



マルハニチロ株式会社 株主通信

【第73期】2016年4月1日-2017年3月31日

ダブルウェーブ レポート 2017

「世界にいいしあわせを」お届けする
マルハニチログループの1年間の活動報告

「家庭で味わえる本格中華」を
追い求めて。

1995年に誕生した、冷凍食品「新中華街」シリーズは、「家庭で味わえる本格中華」を追い求めて、20余年。今も多くのお客さまにご愛顧いただいています。「おいしいしあわせ」を食卓へお届けしたい。世界にいいしあわせを。私たちは、マルハニチロです。

特集 「新中華街」シリーズ、ロングセラーの理由。
P11

中期4ヵ年経営計画「Challenge toward 2017」最終年度に向けて

“中期4ヵ年経営計画の利益目標を前倒しで達成。収益体質の確かな進化をグループ全体の「自信」に変えて計画の“総仕上げ”に取り組んでいきます。”

代表取締役社長
伊藤 滋

**安定した営業利益を創出する
“筋肉質な収益構造”への転換を進めています。**

当社グループが2014年度から推進する中期4ヵ年経営計画「Challenge toward 2017」(以降「中計」)は、その中間地点を折り返し、2016年度から後半に突入しました。“成長への挑戦”期間と位置づける後半2年の初年度であった2016年度は、「課題事業の改善」と「既存事業の収益力強化」をテーマに、さまざまな成長施策を推進しました。

「課題事業の改善」では、「加工事業」を中心に収益力の向上を図るべく業務改革を実践した結果、2016年度は飛躍的な改善をおこなうことができました。2017年度についても引き続き改善を進めてまいります。また「既存事業の収益力強化」では、「商事事業」における水産加工品の販売強化や、「漁業・養殖事業」における水産資源アクセスの強化、さらには国内の人口動態の変化をふまえた家庭用冷凍食品の新商品開発など、高付加価値ビジネスを通じた収益力の強化を図りました。

こうした取り組みの結果、営業利益263億円をはじめ利益面では、中計の目標値を1年前倒しで達成できました。なお、263億円という営業利益は、旧マルハニチロホールディングス時代を含め、過去最高の業績です。

グループ全体として、常時200億円を超える営業利益を創出する“筋肉質な収益構造”への転換が進んでいることに確かな手ごたえを感じています。

**“成長への挑戦”は、まだ“5~6合目”。
当社グループにはまだまだ“伸びしろ”があります。**

2017年度は、中計の最終年度、総仕上げの年にあたります。当初に掲げた目標達成に向けて、引き続き“成長への挑戦”に取り組んでいきます。2016年度は好業績をあげることができましたが、成長戦略の進捗状況としては、まだ“5~6合目”というのが私の実感です。“伸びしろ”は、まだまだあります。

具体的には、水産領域において、継続的に資源アクセスの強化を図りつつ、養殖事業の収益力の強化を図っていきます。特に完全養殖マグロ事業では、ブランド「BLUE CREST」を立ち上げ、商業出荷量の拡大を図りながら、これまで以上に収益性を高めていきます。一方、食品領域においては、加工食品・冷凍食品の生産性の強化を図りつつ、新商品開発に注力していきます。特に2017年4月に稼働を開始した新石巻工場は、今後の冷凍食品事業の成長ドライバーとなっていきます。

利益目標を前倒しで達成

(単位:億円)

	2015	2016	2017中計
売上高	8,848	8,733	9,000
営業利益	170	263	200
経常利益	171	279	190
海外法人 経常利益率(%)	40.3	31.5	25.0
有利子負債 残高	2,814	2,722	2,750
自己資本 比率(%)	17.5	20.1	20.0

そして2018年度からはじまる次期中期経営計画の策定にも着手しました。テーマは“収益力の向上”と“成長へのさらなる挑戦”です。この3年間で常時200億円を超える営業利益を創出する収益構造を構築しましたが、この収益レベルをさらに高い水準へとシフトさせていく計画を検討しています。

私たちマルハニチロはこれからも「世界に美味しいしあわせ」をお届けし続けることで、持続的に成長していく企業グループをめざしてまいります。



伊藤社長に聞く

“5つの質問”

Questions & Answers

中期4ヵ年経営計画

「Challenge toward 2017」の総仕上げへ。

好業績に終わった2016年度について、そして中期4ヵ年経営計画の最終年度を迎えた2017年度の展望について伊藤社長にそのポイントを聞きました。

Q1

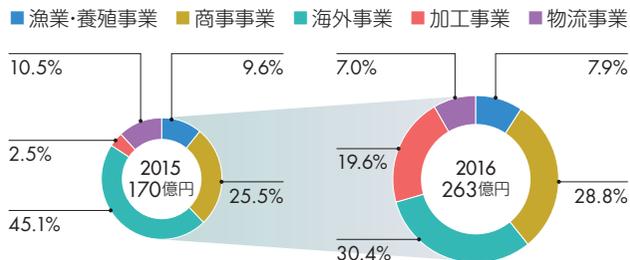
好業績に終わった2016年度ですが、改めて、その要因を教えてください。

A1

「加工事業」の収益性が大幅に改善。バランスの良い収益構造へのシフトが進んでいます。

好業績に繋がった大きな要因は、「課題事業の収益改善」、とりわけ「加工事業」の収益力の大幅な改善です。2015年度の当社グループの営業利益は、「漁業・養殖事業」「商事事業」「海外事業」の3事業で全体の約80%を創出する一方で、「加工事業」の比率は3%に満たず、収益構造に偏りがありました。2016年度は、「加工事業」の収益性が大きく改善し、営業利益全体に占める比率も約20%にまで拡大しました。今後、さらに「加工事業」の収益力の強化を図ることで、事業ポートフォリオバランスのとれた成長をめざしていきます。

