

07

マルハニチロの概観

漁業ユニット	72
養殖ユニット	73
北米ユニット	74
水産商事ユニット	75
食材流通ユニット	76
農畜産ユニット	77
加工食品ユニット	78
ファインケミカルユニット	79
株式情報	80
会社情報	81



ユニット別戦略

水産資源セグメント

漁業ユニット



執行役員
漁業ユニット長
岸 祥司

広域での漁業権・資源アクセス権により グローバルでの漁業を推進

当ユニットは、世界各地で漁業権・資源アクセス権を保有し、漁業を行っています。ニュージーランドでは、外国企業として唯一漁獲枠を保持しており、ホキやミナミタラ、アジなどを漁獲し、南極海域では、オーストラリア経済水域におけるメロの漁獲枠の約7割をグループ企業が保有して漁業を行っています。漁法は、底びき網漁、中層トロール網漁、まき網漁、底はえ縄漁、かご漁、釣漁と多様で各々の技術を継承しながら改善を図っています。

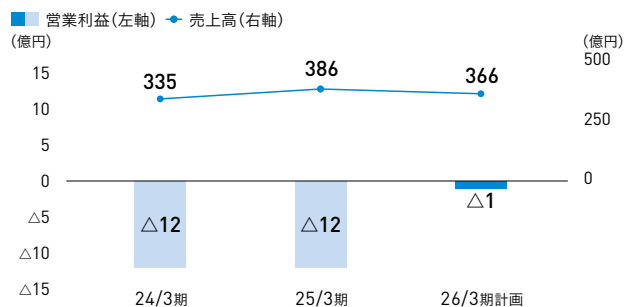
2025年3月期の概況

漁獲量の増加に伴い売上は伸長しましたが、オーストラリアのメロ漁業以外は、燃油・人件費の高騰や、南西太平洋海域のカツオや日本近海におけるクロマグロに代表される魚価の低迷に直面し、収益的には非常に厳しい年となりました。不採算だった大西洋のマグロはえ縄漁とインド洋での底びき網漁からの撤退による損失も発生しました。

市場における強み・優位性

- 水産資源管理が徹底された海域での漁業権、漁獲枠の保持
- 各国の行政官庁や水産資源を管理する地域漁業管理機関とのネットワークによる情報収集力と分析力
- MSC認証の取得に代表されるサステナビリティ活動の推進
- 新船建造による漁業の効率化、エネルギー消費低減、船内居住環境の改善などの実践力

売上高／営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当ユニットは天然水産資源を漁獲する位置づけとして、グループ内にて連携し、付加価値製品の開発、生産、販売を強化していきます。また近年、品質が良好であることはもちろん、持続可能な漁業によって漁獲されていること、乗組員に過酷な労働環境を課していないことなど、さまざまな条件が求められています。そういった市場からの要請を自己管理で達成するだけでなく、認証の取得や第三者による監査も取り入れることで客観的な透明性を高めていきます。

グローバル戦略の対応

漁獲された多くの魚がグループ内外、また国内外でバリューチェーン化されています。ただ、環境や市場、嗜好の変化により、一部の魚のバリューチェーンは細くなってしまうことがあり、硬直化を起こしています。世界で魚食がさらに発展していく中で、既存のバリューチェーンを一度ゼロから見直し新たにつくり直すことも必要になっています。南西太平洋で漁獲するカツオ、ペルーで生産するアナゴやアカイカがこれに相当します。

ステークホルダーの皆さまへ

世界的に漁業の採算性は燃油や人件費、新造船の建造費の高騰で悪化する傾向にあります。その中で漁獲する水産物の資源的な持続性とともに、漁船漁業の経済的持続性が大きく問われる時代になっています。投資額が大きくなる漁業ユニットにおいては経済的持続性を常に注視し、投資に対する採算性を失った漁業からの早期の撤退を今後も進めていく一方で、注力すべき漁業への集中投資と採算性の向上に努めてまいります。

Topics

オーストラリアとニュージーランドで 操業する新船を建造中

オーストラリア海域でメロを漁獲する底はえ縄漁の新船、またニュージーランド海域でホキやミナミタラを漁獲する底びき網漁の新船を建造中です。両船とも2026年の漁場投入を計画しています。新船の投入により、漁業効率が上がり経済効果が期待されるほか、海鳥などの保護動物の混獲防止を強化、また船内居住区域の拡張により乗組員の生活環境の改善をめざします。

