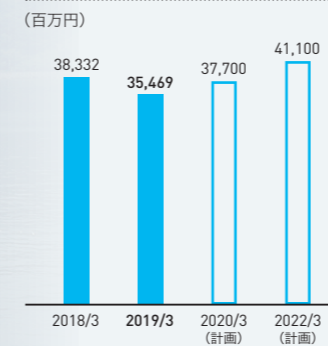


セグメント別概況

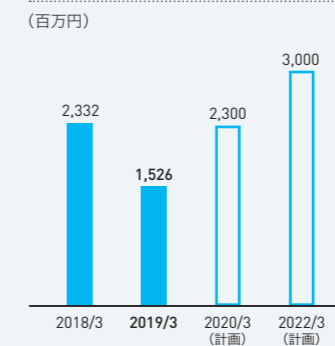
漁業・養殖セグメント



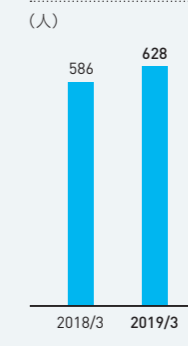
売上高



営業利益



従業員数



主なグループ会社

大洋エーアンドエフ株式会社
 株式会社アクアファーム
 株式会社桜島養魚
 有限会社玄海養魚
 有限会社奄美養魚
 有限会社熊野養魚
 株式会社串本マリンファーム
 株式会社下関漁業
 株式会社マルハニチロ上ノ国海産
 石巻漁業株式会社
 Taiyo Namibia (Pty) Ltd.
 Sakana del Peru S.A.
 Taiyo Micronesia Corporation
 青島多福康食品有限公司

2019年3月期の業績

国内外の水産資源の持続可能性とトレーサビリティを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が、度重なる台風の影響等による養殖クロマグロの出荷減により減収となりました。また、マグロ・カツオの魚価安により利益率が低下した結果、漁業・養殖事業の売上高は35,469百万円(前期比7.5%減)、営業利益は1,526百万円(前期比34.6%減)となりました。

2020年3月期の計画

漁業・養殖セグメントは、22億円の増収、8億円の増益を計画しています。増収の主な部分は、養殖クロマグロの増産分です。2019年3月期は、台風が重なったことなどから、水揚げや配送に影響が出たため、出荷量を落としました。2020年3月期は約700トンの増産を見込んでいます。増益は、海外まき網漁業を中心とする漁業の効率アップ、養殖クロマグロの増産、養殖カンパチ・ブリの増益を見込んでいます。

TOPICS

(株)アクアファームがブリの「ASC養殖場認証」を取得

2018年4月、(株)アクアファームがブリの養殖においてASC認証[※]を取得しました。これにより同社でのブリ養殖は、技術・環境保全、従業員労働環境においてグローバルスタンダードとなり、国内での販売に加え、海外への輸出を視野に生産を行っていきます。

今後同社では、さらなる飼料の改善・環境への配慮を行うことで、よりおいしいブリを国内外のお客さまに提供していきます。

※ ASC 認証：ASC (Aquaculture Stewardship Council、水産養殖管理協議会)による、養殖業に対する認証制度。環境と人にやさしい責任ある養殖業で生産された水産物に認められる証。



ASC 認証を取得したブリ「アリキ」

中期経営計画「Innovation toward 2021」のポイント

1. 水産資源アクセスを最大限に生かしたバリューチェーンの再構築

- 新規養殖場の確保による養殖事業の拡大
- 漁業権の追加取得

2. 中長期的な成長領域への先行投資

- 操業船の更新
- 完全養殖技術の拡大

施策

- 漁業：NAFO 海域、SIOFA 海域漁業権追加取得 (2020年3月期操業開始) 南極海メロ操業船更新による増産 (2020年4月操業開始予定)
- 養殖：クロマグロ増産
ブリ・カンパチへの完全養殖導入、養殖魚の種類拡大

事業戦略の進捗

日本が国として保有している公海漁場につき、国際管理団体であるNAFO^{※1}およびSIOFA^{※2}で新たな漁業権を、日本の漁業会社から継承しました。世界的に高値で取引される魚種が多い漁獲エリアの漁業権であるため、増収益が期待できると考えています。当社グループは、南極海域で日本が保有するメロの漁獲枠を唯一利用しており、2020年には引き続き操業船を高性能の新船に更新し、漁獲量を増やす計画です。

