



平成25年11月7日

各位

会社名 株式会社 マルイチ産商
代表者名 代表取締役社長 藤沢 政俊
社長執行役員
(コード番号8228 名証第二部)
問合せ先 取締役常務執行役員 白井 幸男
企画・管理部門統括
TEL 026-285-4101 (代表)

中期経営計画「変革2016 ～Challenge for Change～」について

当社は、2014年度を初年度、2016年度を目標年度とする中期経営計画「変革2016～Challenge for Change～」を策定いたしましたのでお知らせします。

記

1. 現中期経営計画「Cキューブ - 2013 (2011年度～2013年度)」のレビュー

当社グループは、平成23年5月に中期経営計画「Cキューブ - 2013」を策定、当社の強みをさらに活かす成長戦略と、弱みを克服する事業構造改革を進めてまいりました。

成長戦略としましては、生鮮基軸のフルラインビジネスモデルのトップランナーとして、「新たな需要創造、新たな顧客創造」を積極的に展開してまいりました。具体的には、養殖分野への事業投資による養殖魚インテグレーションの構築や、畜産ABL融資スキームによる生産者との強固な関係作りを進め、商品調達力と開発力を強化しました。また、フードサービス事業を強化し、外食・中食マーケットへの売上を拡大しました。

一方、弱みを克服する事業構造改革につきましては、営業・事務・物流業務の効率化を推進すべく、新トータル流通システムの構築に向けた基盤整備と、全体最適化による生産性の向上を図りました。さらに物流拠点ネットワークの再構築により、販売費および管理費の抜本的なコスト削減を実現することで、利益額の確保を図りました。

以上のことから、売上高につきましては、2010年度を底に、現中期経営計画期間（2011年度～2013年度）において拡大軌道に乗り移りました。利益面につきましては、計画をほぼ達成する見込みです。

2. 新中期経営計画「変革2016 ～Challenge for Change～(2014年度～2016年度)」の基本方針と事業戦略

(内外環境認識と取り組む課題)

- 人口減少や業界再編を好機と捉え、強化された強み（財務体質、川上・川中・川下分野に関わる機能等）を背景に、新たな成長戦略へ舵を切り、新たな収益機会を獲得してまいります。

(基本方針)

- 当社グループは、「水産流通改革を成し遂げるフルライン食品流通のリーディングカンパニー」を目指す姿に、全く新しい食品流通事業者として持続的に成長してまいります。

<5つのビジョン>

- ① 水産を中核とした生鮮品サプライヤーとしてNo.1のポジションを確立
- ② メーカー型卸として、川上から川下に至るバリューチェーンを構築
- ③ フルライン卸機能を革新し、あらゆるマーケットニーズに対応
- ④ 商流・物流・情報流を革新するわが社独自のSCM基盤「M-TOPS」を構築
(M-TOPS: マルイチトータルプラットフォームシステム)
- ⑤ わが社を取り巻く全てのステークホルダーから更に期待・信頼される企業へ成長

(事業戦略)

- 「強い商品による収益拡大」「強い機能による収益拡大」「強い事業基盤の構築」により、全く新しい食品流通事業者として持続的成長を目指します。

(1) 事業モデルの明確化

- マーチャンダイジング事業：強い商品による収益拡大モデル
 - ・ 商品企画から原料調達、加工、販売に至るわが社独自のバリューチェーンを構築することで圧倒的に強い商品を育成
- フルライン事業：強い機能による収益拡大モデル
 - ・ マーチャンダイジング事業により強化された商品を背景に、機能のネットワーク化と一元化による流通改革を実現する、わが社独自のフルライン営業体制を構築
- これらの強い商品、強い機能による事業基盤の拡大

(2) 「M-TOPS」構築による事業構造改革

- ロジスティクス領域：物流効率化、全温度帯物流の構築、センター機能の明確化
- 情報システム領域：システム統合、共通マスタ管理、受発注の効率化

(3) 変革のための新たな取り組み

- 三菱商事グループとの協業戦略を拡大
- 三菱食品株式会社との水産品流通におけるサプライチェーン構築による、事業基盤の拡大

3. 新中期経営計画「変革2016～Challenge for Change～(2014年度～2016年度)」の業績目標

(2016年度の連結業績目標)