ユニット別戦略

水産資源セグメント

養殖ユニット



執行役員
養殖ユニット長

井本 悟史

半世紀以上の養殖ノウハウを活用し 国内外でのシェアを拡大

当ユニットは、日本国内において主にクロマグロ、ブリ、カンパチの養殖を行っています。また、大型クロマグロの短期畜養を開始し、事業の拡大を進めています。新たな養殖魚種として、スギの生産とサンマの研究を開始しています。

養殖事業開始(1959年)、人工ふ化開始(1975年)以来蓄積してきた「人工ふ化種苗」の比率を高めた養殖ノウハウが競争優位性となっています。また、①多様な顧客ニーズに対応できる販売体制、②利益性の高い高鮮度商品の供給体制、③IoTやAI技術に精通した技術や人財、④外部研究機関とも協力した養殖研究体制も強みです。

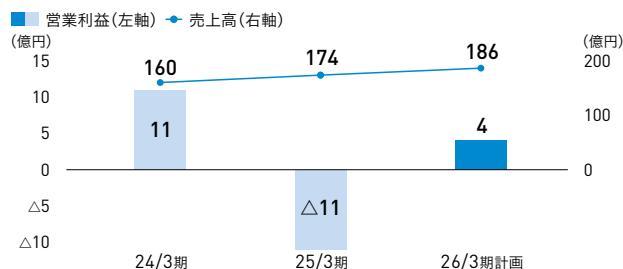
2025年3月期の概況

ブリ・カンパチの販売価格の上昇などにより増収も、高水温による成長遅れや飼料代などの高騰による原価上昇などにより減益となりました。

市場における強み・優位性

- 養殖事業開始(1959年)、人工ふ化開始(1975年)以来蓄積してきた「人工ふ化種苗」の比率を高めた養殖ノウハウ
- 大手日系外食チェーンの海外展開など多様な顧客ニーズに対応できる販売体制
- グループの技術研究・開発担当部門、水産研究・教育機構(FRA)などの外部研究機関と協力した養殖研究体制

売上高/営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当ユニットでは現在、活魚のまま市場や外食向けに提供する事業が主力です。今後はフィレや高次加工品に注力し、川下を担当する他ユニットとの連携を強化し、消費者ニーズを的確に把握し、生産・加工・物流などに反映させていきます。高付加価値製品の比率を向上させ、利益の最大化と販売力の強化を実現していきます。

グローバル戦略の対応

現在の生産・販売体制は主に国内市場向けとなっていますが、アジアを中心とした輸出も進めてきました。中長期的には、海外市場に向けた生産体制の構築を検討し、収益力の強化を図っていきます。

なお、2024年度における国内の各魚種の生産量は以下となります。

クロマグロ:約4,300 トン 国内シェア23%
ブリ:約4,400 トン 国内シェア4%
カンパチ:約2,500 トン 国内シェア11%

※国内シェアは2024年(1~12月)対比とする

ステークホルダーの皆さまへ

養殖魚は適正に管理された水産資源であり、そこから生産される良質なタンパク質を世界の皆さまに安定供給することが当ユニットの使命です。一方で、地球環境規模における気候変動がこの使命を阻害する要因となってきていることも事実です。過去数々の変化に対応してきた当ユニットはこれらの変動要因にも果敢に立ち向かっていきます。高水温対策は鹿児島県の養殖場で設備が進み、他県の養殖場においても進めていく方針です。また、高水温の環境でも育つ新魚種「スギ」を2024年度に生産開始、2025年度に試験販売を行っています。これらの施策を進めることにより当ユニットの使命を果たしてまいります。

Topics

高水温にも負けない養殖事業への挑戦

近年の高水温による養殖魚の育成不良に対応するため、当社では高水温下でも魚が育つ沈下式生簀の導入を進めています。同時に高水温に耐性のある新魚種の試験養殖も推進しています。

気候変動による影響を軽減し、収益安定化と持続可能な養殖体制の構築に取り組んでいます。

ユニット別戦略

水産資源セグメント

北米ユニット



常務執行役員
北米ユニット長

河田 格

サステナブルで健康的なタンパク質を安定して提供

当ユニットは、米国アラスカでの天然水産資源の調達・加工をコアとし、グローバルに販売を行う事業を展開しています。スケソウダラ、マダラ、カニ類への強い資源アクセスを有し、資源アクセス→生産→販売の一気通貫型ビジネスモデルを構築しています。米ベリング海産スケソウダラへの資源アクセス力は年間約31万トン(2025年)を誇り、約26%のシェアを保有。漁獲されたスケソウダラはすりみ、フィレ、助手子、ミールなど余すことなく製品化したのち、北米・欧州・日本を含むアジア諸国向けに販売しています。さらには、カナダや極東、北欧などからの買付による調達力をフルに発揮し、お客さまにサステナブルで健康的なタンパク質をお届けする事業を行っています。

