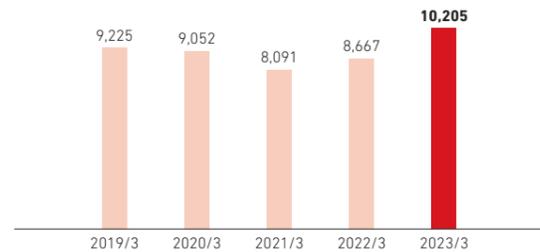


財務・非財務ハイライト

売上高

(億円)

10,205 億円

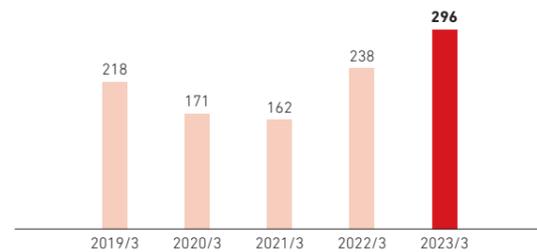


欧州でのイギリス水産加工会社の買収およびオランダの食品卸会社への追加出資による子会社化に伴う販売増加、外食・業務用向け販売の回復により売上高は前期比17.7%増の10,205億円となりました。

営業利益

(億円)

296 億円



タイでの北米向けペットフードの販売好調、北米でのスケソウダラの販売価格、量販店や外食向け販売、水産物の販売価格の回復などにより営業利益は前期比24.2%増の296億円となりました。

CO₂排出量

(トン)

232,053 トン



マルハニチログループ(国内)では、各社削減目標を設定の上、高効率なボイラーや冷凍機、その他エコカーやLED照明などの設備導入に取り組んだ結果、国内グループ全体のCO₂排出量は約23.2万トン、前期比で約1.7万トン(6.7%)の減少となりました。

廃棄物排出量と廃棄物などの再生利用率

■ 廃棄物排出量(トン)

54,489 トン

○ 廃棄物などの再生利用率(%)

97.2%



工場を保有する国内グループ企業を中心となり、製品不良の制御や廃棄物の発生抑制、資源化などに取り組んだ結果、2023年3月期の廃棄物排出量は前期比で572トン減少しました。また廃棄物などの再生利用率[※]は97.2%となり、前期比で1.4ポイントの改善となりました。

※食品廃棄物以外の廃棄物も含む

自己資本利益率(ROE)

(%)

11.0%

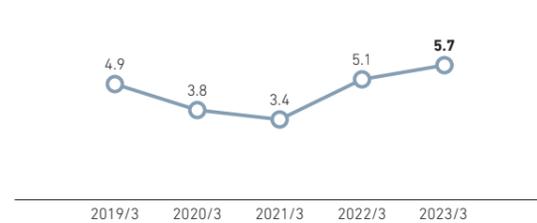


2023年3月期のROEは11.0%となりました。2022年度から2024年度の3カ年を対象とするグループ中期経営計画「海といのちの未来をつくるMN_V 2024」の2年目を迎えます。「経営戦略とサステナビリティの統合」「価値創造経営の実践」「持続的成長のための経営基盤強化」に引き続き取り組み、各ユニットのシナジーを追求するとともに、企業価値の最大化の実現に向け収益性の向上を図っていきます。

総資産経常利益率(ROA)

(%)

5.7%



2023年3月期のROAは5.7%となりました。依然として事業環境は不透明であることから、投資にあたっては慎重に判断するとともに、事業ごとに収益性を勘案しながら適正な事業規模となるように在庫、設備などを適宜見直していきます。

男性従業員育児休暇取得率

(%)

52.3%

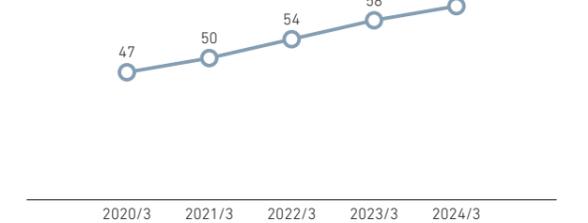


男性がより育児休業を取得しやすい企業風土の醸成を後押しするため、「男性育休100%宣言」への賛同ならびに「イクボス企業同盟」へ加盟しました。さらに、部長・副部長・課長を対象とした「男性の育児休業促進に向けたマネジメントセミナー」を開催し、約350名が参加しました。今後も男性の育児参加を推進するため、さまざまな施策に取り組んでいきます。

全取締役・監査役に占める独立社外役員の割合推移

(%)

61%



当社は独立役員による積極的な意見・提言にもとづく取締役会議論の活性化をめざしており、第79期定時株主総会(2023年6月開催)後の独立役員比率は61%となりました。