事業別 営業利益比率



※5事業以外の数値を含んでいないため、100%にはなっていません。

Q2

中計の最終年度となる2017年度の見通しについて教えてください。

A2

2016年度に引き続き、中計より高い業績目標をめざします。

本中計では、売上高9,000億円、営業利益200億円という業績目標を掲げました。2016年度は、中計を上回る営業利益をあげることができましたが、2017年度は、「加工事業」の成長に期待が持てる一方で、世界的な水産資源需要の高まりを背景に魚価が高騰傾向にあり、原料コストの増加が見込まれます。よって、業績目標は売上高9,000億円、営業利益240億円とし、その確実な達成をめざします。そのうえで、引き続き“成長への挑戦”を通じた、安定収益基盤のさらなる強化に努めます。

売上高・営業利益推移



Q3

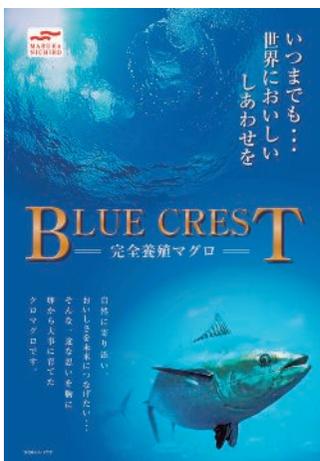
水産関連事業における
成長戦略を教えてください。

A3

「水産資源アクセスの強化」を
図りつつ、「養殖事業の
安定収益化」をめざします。

「漁業・養殖事業」「商事事業」「海外事業」の水産関連事業は、高い収益力をもつ当社の基幹事業です。世界的に水産資源需要が高まるなか、これらの事業は高い成長ポテンシャルを秘めています。当社は「水産資源アクセスの強化」と「養殖事業の安定収益化」を基軸に成長戦略を展開。「商事事業」では、水産物を調達・供給するのみならず、加工機能を活かした商品の高付加価値化を通じて「マルハニチロブランド」のプレゼンス向上を図っています。また「漁業・養殖事業」では、2015年度より出荷を開始した完全養殖マグロの商業出荷量の拡大を引き続き図っていきます。

完全養殖マグロのブランド
「BLUE CREST」

**Q4**

加工事業における
成長戦略を教えてください。

A4

「家庭用冷凍食品」領域における
「商品開発力の強化」です。

国内の冷凍食品市場は、毎年着実に伸長しています。その背景には、高齢化の進展や単身・小世帯の増加、女性の社会進出など、ライフスタイルの変化があります。当社グループもその市場ニーズにこたえるため、お客さまに選ばれる商品づくりをより強化し、「家庭用冷凍食品」のシェア拡大、冷凍食品市場トップシェアを確たるものとします。2017年4月より最新技術を結集した「新石巻工場」が稼働しました。グループの「生産性の強化」にも大いに貢献してくれるものと考えています。

2016年の
大ヒット商品
「炒飯の極み
[えび5目
XO醤]」



2017年4月より稼働した冷凍食品新工場「新石巻工場」

Q5

今後、中長期的に成長し続ける上での
重要課題・テーマを教えてください。

A5

企業の成長を支えるのは
何よりもまず「人材」です。

国内における労働人口が減少するなか、人材を確保し、育て、活かしていくことが今後の経営の重要課題です。

当社は、2017年4月に「ダイバーシティ推進室」を設置しました。働き方改革など多様な人材、多様なワーク・ライフスタイルを受容し、すべての従業員がいきいきと働き、能力を発揮できる職場環境づくりに努めています。また、女性従業員の活躍推進やグローバルビジネスを支える人材育成のための教育制度の充実化を図るなど、今後の成長を支える人材の育成に注力しています。



世界に おいしい しあわせを

世界中の“自然の恵み”を、世界中の食卓へお届けするために—マルハニチログループは水産物をコアに“安全・安心”な原料を買付け、価値あるものに加工・製品化して、販売するというグローバルなバリューチェーンを構築しています。

このバリューチェーンを生かし、グループの総合力を最大限に発揮していくために、事業持株会社であるマルハニチロ株式会社を中心に、グループ事業を11ユニットに分類し、統一的な戦略のもと、世界規模での収益拡大と事業価値の最大化を図っています。

今後もマルハニチログループは、ユニット制による事業推進力と、世界各地で調達から生産・加工、保管・輸送、販売までの一貫したバリューチェーンをもつ強みを生かし、市場変化に迅速に対応しながら、水産物サプライヤーとして、食品メーカーとして、「世界においしいしあわせを」お届けするための挑戦を続けていきます。

調達する

調達 国内外の漁業、クロマグロなどの養殖、世界各地からの買付などにより、水産資源を安定的に調達。また畜産品や農産物でも“安全・安心”なサプライチェーンを構築。多種多様な食材への「アクセス強化」を積極的に進めています。

漁業・養殖
事業



漁業・養殖
ユニット

海外事業



海外
ユニット



北米
ユニット

荷受・流通 国内水産物流通の要として、卸売市場で取引される水産物の市場内流通を担当。グループ内ネットワークの情報力を最大限活用し、顧客の細かなニーズに即応、さらに新商品や差別化商品を常に提案し続けて、市場内流通を活性化させています。

商事事業



水産商事
ユニット



畜産商事
ユニット



荷受
ユニット



業務用食品(商事)
ユニット



生産・加工する

保管・輸送する

食卓へ

安定した原材料調達力をベースに、冷凍食品や缶詰、フィッシュソーセージ、カップゼリーなど多様化する食のニーズにこたえるさまざまな加工食品を生産。水産物由来の「DHA」など、健康志向に対応した機能性素材も幅広く提供しています。

生産・加工した商品は“おいしさ”と“安全性”を確保した物流体制で全国にお届け。冷凍・冷蔵品の保管に欠かせない強力な冷蔵倉庫ネットワークを日本全国に整備。環境を重視した物流品質の向上との両立をめざし、さらなる強化を図ります。