養殖事業では、クロマグロで確立した完全養殖技術を他魚種にも応用し、時期や量を供給面でコントロールし、収益向上に努めます。さらに、今後漁業法改正により、新設養殖場確保の可能性が高まってくると見込まれることから、国内養殖事業の拡大を図っていきます。

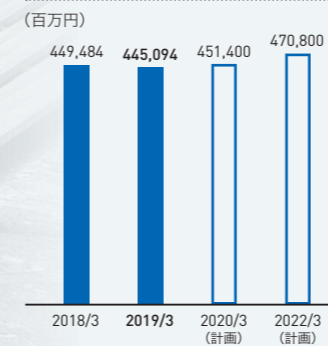
※1 NAFO: Northwest Atlantic Fisheries Organization (北西大西洋漁業機関)：カナダ東岸の公海漁場を管理する地域漁業管理機関。日本、カナダ、キューバ、デンマーク、EU、フランス、アイスランド、韓国、ノルウェー、ロシア、ウクライナ、米国が加盟。日本船の漁獲対象は、カラスガレイやアカウオ。
 ※2 SIOFA: Southern Indian Ocean Fisheries Agreement (南インド洋漁業協定)：南インド洋の公海漁場を管理する地域漁業管理機関。日本、韓国、タイ、台湾、オーストラリア、フランス(海外領土)、モーリシャス、セーシェル、クック諸島、EUが加盟。漁獲対象は、キンメダイ、メロ、オレンジラフィアなど。

セグメント別概況

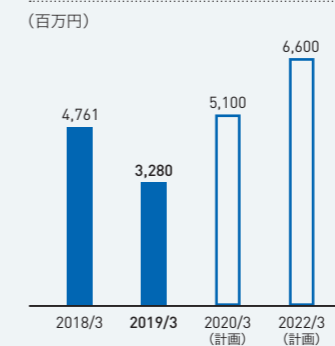
商事セグメント



売上高



営業利益



従業員数



主なグループ会社

- 水産商事ユニット**
 広洋水産株式会社
 琉球大洋株式会社
 瑪魯哈(上海)貿易有限公司
 Bengal Fisheries Ltd.
- 荷受ユニット**
 大都魚類株式会社
 船橋魚市株式会社
 大東魚類株式会社
 名北魚市場株式会社
 大京魚類株式会社
 神港魚類株式会社
 観音寺海産株式会社
 境港魚市場株式会社
 株式会社マルハ九州魚市ホールディングス
 九州魚市株式会社
 九州中央魚市株式会社
 株式会社別府魚市
 株式会社グイトウフーズ
- 畜産商事ユニット**
 Maruha Nichiro Meat and Products USA, Inc.
 アークランドマルハイム株式会社

2019年3月期の業績

水産商事ユニットは、主要魚種の多くが高値圏にある中、売上高は増加しましたが、世界的な魚価高による調達コスト増加の影響もあり、減益となりました。

荷受ユニットは、台風の来襲など夏場に天候不順が続き、鮮魚の取扱高が減り、また冷凍魚の魚価高を売価に転嫁できず、減収減益となりました。

畜産商事ユニットは、鶏肉・豚肉の取り扱いが減少、また牛肉・鶏肉の利益率が低下したことにより、減収減益となりました。

以上の結果、商事事業の売上高は445,094百万円(前期比1.0%減)、営業利益は3,280百万円(前期比31.1%減)となりました。

2020年3月期の計画

水産商事ユニットは、世界的に水産物相場の高い状況が続く中、仕入れコストも上昇傾向にあり、引き続き難しい事業環境にあります。2020年3月期は、エビやタコなどの価格が2019年3月期に比べ落ち着いているため、環境の好転をしっかりと利益につなげるよう努めます。また、人手不足という国内事情に合わせ、引き続き加工度を高めた商品提供に努め、この事業の規模と内容を充実させていきます。

荷受ユニットは、台風などの一過性要因を除き、本来の取り扱い水準を目標値として設定しました。中長期的には卸売市場という枠にとらわれず、加工・物流等、より広い役割を担うことで、水産物流通のなかで存在感を高めていきます。