単位：百万円

	2013年度予想	2016年度目標
売上高	162,000	200,000
経常利益	1,350	2,000
当期純利益	650	1,000以上
経常利益率	0.8%	1.0%以上

(投資計画)

- 50億円(拠点整備、戦略的M&A等)

(配当政策)

- 当社は、株主の皆様への利益還元を経営の最重要課題の一つと位置付け、配当につきましては、継続的かつ安定的な配当に努めてまいります。

以上

マルイチ産商 中期経営計画

変革2016

~Challenge for Change~

2013年11月7日

株式会社マルイチ産商

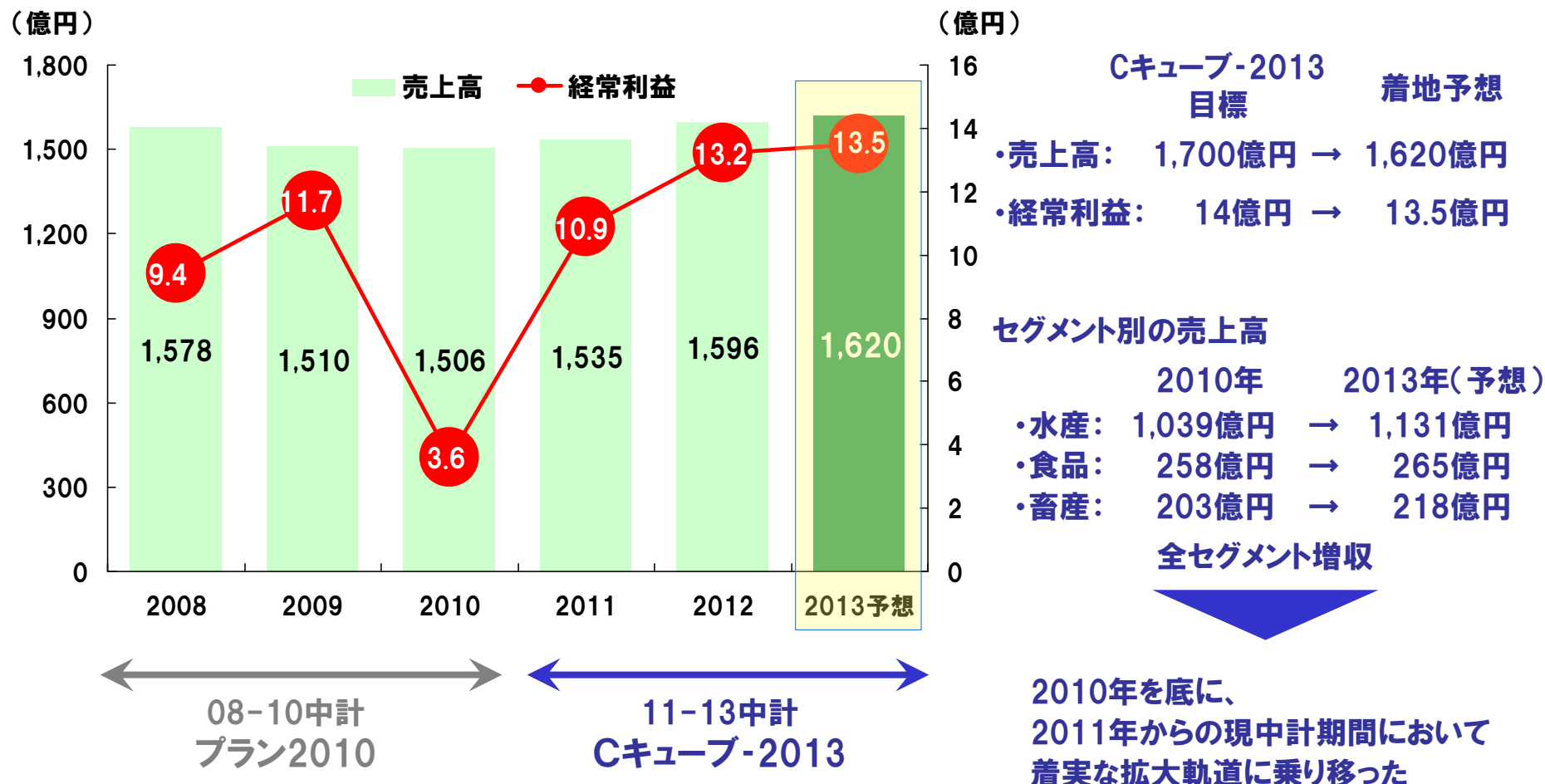
代表取締役社長 藤沢 政俊

本資料の構成

- 現中期経営計画Cキューブ-2013の達成状況
- 認識すべき内外環境と取り組むべき課題
- グループビジョン-2016年度におけるマルイチ産商の目指す姿-
- グループビジョン到達に向けた打ち手
- 目指す事業構造
- 経営目標および配当方針

現中期経営計画Cキューブ-2013の達成状況-定量目標-

2010年を底に拡大軌道に乗り移り、利益計画はほぼ達成



現中期経営計画Cキューブ-2013の達成状況-定性目標-

産地への投資を進めるとともに、事業構造改革基盤を整備

当初計画(主要戦略)

- (1)販売エリア拡大
 - ・トライアングルゾーン(長野/東京/名古屋)から5つのスクエアゾーン(信越/甲信/北関東/首都圏/中京圏)へ販売エリア拡大
- (2)フードサービス事業の強化
 - ・惣菜マーケット、業務用マーケットの拡大
- (3)生鮮基軸のフルラインMD力の強化
 - ・産地との連携強化、生鮮基軸のクロスMD
- (4)分業と協業の仕組みの再構築
 - ・ロジスティクスの全社的革新
 - ・情報システムを活用した業務改革
- (5)社員の成長を支えるマネジメントシステム構築
 - ・人事制度の見直し
 - ・管理会計の再構築
 - ・コンプライアンス経営、CSR経営