グループが調達、生産・加工する多様な商品を小売店、外食店、中食など幅広いチャネルで販売。通販や介護食事業にも取り組んでいます。

加工事業

- 家庭用冷凍食品ユニット
- 家庭用加工食品ユニット
- 業務用食品(加工)ユニット
- 化成ユニット

海外事業

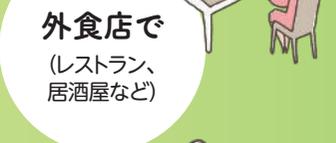
- 海外ユニット
- 北米ユニット

物流事業

- 物流ユニット

海外事業

- 海外ユニット

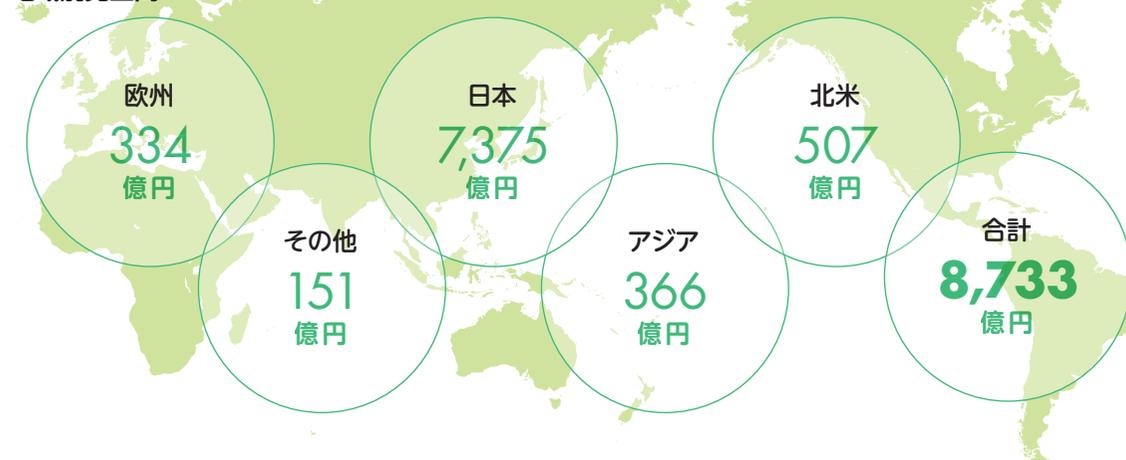


当期の経済は緩やかな回復基調で推移しましたが、海外経済の不確実性など国内経済を下振れさせるリスクがあり、依然として予断を許さない状況が続いています。個人消費は節約志向に加え、生活の質の向上を重視する選別消費の傾向が強まっています。

当社グループは、中期4か年経営計画「Challenge toward 2017 (2014-2017)」の後半2年のテーマに“成長への挑戦”を掲げ、持続的成長の実現と中長期の企業価値向上に向け、完全養殖マグロ事業の拡大、グローバル領域における収益拡大、新たな価値を提供する新商品の発売など「成長路線の遂行」に取り組んできました。

その結果、売上高は873,295百万円、営業利益は26,308百万円、経常利益は27,874百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は15,446百万円となりました。

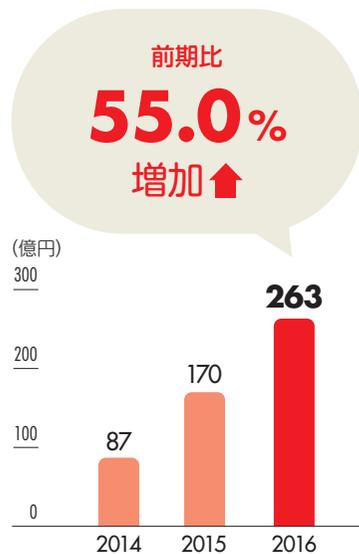
地域別売上高



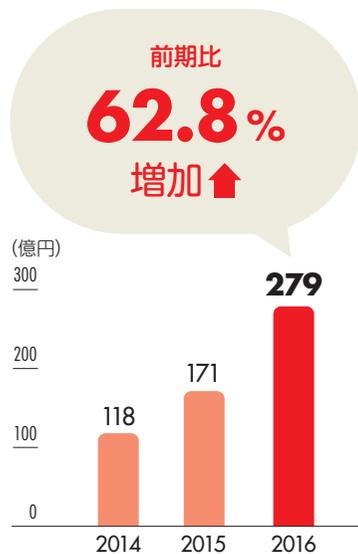
売上高



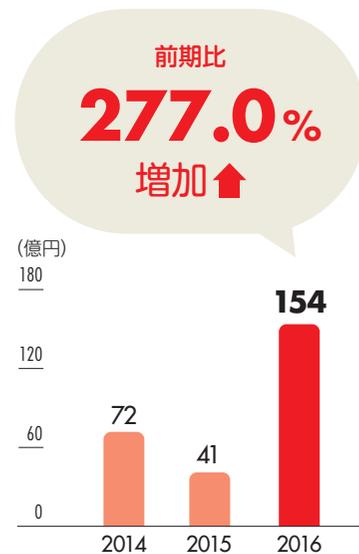
営業利益



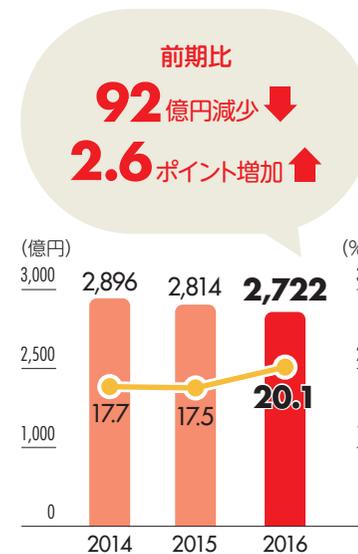
経常利益



親会社株主に帰属する
当期純利益



有利子負債残高 / 自己資本比率

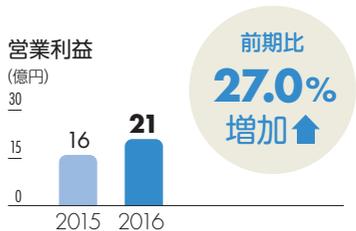


※業績推移の詳細な情報につきましては、下記URLをご覧ください。
[財務・業績情報] <http://www.maruha-nichiro.co.jp/ir/highlight>

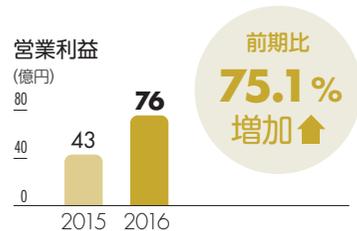
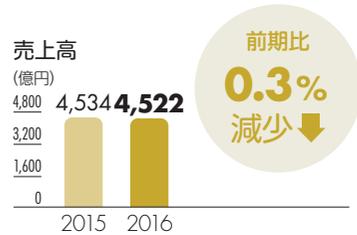
事業別の概況