畜産商事ユニットは、豚コレラの影響による世界的な畜肉市場の激変に対し、柔軟に対応しながら本来の利益水準を確保します。

中期経営計画「Innovation toward 2021」のポイント

1. 水産資源アクセスを最大限に生かしたバリューチェーンの再構築

- 加工度を高めた付加価値商材の開発、ブランド化
- 国内水産加工拠点の再編、拡充

2. 国内外における水産事業バリューチェーンへの投資

- 新たな水産資源アクセスの獲得
- 既存水産資源アクセスの価値最大化
- 加工・販売事業の展開強化

施策

- 水産商事：付加価値製品拡大
- 畜産商事：北米畜産加工品製造・販売合併会社設立(2018年11月稼働)
食肉需要増への対応による業容拡大

事業戦略の進捗

商事セグメントでは、水産物においては引き続き加工度を高めたアイテムを増やし、人手不足を背景とする日本国内のニーズに対応し、業容拡大を図ります。畜産物は、日本国内で増加している食肉需要に対応しつつ、拡大する北米マーケットでも、畜肉加工品を製造・販売すべく、合併会社を設立しました。

TOPICS

国内初、ASC認証アサリ製品の取り扱いを開始

マルハニチロ(株)は2018年3月期より、日本国内で初めてASC認証のアサリ製品の取り扱いを開始しました。当社のアサリ製品の供給元である中国企業が、2018年2月、同社の生産するアサリについて中国初のASC認証を取得したことを受けて、当社としてもASC認証アサリ製品を輸入・販売・二次加工を行う上で必要な手続きを整えました。

世界的にアサリの需要が増大しているため、有望な資源である中国産アサリをめぐる、さらなる世界需要の増大と買付競争の激化が想定されますが、マルハニチロ(株)は今後、適切に資源管理された中国産アサリを国内外へ安定供給していきます。



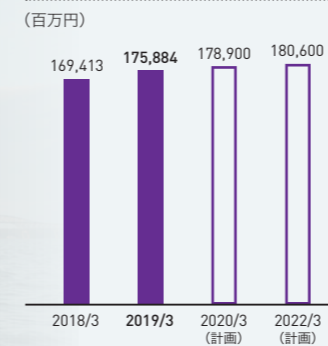
ASC認証を取得したアサリ製品

セグメント別概況

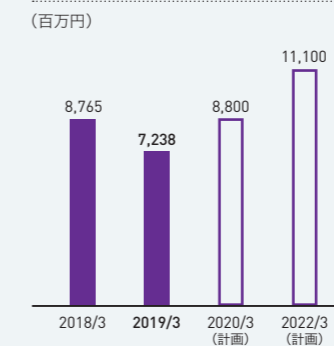
海外セグメント



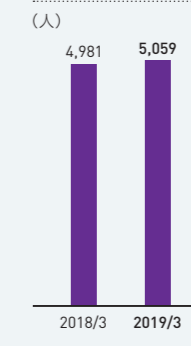
売上高



営業利益



従業員数



主なグループ会社

海外ユニット

Kingfisher Holdings Ltd.
KF Foods Ltd.
Southeast Asian Packaging And Canning Ltd.
Maruha Holdings (Thailand) Co., Ltd.
Maruha Nichiro (Thailand) Co., Ltd.
JPK Cold Storage Co., Ltd.
浙江興業集团有限公司
煙台日魯大食品有限公司
Maruha (N.Z.) Corporation Ltd.
Austral Fisheries Pty Ltd.

北米ユニット

マルハニチロシーフーズ株式会社
株式会社大洋食品
Maruha Capital Investment, Inc.
Westward Seafoods, Inc.
Alyeska Seafoods, Inc.
Premier Pacific Seafoods, Inc.
Peter Pan Seafoods, Inc.
Trans-Ocean Products, Inc.
Seafood Connection Holding B.V.

