入れました。この結果、資本金は25,000百万円となりました。

連結貸借対照表 (要約)

(単位:百万円)

科目		当期 (2005年3月31日現在)	前期ご参考 (2004年3月31日現在)
資産の部			
①	流動資産	190,573	175,424
	固定資産	208,692	264,157
	有形固定資産	115,419	146,413
	無形固定資産	2,476	2,615
	投資その他の資産	90,795	115,128
	繰延資産	79	61
	資産合計	399,345	439,642
負債の部			
	流動負債	226,864	254,300
	固定負債	119,253	128,694
	負債合計	346,118	382,994
少数株主持分			
	少数株主持分	14,663	20,202
資本の部			
②	資本金	25,000	15,000
	資本剰余金	10,160	160
	利益剰余金	6,035	22,129
	その他有価証券評価差額金	4,646	5,368
	為替換算調整勘定	△7,034	△5,974
	自己株式	△242	△238
	資本合計	38,563	36,445
	負債、少数株主持分及び資本合計	399,345	439,642

連結剰余金計算書 (要約)

(単位:百万円)

科目		当期 (2004年4月1日から 2005年3月31日まで)	前期ご参考 (2003年4月1日から 2004年3月31日まで)
資本剰余金の部			
	資本剰余金期首残高	160	110
	資本剰余金増加高	10,000	49
	資本剰余金期末残高	10,160	160
利益剰余金の部			
	利益剰余金期首残高	22,129	21,091
	利益剰余金増加高	—	1,991
	利益剰余金減少高	16,093	954
	利益剰余金期末残高	6,035	22,129

連結損益計算書 (要約)

(単位:百万円)

科目		当期 (2004年4月1日から 2005年3月31日まで)	前期ご参考 (2003年4月1日から 2004年3月31日まで)
	売上高	747,181	757,893
	売上原価	663,218	675,667
	売上総利益	83,963	82,226
	販売費及び一般管理費	70,557	70,433
	営業利益	13,406	11,792
	営業外収益	3,820	3,957
	営業外費用	5,989	6,624
	経常利益	11,237	9,125
	特別利益	5,291	5,052
	特別損失	30,493	9,878
	税金等調整前当期純利益(△純損失)	△13,964	4,299
	法人税、住民税及び事業税	2,336	2,403
	法人税等調整額	△1,159	52
	少数株主利益(△損失)	1	△86
	当期純利益(△純損失)	△15,143	1,930

連結キャッシュ・フロー計算書 (要約)

(単位:百万円)

科目		当期 (2004年4月1日から 2005年3月31日まで)	前期ご参考 (2003年4月1日から 2004年3月31日まで)
	営業活動によるキャッシュ・フロー	3,672	18,673
	投資活動によるキャッシュ・フロー	14,111	8,755
	財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,127	△29,904
	現金及び現金同等物に係る換算差額	△261	△340
	現金及び現金同等物の増減額(△減少)	16,394	△2,816
	現金及び現金同等物の期首残高	18,669	21,285
	新規連結による現金及び現金同等物増加額	—	201
	現金及び現金同等物の期末残高	35,063	18,669

POINT ③

<特別損失・当期純損失>

「ニューウェーブ21」の実施に向けて経営基盤を整備すべく、「固定資産の減損に係る会計基準」をにらんだ不動産の売却等および不採算事業の見直しを加速化したことなどにより、特別損失30,493百万円を計上したため、15,143百万円の当期純損失となりました。

POINT ④

<キャッシュ・フロー計算書>

営業活動の結果得られた資金は3,672百万円にとどまりました。これは、マルハ(株)にて退職給付信託に4,000百万円を拠出したこと、ならびにたな卸資産の大幅な増加によるキャッシュ・フローの悪化を受けたことによるものです。投資活動の結果得られた資金は14,111百万円となりました。これは、主に貸付金の回収によるものです。財務活動の結果使用した資金は1,127百万円となりました。これは、主に借入金の削減に注力したことによります。

単体決算 財務諸表

貸借対照表 (要約)

(単位：百万円)

科目	当期 (2005年3月31日現在)
資産の部	
流動資産	92,907
固定資産	69,140
投資その他の資産	69,140
資産合計	162,047
負債の部	
流動負債	71,696
固定負債	42,933
負債合計	114,630
資本の部	
資本金	25,000
資本剰余金	20,452
利益剰余金	1,969
自己株式	△4
資本合計	47,417
負債・資本合計	162,047

利益処分

(単位：百万円)

科目	当期
当期末処分利益	1,969
これを次のとおり処分いたしました。	
利益処分額	907
優先株式配当金	7
普通株式配当金	899
次期繰越利益	1,061

損益計算書 (要約)

(単位：百万円)

科目	当期 (2004年4月1日から 2005年3月31日まで)
営業収益	3,915
関係会社受取配当金	1,997
関係会社業務受託料	1,432
関係会社経営管理料	354
関係会社受取利息	132
営業費用	1,532
営業利益	2,382
営業外収益	39
営業外費用	261
経常利益	2,160
税引前当期純利益	2,160
法人税、住民税及び事業税	268
法人税等調整額	△76
当期純利益	1,969
当期末処分利益	1,969

会社概要

●会社概要 (2005年3月31日現在)

会社名 株式会社マルハグループ本社
 本社 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-1-2
 資本金 250億円
 従業員数 40名
 事業内容 水産物卸売業等を主として行う子会社の経営管理等
 子会社等 168社 (国内109社、海外59社)
 マルハ(株)、大都魚類(株)、神港魚類(株)、
 Westward Seafoods, Inc. Kingfisher
 Holdings Limited他

●マルハグループ本社 役員 (2005年6月29日現在)

取締役社長(代表取締役) 五十嵐 勇 二
 取締役副社長(代表取締役) 高山 稔
 専務取締役 中部 謙
 常務取締役 大堀 隆
 常務取締役 河添 誠 吾
 取締役 伊藤 滋 樹
 取締役 加茂 秀 樹
 取締役 青木 信 之
 取締役 安西 眞 郎
 社外取締役(非常勤) 長野 彪 士
 常任監査役 河田 清
 常任監査役 鶴見 肇
 監査役(非常勤) 八幡 秀 昭
 監査役(非常勤) 中前 峻

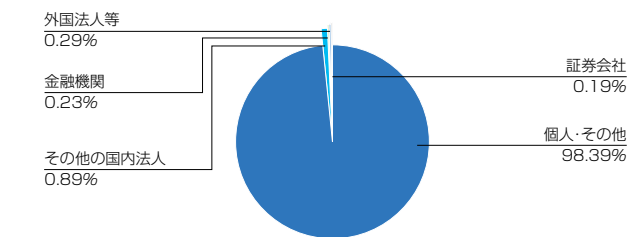
株式の状況

●発行する株式の総数 1,200,000,000株
 普通株式 1,170,000,000株
 優先株式 30,000,000株
 ●発行済株式の総数 320,000,000株
 普通株式 300,000,000株
 優先株式 20,000,000株
 ●株主数 30,420名
 普通株式 30,420名
 優先株式 25名

●大株主 (普通株式)

株主名	当社への出資状況	
	持株数	出資比率
大東通商株式会社	51,783,411株	17.26%
株式会社みずほコーポレート銀行	13,000,000	4.33
農林中央金庫	10,000,000	3.33
日本生命保険相互会社	9,229,000	3.08
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	8,284,000	2.76
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	6,731,000	2.24
株式会社山口銀行	6,000,000	2.00

●所有者別株主数分布状況 (普通株式)



●所有者別株主数分布状況 (普通株式)