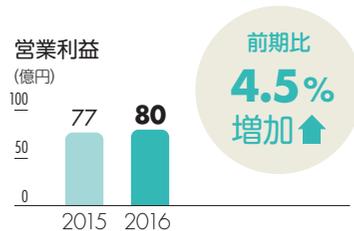
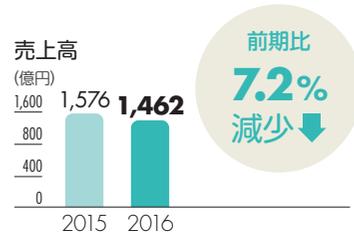
漁業・養殖事業は、国内外の水産資源の持続可能かつトレーサビリティの確保できる供給源として、効率的な操業により収益の確保に努めました。養殖事業では出荷減となったものの、漁業において漁獲好調により利益率が向上した結果、減収増益となりました。



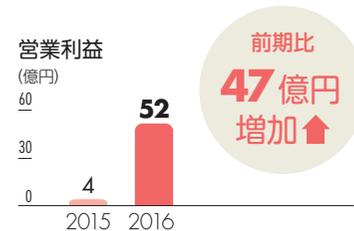
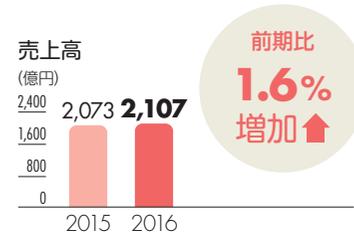
商事事業は、国内外の市場動向を注視しながらお客さまのニーズに対応した的確な買付販売と水産加工事業の強化により収益の確保に努めました。売上高は水産商事、業務(商事)が増収となったものの、荷受の販売減をカバーできず減収。営業利益は水産商事が円高による調達コスト減少の恩恵を受け増益となりました。



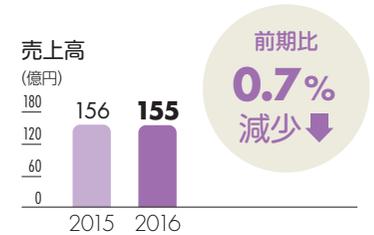
海外事業は、水産物と加工食品の世界的需要拡大に対応し、グローバル市場における収益確保に努めました。売上高は北米の米国産助子、ズワイガニの生産減、助宗フィレおよびすりみ単価の下落などにより減収。海外の欧米向けペットフードおよび豪州産メロの販売が堅調に推移したことなどにより増益となりました。



加工事業は、お客さまのニーズに対応する商品の開発・製造・販売を通じて収益の確保に努めました。売上高は家庭用冷凍食品の麺・米飯類の販売増など、業務(加工)のコンビニエンスストア、介護食の販売増などにより増収。営業利益は家庭用加工食品の缶詰販売価格の適正化などにより増益となりました。



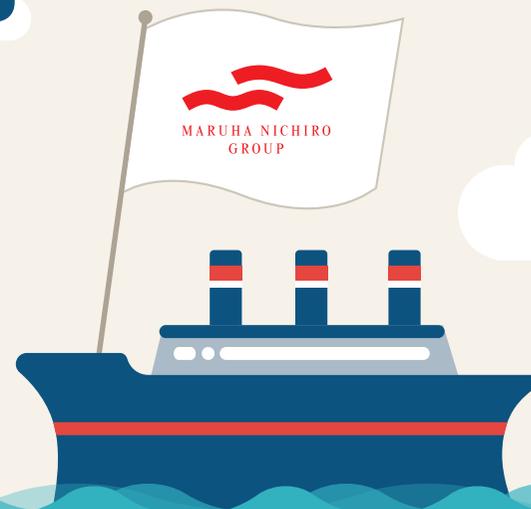
物流事業は、輸配送コストが高止まりするなか、安定的な車輛調達と取扱貨物の集荷拡大に努めました。システム関連費用や新センター稼働にともなう減価償却費の増加があったものの、輸配送事業の伸長および燃料費調整単価下落による動力費の減少の結果、減収増益となりました。



データで見るマルハニチロ

～高い調達力を誇るマルハニチロの水産物ビジネス～

日本が1年間に消費する食用水産物の総量は600万トン強とされています。
 これを人口1人当たりに換算すると約50kgとなり、日本人の魚食量は世界でもトップクラスです。
 マルハニチログループは、漁業、養殖、買付から生産・加工、販売まで、日本国内はもちろん、
 世界中に独自のネットワークを構築し、安全・安心な水産物を安定供給。世界最大規模、世界唯一の価値を提供する
 水産物サプライヤーとして、多種多様な水産物を年間約70万トン以上取り扱っています。
 本特集では、当社グループが取り扱う水産物のほんの一例を紹介します。