達成状況

- (1)首都圏/信越エリアへの重点投資
 - ・同エリアの売上高は伸長も、当初計画には未達
- (2)フードサービス関連事業の再編実施
 - ・子会社間の吸収分割、事業所再編等
- (3)養殖分野への事業投資、畜産生産者との強固な関係づくり、商品開発の強化
 - ・養殖魚インテグレーションの構築(三共物商)
 - ・畜産ABL融資スキームによる生産者との連携
- (4)ロジスティクス、IT基盤の整備
 - ・グループ企業への物流業務移管を順次開始
 - ・新トータル流通システム構築に向けた基盤整備
- (5)人事制度の再構築、コンプライアンス経営
 - ・同一価値労働同一賃金制に移行
 - ・管理会計の見直しによりマネジメントレベル向上
 - ・コンプライアンス教育を継続実施

認識すべき内外環境と取り組むべき課題

マーケットシフトに対応し、強化された強みを背景に新たな成長戦略へ

外部環境認識

マクロ環境

- ・人口減少、高齢化
- ・TPPによる輸入食品への影響

食品市場

- ・マーケットシフト(惣菜/ネットによるBtoC拡大)
- ・簡便化指向の高まり
- ・消費ニーズの多様化(消費のモザイク化)

業界動向

- ・食品卸の生鮮分野への参入加速

内部環境認識

強化された強み

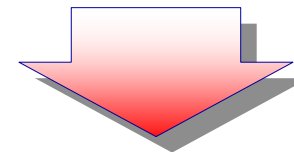
- ・健全な財務体質:実質無借金経営
- ・メーカー型卸機能(川上)/流通プラットフォーム機能(川中)/顧客ソリューション機能(川下)

克服すべき弱み

- ・水産流通の一部におけるシステム化の遅れ

取り組むべき課題

- ✓高齢化を「シニアマーケットへのシフト」と捉え、急速に変化するマーケットニーズへの対応が重要
- ✓TPPの影響も踏まえ、これまで強化してきた産地への投資が益々重要
- ✓簡便化指向の高まり、惣菜/ネット市場の拡大に対するMD機能(調達/商品開発)強化が重要
- ✓水産流通のシステム化を含めた抜本的事業構造改革の継続推進が必要