2019年3月期の業績

海外ユニットは、タイでのペットフード事業、ニュージーランドでの操業漁船の追加が売上増に寄与したものの、ニュージーランド・オーストラリアにて主要魚種の漁獲が振るわず、また、タイでは主要輸出品のエビが他輸出国との競合にさらされた結果、増収減益でした。

北米ユニットは、スケソウダラのすりみやフィレの効率的な生産と日欧米主体の順調な販売、およびエビ・タコなどの欧州での販売拡大などにより増収でしたが、アラスカのマス不漁による冷凍品・缶詰等の大幅減産と魚価高騰に加え、為替変動もあり減益となりました。

以上の結果、海外事業の売上高は175,884百万円(前期比3.8%増)、営業利益は7,238百万円(前期比17.4%減)となりました。

2020年3月期の計画

海外ユニットでは、タイのペットフードの注文増が継続しています。ニュージーランドの漁業は、2017年10月に操業船を1隻増やし2隻体制となったものの、年間を通じての操業ができませんでした。今期は安定操業を計画しています。オーストラリアの漁業は、当期主力のメロが不漁となりましたが、2020年3月期は漁獲枠を100%利用する計画です。タイの冷凍食品は、コンビニエンスストアや外食向けに高付加価値商品を充実させ、原材料・人件費などのコスト増に対応していきます。

北米ユニットは、スケソウダラ関連商材の事業環境は引き続き順調に推移すると予想され、ヨーロッパの販売会社の売上増、アラスカのサケ・マス加工で増収増益を計画しています。ヨーロッパの販売会社については、2019年3月にスペインの水産物販売会社への出資が完了し、南欧での販売拡大のドライブとなります。次期はアラスカのマスが豊漁年と想定されており、原料コストの低下と利益商材の増産が期待されます。

中期経営計画「Innovation toward 2021」のポイント

1. 水産資源アクセスを最大限に生かしたバリューチェーンの再構築

- 事業・組織を横断した戦略立案・実行のための体制整備
- グローバル領域において資源アクセス、生産加工、販売の機能展開を確立
⇒海外セグメント営業利益CAGR10%をめざす

2. 国内外における水産事業バリューチェーンへの投資

- 新たな水産資源アクセスの獲得
- 既存水産資源アクセスの価値最大化
- 加工・販売事業の展開強化

施策

- タイ ペットフード事業：増大する需要への対応
- ニュージーランド漁業：資源アクセス有効活用(2017年10月操業船追加1隻投入)
- オーストラリア漁業：底魚船1隻の更新による効率化に伴うコストダウン(2020年4月操業開始予定)
- 北米：生産工場省人化、欧州での販売力強化(販売国拡大、付加価値化)

事業戦略の進捗

海外事業は、世界的に拡大するペットフードの需要に対し、タイの製造会社での生産能力拡大が主な成長ドライブとなります。オセアニアの漁業、北米の水産加工も、効率化により収益力を向上させます。ヨーロッパでの水産物販売会社は、M&Aなどにより、販路拡大と加工や物流への事業領域拡大を行っています。

TOPICS

タイのペットフード事業において生産ラインを増設

タイでペットフードを製造・販売するSoutheast Asian Packaging And Canning Ltd. (シーバック社)は、欧米で増大する需要に対応するため、2018年11月までに生産ラインを増設しました。これによって安定供給力を高めるだけでなく、効率化によるコスト削減にもつながります。



シーバック社で増設した生産ライン

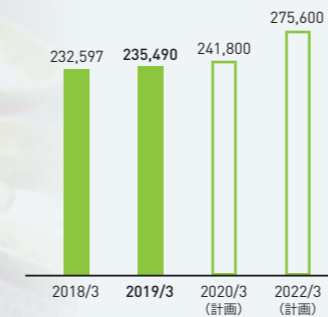
セグメント別概況

加工セグメント



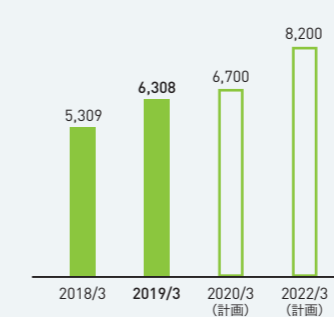
売上高

(百万円)



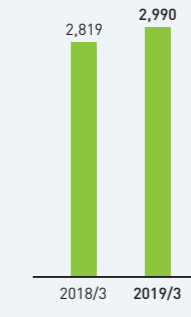
営業利益

(百万円)



従業員数

(人)



主なグループ会社

家庭用冷凍食品ユニット

株式会社マルハニチロ九州
ニチロ畜産株式会社

家庭用加工食品ユニット

株式会社マルハニチロ北日本
株式会社マルハニチロ山形

業務用食品ユニット

株式会社マルハニチロリテールサービス
株式会社ヤヨイサンフーズ
株式会社テリカウェーブ
株式会社サングルメ
N&N Foods Co., Ltd.