漁業

ニュージーランド
での漁獲枠



メロの漁獲枠



約7割[※]の
漁獲枠を保持

※南極海域におけるオーストラリア
排他的経済水域の漁獲枠

漁業海域

漁業海域

南極大陸

外資企業で
唯一漁獲枠を
保持

養殖

※2016年1月～12月累計

年間約
3,400トン

国内シェア
25%

クロマグロ
生産量



カンパチ
生産量



年間約
900トン

国内シェア

11%

海外の主な漁業/買付/生産・加工拠点

● 駐在員事務所・海外法人



国内の主な養殖拠点



買付

※2016年1月～12月累計

年間約
34,000トン

国内シェア
15%

えび輸入量



タコ(西アフリカ産)
輸入量



年間約
7,500トン

国内シェア
25%

生産・加工

※シェアの数値は自社調べ、無断転載を禁じます。

※2016年1月～12月累計

年間約
329,000トン

全米シェア
27%

スケソウダラの
漁獲量



年間約
8,200トン

全米シェア
30%

カニ類の漁獲量



漁獲した水産物は加工し、北米、欧州、日本向けに販売されます。



特集 2

マルハニチロを代表するロングセラー

「新中華街」シリーズ、 ロングセラーの理由。

本格中華の味を追求した、冷凍食品「新中華街」シリーズは、長きにわたって

多くのお客さまにご愛顧いただいています。

マルハニチロを代表する「新中華街」シリーズ。

ロングセラー商品となった、その理由にせまります。



お客さまの声をもとに

“家庭で味わえる本格中華”を追求

女性の社会進出や核家族化が進むなど、ライフスタイルが大きく変化した80年代から90年代。短時間で調理でき、手軽に食卓に彩りを加えることができる冷凍食品の市場は、一貫して大きな伸びを示してきました。こうしたなか、1995年マルハニチロはこの分野におけるいっそうの成長をめざして、「いま本当に求められている冷凍食品」というテーマでお客さまの声を直接お聞きし分析。その結果、「調理がかんたん」「家庭でつくりにくいもの」などの回答に加え、「味が本格的」「家庭で出せない味」という新たなキーワードに気づきました。この新たなニーズにこたえるために、商品開発スタッフは、東京・赤坂の「赤坂璃宮」オーナーシェフ・譚彦彬氏に共同開発を依頼。「赤坂璃宮」は、厳選した素材の味を最大限に引き出し、限りなく本場に近い広東料理にこだわって多くのファンを魅了している名店。まさに、お客さまのニーズにぴったりのパートナーです。

開発テーマは、譚オーナーシェフが厨房で一品一品つくる味や風味を、食品工場で作る冷凍食品としていかに忠実に“再現”できるか。食材の量や調理器具が異なるなか、数々の試行錯誤を余儀なくされましたが、1995年に「新中華街」シリーズとして「あら挽き肉しゅうまい」と「たけのことしい

たけのシューマイ)を発売。この2品は「お店の味が家庭で味わえる」と好評を博し、現在も販売が続くロングセラー商品となりました。また、1997年には本格的な具材つきにこだわって開発した中華麺「えび広東^{ロウソウ}麵」「肉絲麵」を、翌1998年には「横浜あんかけラーメン」を発売。2015年秋にはシリーズ発売20周年を迎え、既存品の味をさらに改良、パッケージのリニューアルをおこないました。

常識にとらわれずにチャレンジし続ける

20年もの間、「新中華街」シリーズが多くのお客さまに支持されている理由。それは、“家庭で味わえる本格中華”というコンセプトにこだわり、常識にとらわれずに本格的な味を追求してきた飽くなきチャレンジ精神にあります。たとえば、「横浜あんかけラーメン」は、野菜のシャキシャキ感、麺のシコシコ感を残すための改良や、手鍋で調理しやすいように麺をコンパクトなかたちにするなどの改良を重ね、マルハニチロを代表する人気商品となりました。また、「あおり炒めの焼豚炒飯」は、パラッとふっくら、香ばしく仕上げた本格炒飯をめざして世界に1台しかない炒飯製造機を開発し生産しています。

マルハニチロはこれからもお客さまの期待を超える商品の実現をめざして、「新中華街」シリーズのラインアップの拡充やさらなる改良に取り組んでいきます。

「新中華街」シリーズ新CM 春風亭昇太さんの美味な一席

2017年2月、「新中華街」シリーズ新CMに、日本テレビ「笑点」6代目司会者・春風亭昇太さんが出演。「炒飯の極み[えび五目XO醬]」「(感極まる)篇」、「あおり炒めの焼豚炒飯」「(弟子に振る舞う)篇」、「横浜あんかけラーメン」「(落語)篇」の3パターンがオンエアされました。「新中華街」シリーズのおいしさを、昇太さんが感極まった表情や落語の所作などで余すことなく表現。落語家ならではの軽妙洒落な芸で魅せるCMは一見の価値あり。ぜひご覧ください。



撮影衣装の羽織と着物はすべて昇太さんの私物をご用意いただきました!



※CM動画は、マルハニチロチャンネル(http://www.maruha-nichiro.co.jp/news_center/channel/index.html)からご覧ください。



「新中華街」シリーズについて

中華の定番——炒飯、中華麺、焼売などをバラエティ豊かにラインアップ。お好みの一品をお選びください。



炒飯の極み
[えび五目XO醬]



あおり炒めの焼豚炒飯



横浜あんかけラーメン



五目あんかけ焼そば



酸辣湯麺



あら挽き肉しゅうまい



たけのこしいだけ
のシューマイ



本格紅ずわいがに
シューマイ



九州産黒豚肉焼売

新商品情報

2017年の新商品から注目アイテムをピックアップ!

HOT or COOL

汁なし担々麺

市販用
冷凍食品
あけぼのブランド

その日の気分で温冷どちらでも!
調理が選べる新しい麺シリーズ

お好みに合わせて“温”と“冷”の2通りの仕上がりが選べる「HOT or COOL」シリーズが新登場です。温かく食べる場合はレンジで、冷たく食べる場合は流水解凍でかんたんに調理できます。山椒のしびれとジャンキーな旨さがクセになる味わいに仕立てました。「台湾ませそば」も同時発売中です。



台湾ませそば



フィッシュソーセージ

もちっとおいしい おさかなソーセージ

無添加でしかも健康成分を配合
フィッシュソーセージのおいしい仲間

ダイエットや老化防止に効果があると言われている「玄米」と腸内環境改善に効果があると言われている「食物繊維」を配合した、新しい食感のおさかなソーセージです。発色剤や保存料は使用していません。グルテン無配合。“もちっ”とした新しい食感をぜひお試しください。

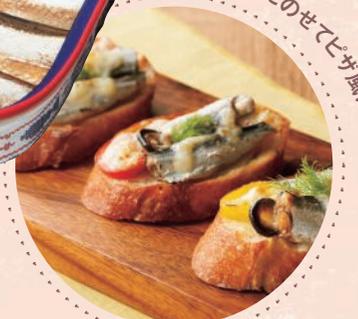
テティ
TETTY

オイルサーディン ひまわり油漬

缶詰

オシャレなパッケージが魅力
おいしい料理がかんたんに

バルト海産ブリスリング種のいわしを使用し、クセのないひまわり油と食塩のみで素材の味を引き出しました。新「TETTY」シリーズはヨーロッパ現地生産、デザインにもこだわった商品。パンやパスタなどと合わせるだけでおいしい料理がかんたんにできます。バゲットの上へのせ、ピザ風にするのがおすすめです。