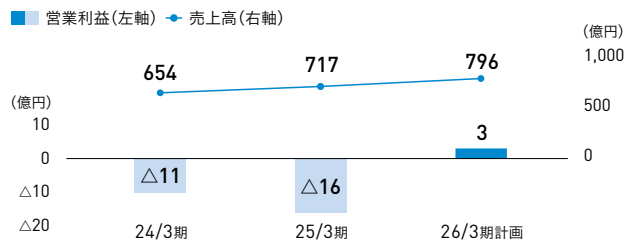
2025年3月期の概況

北米カニ類の取扱数量増などにより増収となりました。一方、主力のスケソウダラのすりみ・フィレの相場は上昇傾向で収益力は回復しつつあるものの、ミール、魚油の相場下落により、全体では減益となりました。

市場における強み・優位性

- スケソウダラなどを扱う北米事業を中心に資源アクセス→生産→販売の一気通貫型ビジネスモデル
- 北米ユニットの北米・日本の販売拠点と世界に広がるグループ各拠点との連携体制
- 資源アクセスや加工技術ノウハウ、販売ネットワーク、サステナビリティ対応などにおけるグローバル競争力

売上高／営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当ユニットは、スケソウダラ資源を最大限に付加価値化できるように、末端に近いマーケットでの事業拡大を進めています。具体的には前中期経営計画で着手したTrans-Ocean Productsの製造ライン増強が、2025年中に完成する予定ですので、ここでの最終製品の取扱いを拡大していきます。また他のグループ企業へのスケソウダラなどアラスカ資源原料の供給増加、紀文食品をはじめ協業による取扱いの増加を進めてまいります。その他、国内外問わず魅力的な取引先があれば、状況を考慮した中でM&Aの検討を行い、事業の拡大を進めていきます。

グローバル戦略の対応

当ユニットには、アラスカ産水産資源への強い資源アクセス力と、現地陸上工場や洋上母船工場、現地パートナー企業との連

携など、抜群な資源調達力と加工技術、グローバルに販売できる供給力があります。またグループ内にはグローバルなロケーションで、さまざまな最終商品に加工できる施設や販売力が備わっており、ローカルな嗜好や要望にお応えし、お届けする機能があります。それら能力のさらなる拡充のため、資源調達力の追加取得、加工力および販売力拡大のための継続投資、さらにはM&Aによる規模拡大の機会も探索しながら、引き続き事業拡大を進めていきます。

ステークホルダーの皆さまへ

米ベリング海において、徹底した資源管理により、持続可能な水産資源を安定的に調達しています。強力な資源アクセスと調達力のもと、この貴重な資産を最大限に活用し、サステナブルで健康的なタンパク質を安定してお客さまにお届けします。今後も世界人口は拡大の見込みで、サステナブルな水産資源は私たち人類にとって欠かせないタンパク源です。その重要な資源を守りながら持続的に活用するためにも、地球環境や自然保全など世界規模の課題に取り組み、Oneチームで解決 (Solutions) していきながら、継続して事業を推進してまいります。

Topics

製造ライン強化と川下分野拡大による収益力向上

Trans-Ocean Productsの製造ライン増強に加え、工場土地建物の自社化・増築を進めています。さらにロボット導入で省人化を図り、生産効率・コスト競争力を改善。川下分野の強化とあわせ、中期経営計画最終年度に成果を最大化するべく取り組んでいます。

ユニット別戦略

食材流通セグメント

水産商事ユニット



執行役員
水産商事ユニット長

外輪 宏二

皆さまとの共創、グローバルな視点で 持続可能な食の未来を実現

当ユニットは、グループの出口機能である食材流通ユニットや荷受事業を通じて得られる消費者起点の声に応えるべく、圧倒的な水産資源調達力と、ニーズに応じた加工技術力を生かした生産体制を整えています。これらのグループの資産を最大限に活用して水産加工品を提案・開発し続けることで加工提案力を研鑽し、価値創造に貢献しています。

また新長期ビジョンのグローバル戦略を見据え、当ユニットに所属するシーフードコネクショングループ、世界各地の現地法人や駐在員事務所を通じてアクセス可能となる多様な現地市場ニーズへの対応力を高められるよう、グローバルな水産物流調達機能のさらなる拡大に挑戦します。