化成ユニット

AK&MN BioFarm Co., Ltd.
慈溪永興食品有限公司
寧波市吉進興業国際貿易有限公司

2019年3月期の業績

家庭用冷凍食品ユニットは、惣菜・麺・冷凍農産品等が好調でしたが、弁当向け商品の販売減により減収、収益面では工場生産性の改善により増益となりました。

家庭用加工食品ユニットは、サバ・イワシ等の青魚およびサケの缶詰の需要増等により増収、利益面ではデザートで収益性改善を重視した結果、増益となりました。

業務用食品ユニットは、介護食の販売拡大、コンビニエンスストア等への取組みが下支えして増収でしたが、水産原料、畜産原料等の価格高騰に加え、資材、物流等のコスト上昇や自社工場製品の販売が低調に推移したことにより減益となりました。

化成ユニットは、フリーズドライ製品および機能性表示食品制度を追い風としたDHA・EPAの販売が好調に推移し、増収増益となりました。

以上の結果、加工セグメントの売上高は235,490百万円(前期比1.2%増)、営業利益は6,308百万円(前期比18.8%増)となりました。

2020年3月期の計画

家庭用冷凍食品ユニットは、2%程度の市場拡大を想定し、増収を計画していますが、原材料・物流コストの上昇を考慮し、営業利益は2019年3月期と同水準としています。生産工場の効率性改善は順調に進んでおり、コスト上昇を生産効率改善で補う計画です。

家庭用加工食品ユニットは、缶詰の原料不足や値上げ後の販売減を織り込み、減収減益を計画しているものの、想定以上に缶詰の販売が好調に推移していることから、2019年3月期と同水準の営業利益を確保できる見込みです。

業務用食品ユニットは、人手不足、健康志向等業態のニーズに合わせた製品提案をする一方、原材料・物流コストを販売価格に転嫁することが課題です。2019年3月期下期から徐々に施策の浸透が進み、年間での増益を達成できると見込んでいます。

化成ユニットは、バイオ関連商品もフリーズドライ関連商品も水産物原料への依存度が高いため、原材料の集荷とコストの上昇が課題です。健康食品向け・医薬品向け原料販売を増やし、2019年3月期と同水準の売上・利益を確保していきます。

中期経営計画「Innovation toward 2021」のポイント

1. 加工セグメントにおける収益拡大の取組み

- 生産拠点の再編を通じた利益率の改善
 - 生産コストの削減(仕入コスト・物流コスト)
 - 製販一体の事業損益管理体制の確立
 - 不採算事業の改善
 - 商品開発力の強化
- ⇒加工セグメント営業利益CAGR10%をめざす

2. 冷凍食品事業への積極投資

- 生産拠点の再編
- コア製品の生産能力拡充
- AI、IoTを活用した効率化

3. 中長期的な成長領域への先行投資

- 介護食事業の拡大
- 化成事業の拡大

施策

- 製販一体の事業損益管理体制
- スマートファクトリー化による生産効率の改善、コア製品能力拡大
- 横断的な商品開発組織設立
- ブランド戦略継続
- (株)ヤヨイサンフーズ新工場稼働(2020年11月稼働予定)

事業戦略の進捗

中期経営計画では、加工事業は営業利益率のアップを経営課題としています。商品別・顧客別の損益管理システムの導入、ブランディング戦略、生産工場の効率化など、複数年で行う施策はすでにスタートしており、今後着実に営業利益率の改善を進めていきます。製販一体でしっかりと損益管理を行い、その視点で生産拠点の再編や商品開発も行っていきます。