バゲットの上へのせてピザ風に

至福の一皿 地中海風パエリア

ロングライフ
チルド惣菜

上品で深みのある味わい
プロの上質な一皿をご家庭で

この春パッケージを一新し、新シリーズ「至福の一皿」を立上げ！トマトベースに魚介の旨みがギュッと溶けこんだスープで生米から具材と炊き上げ、地中海風に仕上げました。ご家庭では再現しにくい上質な一皿が、レンジ調理約2分でかんたんにおいしく召し上がれる自信作です。



夏季限定メニューも好評発売中です！

ジャンバラヤ
ーケイジャン風
チキンピラフー



夏野菜のトマト煮込み
ーラタトゥイユ ベンネ添えー



若鶏のトムヤムスープ
ートムヤムガイー



※ロングライフチルド惣菜の発売エリアは、東北、関東、甲信越、東海、近畿となっております。



うす焼きピッツァ 濃厚チーズ

市販用
冷凍食品
アクリアブランド

チーズ好きも大満足！
うす焼きピッツァを
食卓に

チーズ総消費量が過去最高に。高まるチーズ人気のなか、お客さまのご期待におこたえて濃厚チーズピッツァが新登場。両面こんがり焼き製法で、さっくり軽い食感の生地が特長のローマ風のうす焼きピッツァです。モzzarella、ゴーダなど6種のチーズを使用し濃厚な味わいに仕上げています。



愛媛県産伊予柑
徳島県産すだち果汁仕立て



フルティシエ 日本プレミアム 九州産甘夏

カップゼリー

宮崎県産日向夏果汁仕立て

「日本のおいしい」くだもの2種の
果実と果汁の組み合わせ

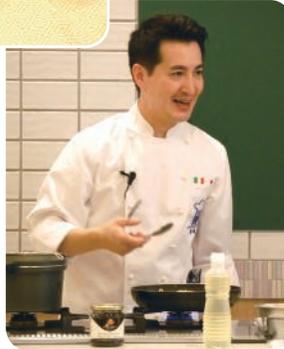
日本各地のおいしい果実と果汁を組み合わせ、果実と果汁にこだわったプレミアムなカップゼリーです。九州産の「甘夏」果肉と宮崎県産の「日向夏」果汁を使用しました。九州のおいしい「2種類のくだもの」の組み合わせをお楽しみください。同シリーズ「愛媛県産伊予柑 徳島県産すだち果汁仕立て」も好評発売中です。

社会貢献活動

食材としての水産物の魅力を伝える食育活動

「～おいしいしあわせ～ とっておきのお魚弁当教室」を開催

食材としての水産物の魅力を伝える食育活動の一環として、有名シェフや料理研究家が考案した“手軽に買える水産物”を使ったオリジナルレシピを紹介するお弁当教室を定期的に開催しています。2016年度は、「えび」「ししゃも」「たらこ」をテーマに、国内4カ所(名古屋、金沢、大阪、広島)で開催しました。



「サケの一生」を題材に理科を学ぶおもしろさを伝える

「理科実験授業」を開催

“理科のおもしろさ”を子どもたちに伝えていくために、小学生を対象とした「理科実験授業」を2008年より毎年、夏休みに開催しています。授業では、中央研究所所員が講師となり、「サケの一生」を題材に、DNA抽出実験などを交えながら、生命科学の奥深さ、生き物(=いのち)を育む自然の大切さを教えています。



楽しみながら、学べるエコイベント

「MOTTAINAIキッズ フェスティバル」に協賛・参加

環境3R*+R(リスペクト)をひとことで表す日本語「もったいない」。日本固有のこの価値観を子どもたちに伝え、自然環境やモノを大切にすることを育む「MOTTAINAIキッズフェスティバル」に2012年から協賛しています。2016年度は「イオンモール沖縄ライカム」で開催されたイベントに協賛・参加。多くの来場者で賑わいました。

※環境3R:Reduce(ゴミの削減)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化)



マグロを直に見て、 触り、解体しながら、その生態を学ぶ

「親子マグロ料理教室」を開催

多くの人々に親しまれている「マグロ」を題材にした料理教室を毎年開催しています。2012年度に始まったこのイベントでは、マグロを見て、触り、そして解体しながら、その生態を学び、そして最後においしくいただきます。2016年度は、小学4年生から高校1年生までのお子さまとその保護者の12組24名にご参加いただきました。

「アマモ場」の再生を通じて 東京湾の環境を改善

「東京湾UMIプロジェクト」 への参画

海藻の一種である「アマモ」は、海の水質浄化やCO₂吸収に役立つほか、“海洋生物の棲家”としての役割を果たします。マルハニチロでは、減少しつつある東京湾のアマモ場の再生を通じて環境改善に取り組む「東京湾UMIプロジェクト」に、2015年から参加・協力しています。2016年度は「アマモの苗床作り」にも参加しました。



※そのほかにも、マルハニチログループは、全国各地でさまざまな支援活動やイベントに参加しています。詳細は、マルハニチロWebサイト 社会・環境サイトをご覧ください。

冷凍食品事業の最新鋭基幹工場 新石巻工場稼働開始

当社グループ冷凍食品事業の基幹工場となる「新石巻工場」が、2017年4月から稼働を開始いたしました。新工場は、生産性向上のための省人化設備や、省エネルギー対応システムなどが導入され、フードディフェンスにも対応した最新鋭の工場です。

当社グループが成長分野と位置づける冷凍食品事業の生産・供給体制を強化し、グループ全体での最適生産体制によって事業のさらなる拡大を図ってまいります。また、安全・安心な製品を引き続きお客さまにお届けすることをめざすとともに、地域自治体や近隣企業との連携のもと、東北エリアの発展と安定雇用の促進に尽力してまいります。