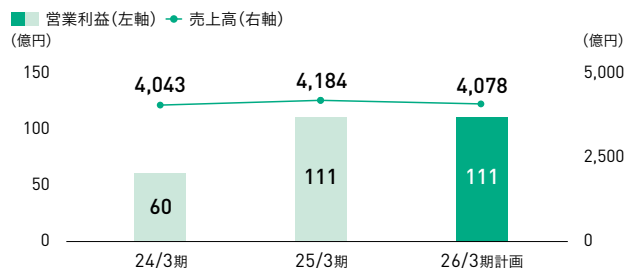
2025年3月期の概況

適正在庫の管理を徹底し、運転資本の効率化に注力しました。さらに冷凍マグロの市況回復やホタテの販売が好調だったこともあり、売上は前年並みではあるものの大幅な増益となりました。

市場における強み・優位性

- グループの水産資源アクセスと世界の各商材主力サプライヤーとの強固な関係性維持により実現するグローバル調達力
- 国内外の多様な販売チャネルのニーズに応える提案力の高さ

売上高／営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当ユニットはバリューサイクルにおいて①継続取引によって築き上げた国内外サプライヤーとの関係、およびその資源へのアクセス力、②さまざまな魚種を用いた多様な食シーンへの提供力、③国内外の工場と連携した加工技術力、④各事業に長年蓄積された商品開発力を有しており、あらゆる側面でバリューサイクルへ貢献できる組織です。

この力をより発展させていくために、海外を含めた新規市場への挑戦、それぞれの市場に合わせた商品開発力、加工技術力を磨き上げていきます。また、それを実践するためにさまざまな知見を有した人財の育成に取り組んでいきます。

グローバル戦略の対応

当ユニットは、グループ会社との共創を通じて、さらなる価値創造をめざします。

各国現地法人、駐在員事務所を含むグローバルな調達網による品質管理体制で、持続可能で、安全・安心な水産物をお届け

します。また、持続可能な資源活用を徹底し、環境に配慮したサプライチェーンの構築を図っていきます。

ステークホルダーの皆さまへ

当ユニットの取組みを通じて、社会的責任を果たし、グループ全体の企業価値を高めるべく食文化の発展と持続可能な未来に貢献していきます。

地域社会やパートナーと連携し、相互の強みを生かした食の未来の共創を実現してまいります。

Topics

仕入先とともに、世界最大の面積を誇る マングローブ林を育てる

マングローブは、熱帯から亜熱帯地域の、海水と淡水が混ざり合う汽水域に広がる森林です。魚をはじめとしたさまざまな生物の生態系を守っている他、津波や高波などの防波堤として役立っています。また、大気中のCO₂を吸収し長いあいだ貯蓄することで、地球温暖化抑制にも効果があります。

インドネシアのマングローブ林は、世界最大の面積で、世界のマングローブ林全体の約19%※を占めています。現地の人々の暮らしや、地域の生態系の維持に重要な森林でもあり、エビ養殖池への転換など、さまざまな要因から面積が減っています。

自社でエビの養殖場を持つ取引先であるMega Marine Prideでは、社会貢献活動の1つとして、マングローブ植林を行っており、今回共同で活動をしています。

※ 出典:2020年FAO調査

食材流通セグメント

食材流通ユニット



執行役員
食材流通ユニット長

峠 敏行

農畜水産品および業務用冷凍食品を 顧客起点でご提案

当ユニットでは多様な業態に対してさまざまな商品の開発・製造・販売を行っています。販売チャネルごとに7つの部署でBtoB市場向けに食材を提供してきました。今期から新たに「給食食材営業部」を立ち上げ、8つの部署で冷凍・冷蔵・常温など、多様な顧客ニーズに応えられる体制で取り組んでいます。伸長を続ける介護食品市場では、キザミ食・ミキサー食・ソフト食(国内シェア約27%)カテゴリーを中心としてシェアを拡大しており、中国・台湾をはじめとした海外市場への展開も推進しています。「資源調達力」「加工技術力」「食材提供力」を組み合わせ、お客さまとともに食の課題解決をめざしてまいります。