強化された強み(財務体質、保有機能)を背景に
新たな成長戦略へ舵を切る時に来ている

グループビジョン-2016年度におけるマルイチ産商の目指す姿-

<マルイチ産商の目指す姿>

水産流通改革を成し遂げる

フルライン食品流通のリーディングカンパニー

- ①水産を中核とした生鮮品サプライヤーとしてNo1のポジションを確立
- ②メーカー型卸として、川上から川下に至るバリューチェーンを構築
- ③フルライン卸機能を革新し、あらゆるマーケットニーズに対応
- ④商流・物流・情報流を革新するわが社独自のSCM基盤「M-TOPS」を構築
M-TOPS(エム・トップス):マルイチトータルプラットフォームシステム
- ⑤わが社を取り巻く全てのステークホルダーから更に期待・信頼される企業へ成長

グループビジョン到達に向けた打ち手

①事業モデルの明確化

- ✓マーチャダイジング事業:強い商品による収益拡大モデル
 - ・商品企画から原料調達、加工、販売に至るわが社独自のバリューチェーンを構築することで圧倒的に強い商品を育成
- ✓フルライン事業:強い機能による収益拡大モデル
 - ・マーチャダイジング事業により強化された商品を背景に、機能のネットワーク化と一元化による流通改革を実現する、わが社独自のフルライン営業体制を構築
- ✓これら、強い商品、強い機能による事業基盤の拡大

②「M-TOPS」構築による事業構造改革

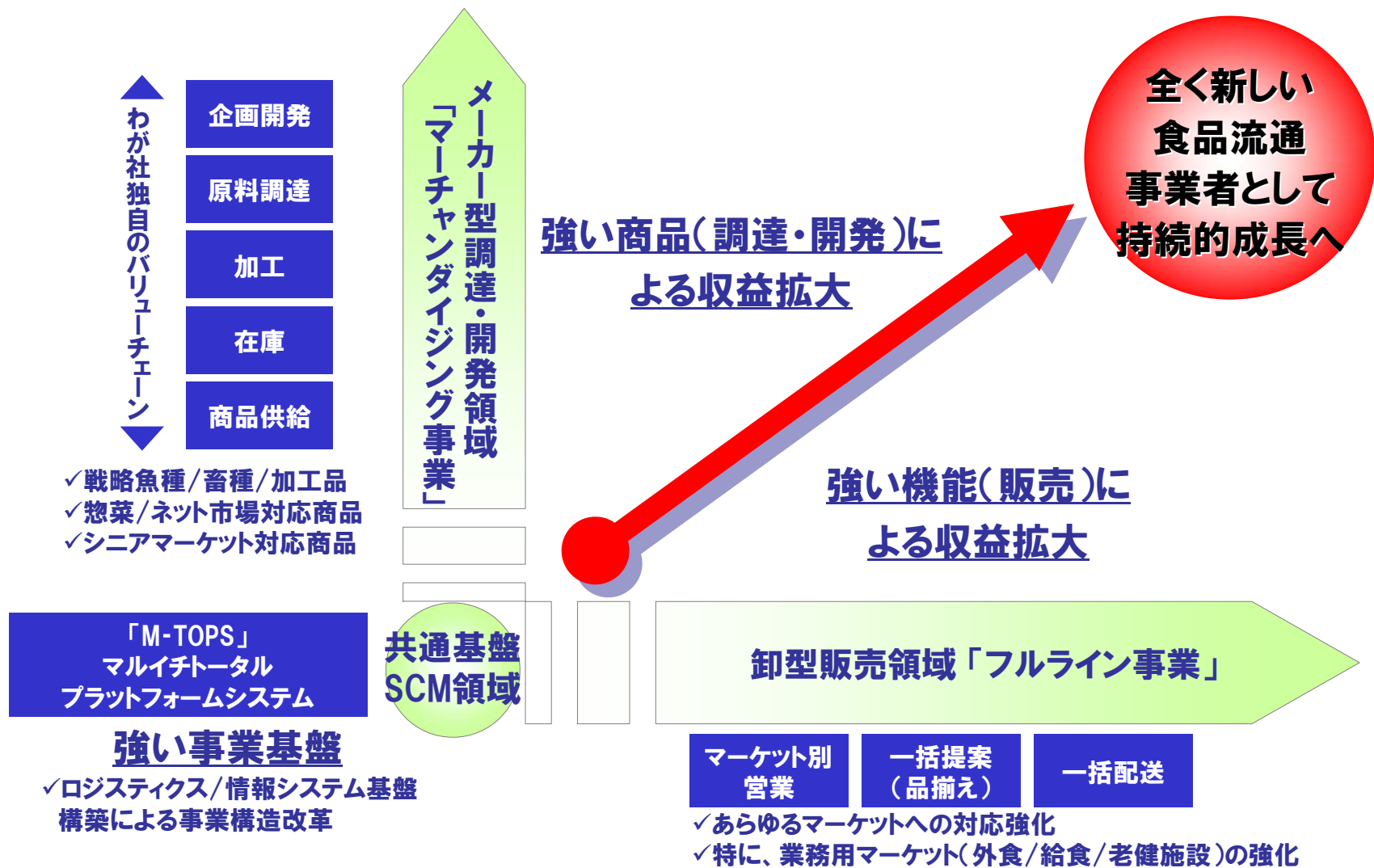
- ✓ロジスティクス領域:物流効率化、全温度帯物流の構築、センター機能の明確化
- ✓情報システム領域:システム統合、共通マスタ管理、受発注の効率化