マルハニチロ直営3工場が 食品安全マネジメント規格 FSSC22000認証取得

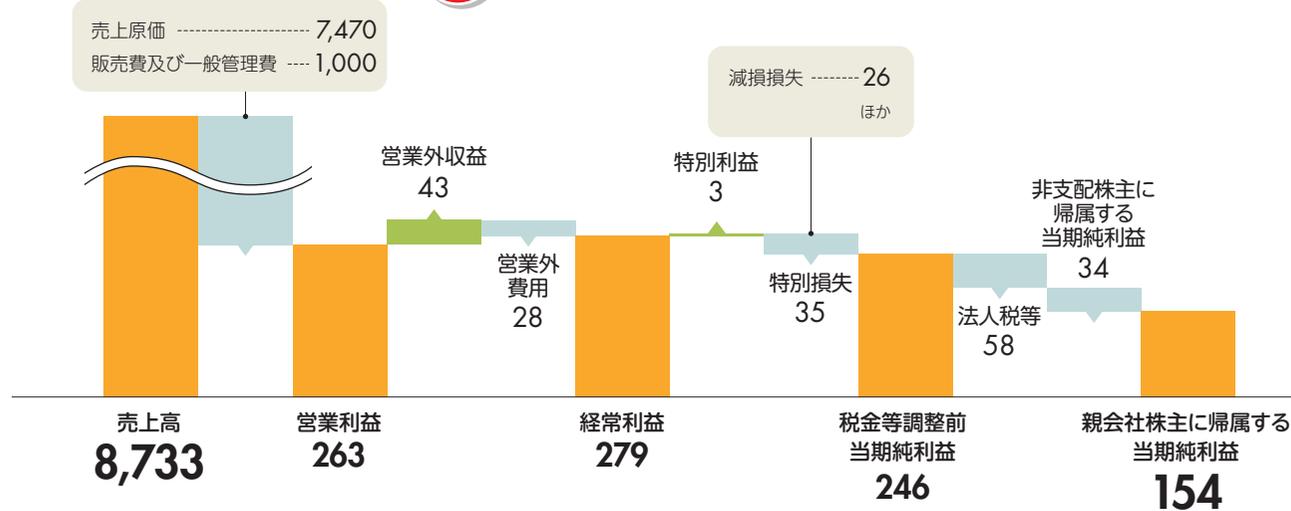
2016年の群馬工場に加え、直営3工場(大江工場、宇都宮工場、広島工場)で、FSSC22000*(食品安全管理システム)の認証を取得しました。今後は全直営工場において2017年度中の認証取得をめざし、これまで以上に商品の安全・安心に取り組むとともに、品質の向上に努めてまいります。



※FSSC22000:GFSI(Global Food Safety Initiative 国際食品安全イニシアチブ)により承認された食品安全認証スキームの1つであり、食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO22000にTS22002-1という食品衛生管理基準を追加したもの

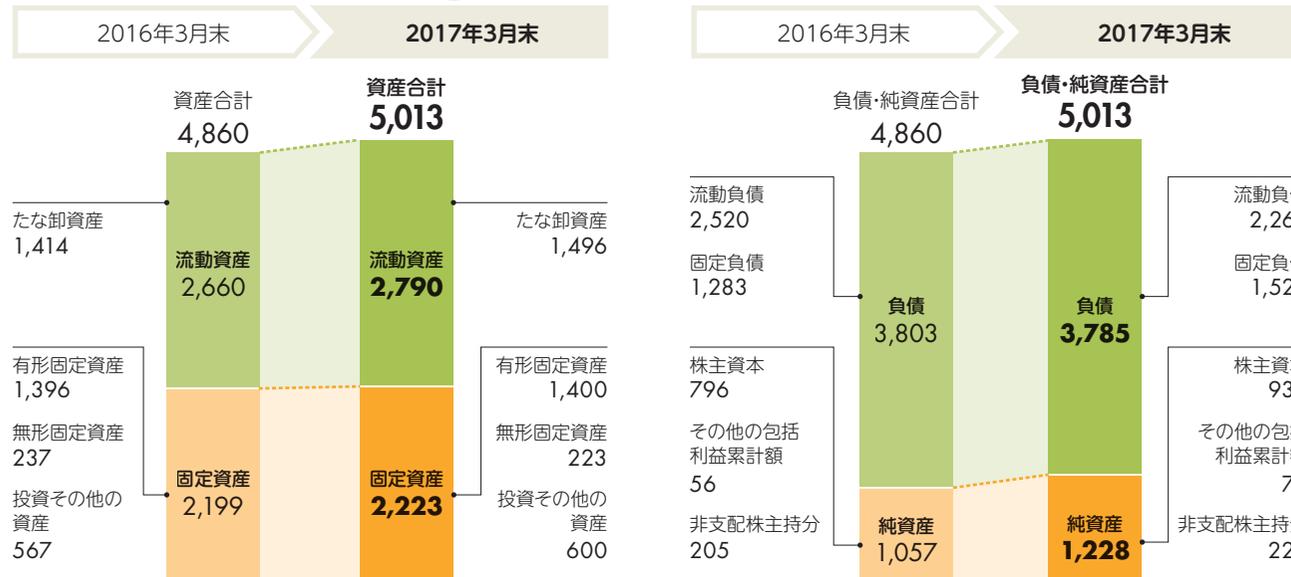
連結損益計算書の概要(単位:億円)

Point 1



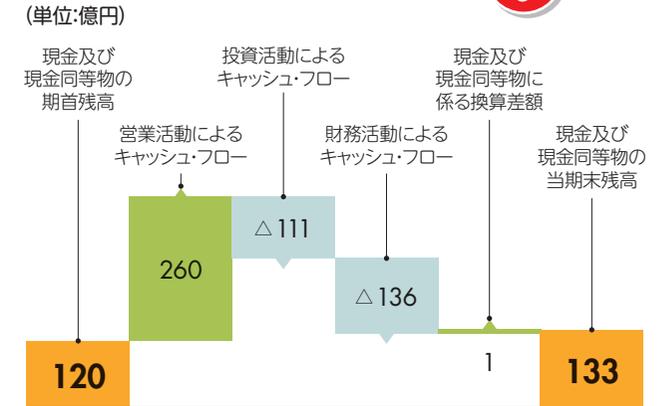
連結貸借対照表の概要(単位:億円)