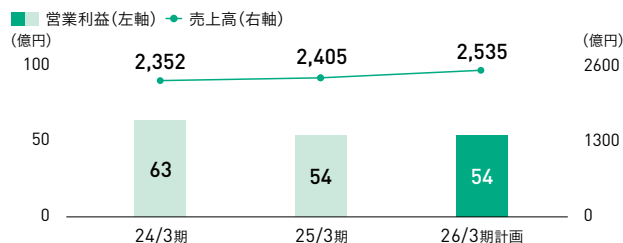
2025年3月期の概況

グループ内の連携を強化し販路拡大に努めた他、量販・外食への販売や介護食品事業が堅調に推移し、増収となりました。一方、業務効率の改善や生産性向上に努めたものの、生産・販売のコスト増加分を補いきれず、減益となりました。

市場における強み・優位性

- 顧客と直接対話できる多様な販売チャネルを有することで顧客課題への高い解決能力を具備
- 冷凍・冷蔵・常温など、多様な顧客ニーズに応えられる食品加工拠点の保有
- 伸長を続ける介護食品市場で、キザミ食・ミキサー食・ソフト食カテゴリーを中心としたシェアの拡大

売上高／営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当社グループの強みは圧倒的な調達力と高度な加工技術であると認識しています。これら2つの「強み」のシナジーを高めるため、食材流通ユニットが持つ「食材提供力」を全社のインフラとしてグループ全体をつないでいき、グループ全体最適に向けて中心的役割を担っていきます。水産・農産・畜産品および業務用食品を扱い、冷凍・冷蔵・常温のあらゆる温度帯でさまざまなお客さまに提供する当ユニットがサイクルを回していく使命を担っていると認識しています。

グローバル戦略の対応

海外における寿司ネタ販売は順調に伸長し、中国での介護食品事業もようやく進展してきました。現地法人での三国間貿易も拡大しています。また現地法人の統廃合や新会社設立、現地企業への資本参加も進めています。台湾・インドネシアでの事業

拡大も検討中です。人財面では駐在員の増員や短期海外研修を実施し、グローバル人材の育成に努めています。また一方で「人手不足」課題解決のために、まだまだ国内で当ユニットのできることは多く、伸長できうと考えています。

ステークホルダーの皆さまへ

グループの生産・販売のインフラとして4つの課題を優先に進めてまいります。①経済価値目標としては中計最終年度営業利益76億円を確実に創出できる体制を構築します。②環境価値としてはCO₂削減とフードロス削減に重点的に取り組んでまいります。③社会価値としては安全・安心な食の提供はもちろんのこととし人権には特に配慮します。④ガバナンスについては中長期的な事業判断を優先し全体最適でグループの再構築をめざします。特に介護食品事業を推進していくことはお客さまの課題解決に役立つと考えています。

Topics

「給食食材営業部」を新設し、 食材提案力を強化・拡充

2025年度、グループ全体のあらゆる商材を提供することを目的に、「給食食材営業部」を新設しました。水産品に加え、農産品・畜産品のご提案をいたします。今後は人手不足問題を解決する焼き魚や煮魚、農産品と畜産品のミックス商品などの提供も開始してまいります。

ユニット別戦略

食材流通セグメント

農畜産ユニット



常務執行役員
農畜産ユニット長
熊本 義宣

お客さまのニーズを起点とした 課題解決型ビジネスへの移行

当ユニットは、農産事業と畜産事業の2つの事業部で構成されています。農産品および食肉とその加工品を、国内外において調達・加工・販売しています。農産事業は安全・安心な冷凍野菜を主体に取扱量の拡大を進め、市場での存在感を高めています。畜産事業は従来の原料トレーディング主体から、お客さまのニーズを起点とした課題解決型ビジネスへの移行を進めており、これにより外部環境に左右されない収益体制の構築をめざしています。

いずれの事業も国内外の優良なサプライヤーと強固な関係を築き、持続的かつ安定的な調達力を大きな強みとしています。この強みを生かして、グループ内販売組織との連携によりお客さまへの安定的な商品供給へつなげています。

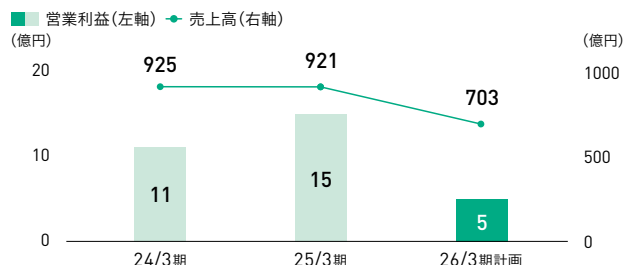
2025年3月期の概況

円安や現地価格の上昇により各商材の単価が軒並み上昇する環境下において、取引条件や在庫の最適化など運転資本の効率化に向けた取組みを徹底しました。売上は前年並みだったものの、収益率が向上して前年比増益となりました。