建設中の(株)ヤヨイサンフーズ気仙沼工場には、注力する介護食の製造ラインも設置し、グループ全体で当該製造ラインを共用できるよう運用します。商品開発については、これまでカテゴリーごとに分散して開発業務を行っていましたが、加工食品の全カテゴリーの商品開発組織を統合し、商品開発力の強化に注力します。

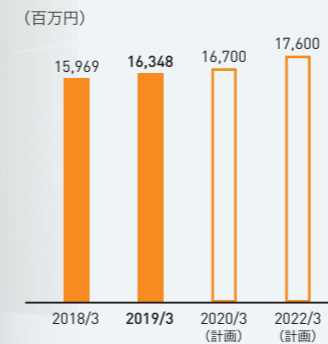
並行して、グループとしてのブランド力強化の活動を行っています。

セグメント別概況

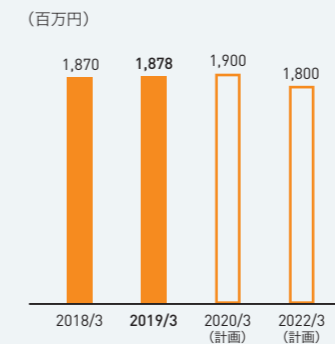
物流セグメント



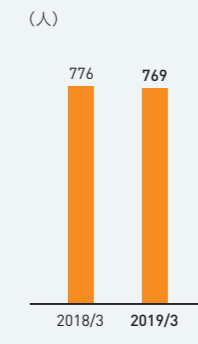
売上高



営業利益



従業員数



主なグループ会社

株式会社マルハニチロ物流
 株式会社マルハニチロ物流サービス関東
 株式会社マルハニチロ物流サービス中部
 株式会社マルハニチロ物流サービス関西
 株式会社マルハニチロ物流サービス九州
 新長門運送株式会社

2019年3月期の業績

2018年9月の大阪・南港物流センターの台風被害、および2019年2月の東京・城南島物流センターの火災による減収のほか、燃料費調整単価の上昇に伴う動力費の増加、労務コストの上昇、東京・平和島物流センターの新規稼働に伴う賃借料の増加等がありました。首都圏をはじめとする大都市圏において旺盛な保管需要を取り込んだことにより、売上高は16,348百万円(前期比2.4%増)、営業利益は1,878百万円(前期比0.4%増)となりました。

2020年3月期の見通し

電気代などの動力費や労務コストが上昇する中、大都市圏でさらに高まりを見せる保管需要に応えながら、事業の効率的運営に努めることにより、コスト上昇分を吸収していきます。

中期経営計画「Innovation toward 2021」のポイント

1. インフラ投資

- 冷蔵庫のスクラップ&ビルド

2. 定常投資

- ノンフロン化の推進

事業戦略の進捗

2018年3月の平和島物流センター開業に続き、2021年には名古屋市内に物流センターを新設することが決定しています。免震構造を持つ当センターには全自動倉庫を導入し、高品質な物流サービスの提供と省人化をめざすとともに、自然冷媒を採用し、環境にも配慮していきます。

TOPICS

冷却設備のリニューアル

(株)マルハニチロ物流では、環境保護および省エネの観点から、冷却設備のリニューアル(フロン冷媒から自然冷媒への設備更新)を行っています。

フロン系冷媒HFC(特にR22)は冷蔵倉庫業界でもっとも使用されている冷媒で、安全性が高く扱いやすいために長く使われてきましたが、オゾン層破壊防止や温室効果ガス排出抑制の観点から、モントリオール議定書により2020年に生産全廃となり、段階的に使用が規制されていきます。(株)マルハニチロ物流では順次、環境負荷の少ない省エネ型自然冷媒冷却設備への転換を進めています。

冷却設備更新実績

実施時期(3月期)	実施事業所	CO ₂ 削減量(t/年)
2012	豊海物流センターA棟	466.2
2013	船橋物流センター	632.5
	築港物流センター	109.6
2014	六甲物流センター	79.6
	川崎第3物流センター	(新設)
2015	川崎第1物流センター	950.2
	咲洲物流センター	854.7
2016	北野物流センター	530.0
	出水物流センター	(新設)
2017	豊海物流センターB棟	514.9
	箱崎第2物流センター	1,020.5
2018	谷山物流センター	917.5