Point 2



連結キャッシュ・フロー計算書の概要

Point 3



財務報告のPoint

Point 1 連結損益計算書

販売および加工、製造の強化に注力し売上高は8,733億円、商事事業の業績好調などにより営業利益は263億円、経常利益は279億円、不採算事業の設備、土地などの減損損失を計上した結果、親会社株主に帰属する当期純利益は154億円となりました。

Point 2 連結貸借対照表

総資産は主にたな卸資産および投資有価証券の増加により前期末に比べ153億円増加し5,013億円、負債は主に借入金の減少により前期末に比べ18億円減少し3,785億円となりました。

Point 3 連結キャッシュ・フロー計算書

営業活動の結果得られた資金は260億円、投資活動の結果使用した資金は、主に設備投資により111億円、財務活動の結果使用した資金は、主に借入金の返済により136億円となりました。現金及び現金同等物の期末残高は133億円、前期末に比べ13億円増加しました。

会社概要 (2017年3月31日現在)

会社名	マルハニチロ株式会社
所在地	東京都江東区豊洲3-2-20
設立	1943年3月
資本金	200億円
グループ会社	<p>153社(国内74社、海外79社)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 連結子会社 76社 ● 非連結子会社 22社 (うち持分法適用会社2社) ● 関連会社 55社 (うち持分法適用会社23社) <p>大都魚類、神港魚類、ヤヨイサンフーズ、大洋エーアンドエフ、マルハニチロ物流、ウェストワードシーフーズ、ピーターパンシーフーズ、キングフィッシャーホールディングス、その他</p>

役員体制 (2017年6月28日現在)

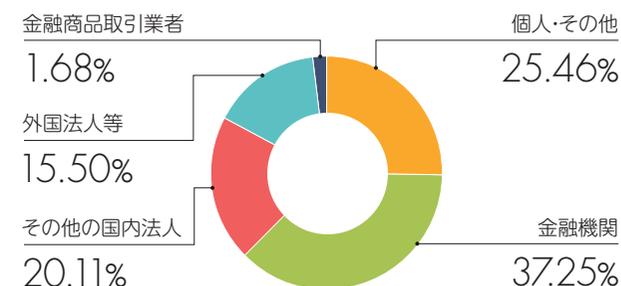
※1 社外役員
※2 独立役員

役職	氏名
代表取締役社長	伊藤 滋
代表取締役 専務執行役員	米岡 潤一郎
取締役 専務執行役員	渡辺 淳
取締役 専務執行役員	押久保 直樹
取締役 専務執行役員	中島 昌之
取締役 常務執行役員	岡本 伸孝
取締役 常務執行役員	田島 正人
取締役 常務執行役員	池見 賢
取締役(非常勤) ※1 ※2	中部 由郎
取締役(非常勤) ※1 ※2	飯村 北
常任監査役 ※1	川村 融
常任監査役 ※1	清水 裕之
常任監査役 ※1	岩渕 毅
監査役	吉田 昌志
監査役(非常勤) ※1 ※2	兼山 嘉人

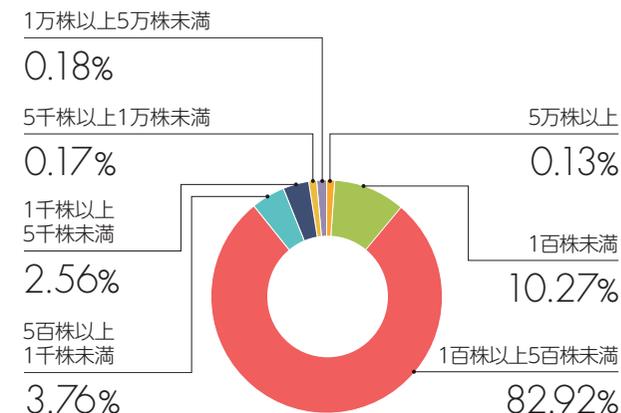
株式の状況 (2017年3月31日現在)

発行可能株式総数	普通株式	118,957,000株
発行済株式の総数	普通株式	52,656,910株
株主数	普通株式	72,497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 公告して定めた日
株主名簿管理人・特別 口座の口座管理機関	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
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 http://www.maruha-nichiro.co.jp/ (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

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種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、上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。

株式に関するお手続き窓口

特別口座に記録された株式

お手続き、ご照会等の内容	お問い合わせ先
<ul style="list-style-type: none"> 特別口座から一般口座への振替請求 単元未満株式の買取(買増)請求 住所・氏名等のご変更 特別口座の残高照会 配当金の受領方法の指定* 	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) 【お手続き書類のご請求方法】 ▶ 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 http://www.tr.mufg.jp/daikou/
<ul style="list-style-type: none"> 郵送物等の発送と返戻に関するご照会 支払期間経過後の配当金に関するご照会 株式事務に関する一般的なお問い合わせ 	株主名簿管理人

*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お選びいただけません。

証券会社等の口座に記録された株式

お手続き、ご照会等の内容	お問い合わせ先
<ul style="list-style-type: none"> 郵送物等の発送と返戻に関するご照会 支払期間経過後の配当金に関するご照会 株式事務に関する一般的なお問い合わせ 	株主名簿管理人
<ul style="list-style-type: none"> 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。

株主優待

当社では、株主の皆さま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1百株(1単元)以上を保有していただいている普通株主の皆さまを対象として、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の無償提供を行います。

表紙の商品について

「炒飯の極み[えび五目XO醬]」

赤坂璃宮オーナーシェフ譚 彦彬氏監修の炒飯です。XO醬とえび香味オイルで本格中華の味を再現。高温・短時間でおりながら炒めることでパラッと香ばしく仕上げました。

生産工場
マルハニチロ(株) 大江工場(山形県)



世界に美味しいしあわせを
マルハニチロ株式会社

〒135-8608 東京都江東区豊洲三丁目2番20号
TEL: 03-6833-0826 FAX: 03-6833-0506



マルハニチロ「株主・投資家情報」サイトのご案内
詳細な情報につきましては、以下URLをご覧ください。
<http://www.maruha-nichiro.co.jp/ir/>