社外からの評価

● MSCI ESG Leaders Indexes

2022 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

● MSCI日本株女性活躍指数(WIN)

2023 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数(WIN)

● FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

● S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数

MSCI日本株 女性活躍指数 免責事項：
マルハニチロ(株)のMSCIインデックスへの組み入れ、およびMSCIロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社によるマルハニチロ(株)への後援、推奨、販促を企図するものではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックス名とロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。

イニシアチブへの参画

● UN Global Compact

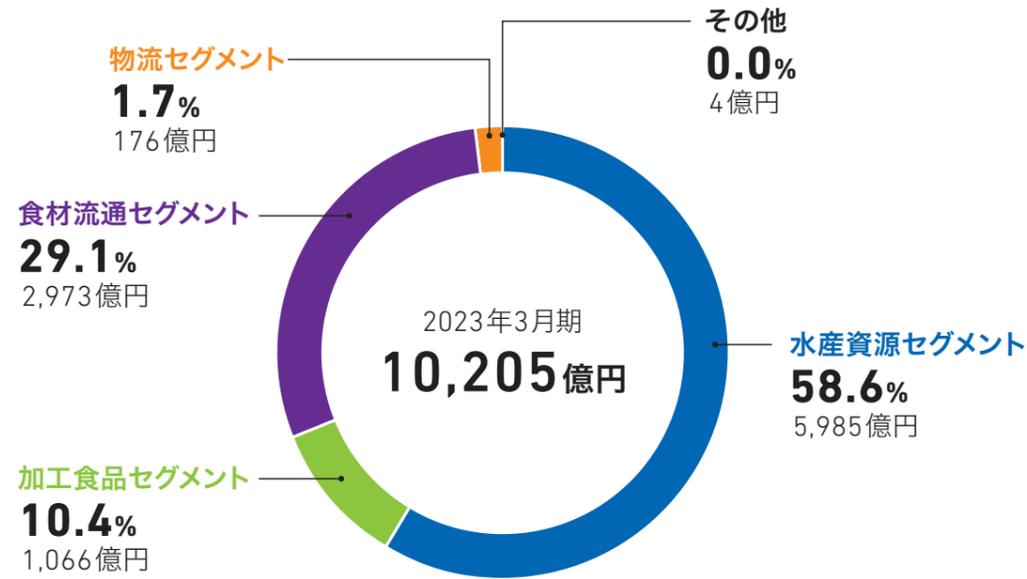
● CDP

● TCFD

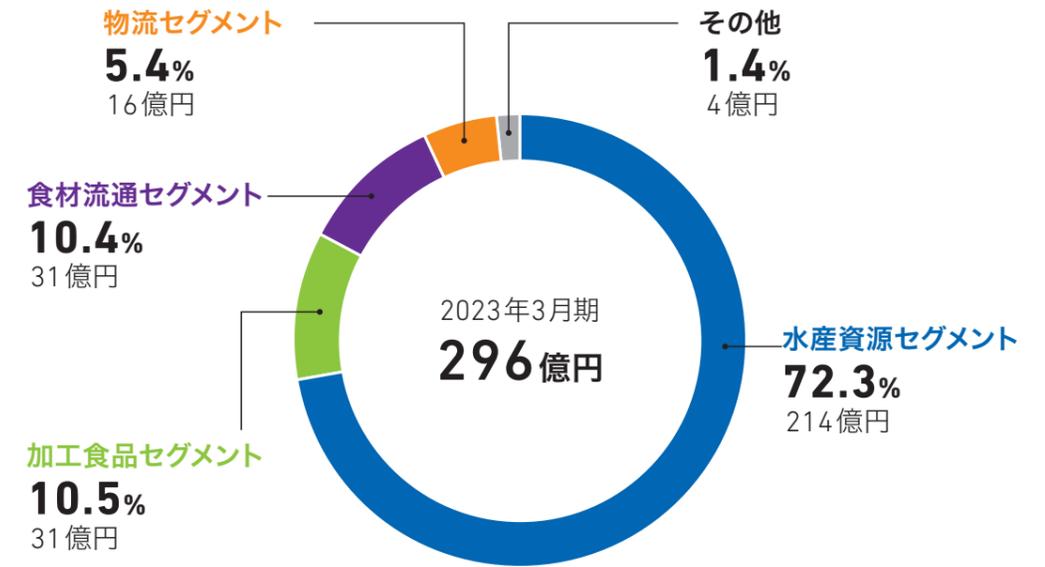
● SeaBOS

セグメント別業績

■セグメント別売上高

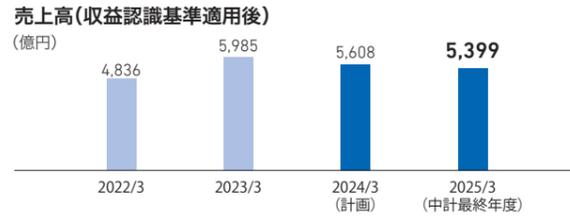


■セグメント別営業利益



水産資源セグメント

- 漁業ユニット
- 養殖ユニット
- 水産商事ユニット
- 海外ユニット



水産資源セグメントは、国内外で漁業を行う漁業ユニット、国内において主にブリ、カンパチ、クロマグロの養殖を行う養殖ユニット、国内外にわたり水産物の調達・市場流通も含む販売ネットワークを持つ水産商事ユニット、北米、欧州、アジアにおいて水産物・加工食品の生産・販売を行う海外ユニットから構成され、新型コロナウイルスの影響により大きく変化する事業環境に対応し、収益の確保に努めました。漁業ユニット、養殖ユニット、および水産商事ユニットでは、水産物の魚価が回復し、販売も好調でした。特に海外ユニットにおける、タイのペットフード事業と北米のスケソウグラ事業が業績を牽引し増収増益となりました。