③変革のための新たな取り組み

- ✓三菱商事グループとの協業戦略を拡大
- ✓三菱食品株式会社との水産品流通におけるサプライチェーン構築による事業基盤の拡大

目指す事業構造-強い商品、強い機能、強い事業基盤-

マーチャンダイジング事業、フルライン事業、それらを支えるM-TOPSで構成



経営目標および配当方針

売上高2,000億円、経常利益率1%を目指す

2016年度業績目標

売上高 2,000億円

経常利益 20億円

経常利益率 1%

当期純利益 10億円以上

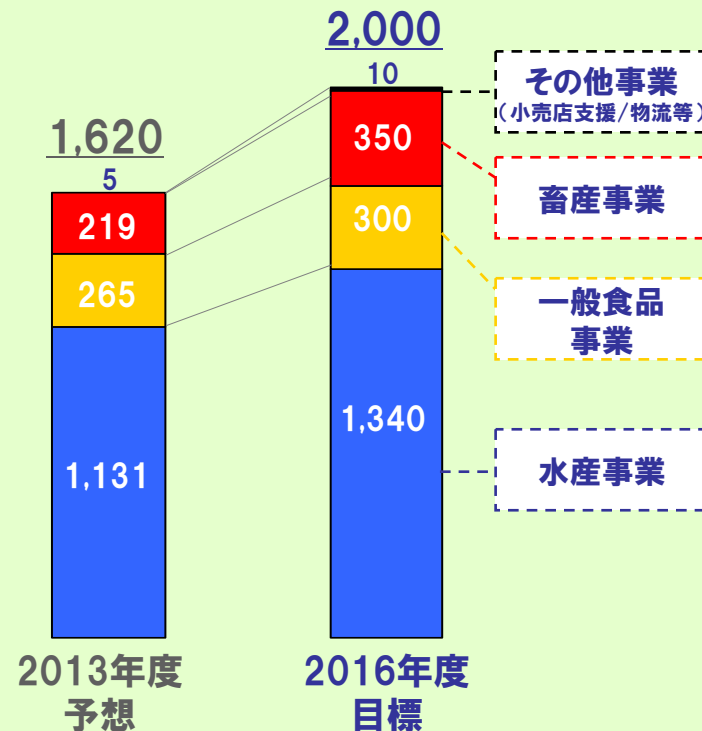
投資計画

50億円(拠点整備/戦略的M&A等)

配当方針

継続的かつ安定的な配当を実施

売上高のセグメント別内訳(億円)





(注)本資料に記載されている業績見通しや将来予測は、資料作成時点での当社の判断であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により、実際の業績等は大きく異なる可能性があることをご承知おきください。