加工食品セグメント

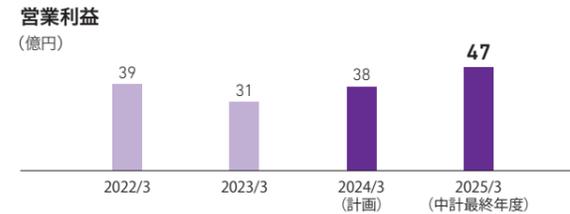
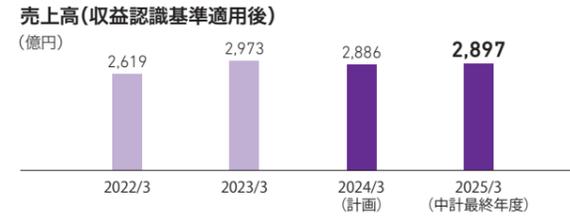
- 加工食品ユニット
- ファインケミカルユニット



加工食品セグメントは、お客さまのニーズにお応えする商品の開発・製造・販売を通じて収益の確保に努めました。加工食品ユニットは、食品全体の値上げによる消費心理の冷え込みや節約志向が見られ、数量面では苦戦しましたが、継続する簡便食ニーズに加え、値上げ効果や販売拡大に向けた施策が奏功し、増収となりました。一方、秋に再値上げを実施したものの、引き続き原材料・資材、エネルギーコストの高騰および為替変動の影響を受け、減益となりました。ファインケミカルユニットは、今期より新規参入したヘパリンの販売や既存の健康食品向けの販売が底堅く推移し、増収増益となりました。

食材流通セグメント

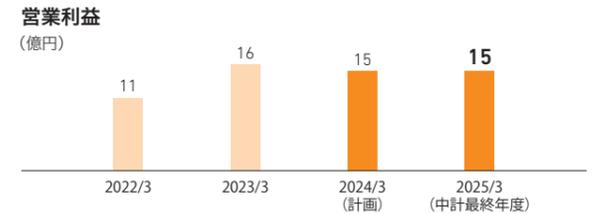
- 食材流通ユニット
- 畜産ユニット



食材流通セグメントは、多様な業態に対して水産商材や業務用商材の製造・販売を行う食材流通ユニット、国内外の畜産物を取り扱う畜産ユニットから構成され、グループにおける原料調達力、商品開発力、加工技術力を結集して業態ニーズにお応えする商品を提案し、収益の確保に努めました。食材流通ユニットは、外食向けを中心に販売が回復したこと、介護食品・給食が堅調に推移したこと、価格改定に努めたことなどにより増収となりました。しかしながら、さらなる原材料・エネルギーコストの高騰および円安によるコストアップをカバーすることができず、減益となりました。畜産ユニットは、全般的な輸入畜肉相場高騰による販売価格の上昇、販売が堅調に推移したことから、増収増益となりました。

物流セグメント

- 物流ユニット



物流セグメントは、電気料金の値上げに伴い動力費が大幅に増加となったものの、大都市圏を中心に保管需要を着実に取り込んだことにより、増収増益となりました。

マルハニチロとは
トップメッセージ
強みとなる
ビジネスモデル
MNV最大戦略
パフォーマンスハイライト
ユニット別戦略
MNV製造を支える
ガバナンス
コーポレートデータ