市場における強み・優位性(畜産事業)

- 国産経産牛と輸入豚肉においてトップクラスのシェアを有する
- グループ内の加工食品ユニット・食材流通ユニット向けに、世界各地から各種食肉や食肉加工品を安定供給できるグループ内の連携力
- 国内外の多様な販売チャネルを活用した高い販売力

売上高/営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当ユニットが強みを持つ農畜産の調達力と、グループ内販売組織が持つ多様な販売チャネルを組み合わせることで、顧客からの生の要望を的確に把握し、その顧客ニーズを反映した付加価値商材を開発・提供していきます。その結果、サプライヤー、顧客双方との信頼関係をより強固にすることで収益の拡大を図ります。これまで以上にグループ内の連携体制を強化してバリューサイクルを回すことにより、未来の価値創造とその拡大へつなげてまいります。

グローバル戦略の対応

当ユニットでは米国現地法人と米国企業との合弁会社にて米国内市場向けに日本式唐揚げの製造販売を行っています。また今年度より、唐揚げの販売により開拓した米国内の販売ルートを活用して、台湾産枝豆などの冷凍食品販売を開始す

る予定です。

当社グループにおける米国内市場ニーズ獲得のためのマーケティング拠点としても機能を発揮しています。米国内各地で開催される展示会への参加などを通じて地域ごとのニーズの理解を深めながら、日本式食品の市場開拓・拡大に向け尽力していきます。

ステークホルダーの皆さまへ

高齢化の進行や共働き子育て世帯の増加に伴い、簡便性と効率的な栄養摂取へのニーズが高まっています。

当ユニットではこの環境に対応すべく、畜産品では加工度を高めたお客さまに直接届けられる製品の供給に向け、加工拠点の整備を進めています。農産品においては、冷凍野菜ミックスや肉と野菜のミックスなど、調理の簡便性と高い栄養価を両立した商品開発・提供に注力し、売上を伸ばしています。

これからも、これら商品の安定供給のために、既存調達先との関係強化に加え、調達地域の拡大により気候変動や社会変化によるリスク分散を図ってまいります。

Topics

農産事業の強みと成長戦略

消費者の安全・安心を最優先に指定農場での栽培管理一元化と徹底した検査・トレーサビリティ体制により、冷凍野菜で国内上位シェア(台湾産枝豆はトップシェア)を確立しています。2024年より調達から販売まで一貫体制に転換し、顧客起点での商品開発を強化しています。セグメント内の畜産・水産品を活用したミールキット開発や食材流通ユニットの多様な販路との連携により、新たな成長機会を創出しています。

ユニット別戦略

加工食品セグメント

加工食品ユニット



執行役員
加工食品ユニット長
久留米 克志

調達力・開発力・技術力をベースとした 付加価値の高い商品提案

当ユニットは消費者の皆さまから高い信頼とご支持をいただいております「マルハニチロ」ブランドシンボルを付けたBtoC商品を主に提供するユニットです。

安定した原料調達力と商品開発力、加工技術力を融合させ、国内外にグループ生産拠点を持ち、付加価値の高い商品を提案しています。主な製品には、市販用冷凍食品・缶詰・レトルト食品・フィッシュソーセージ・ちくわなどの魚肉練り製品・カップゼリー・調味料・フリーズドライ食品・ペットフードなどがあります。今後も営業力の強化と効率化に努めながら、マルハニチロブランドの商品を消費者の皆さまに提案してまいります。

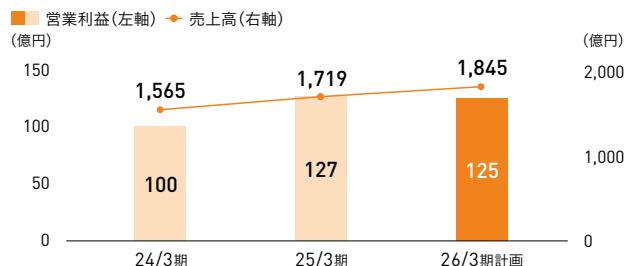
2025年3月期の概況

国内市場は物価上昇による消費者の生活防衛意識の高まりにより、低価格商品と付加価値商品の二極化が進んでいます。加工食品ユニットでは主力商品の販売増加および広告宣伝の強化、ペットフード事業の販売好調により増収。また、ペットフード事業(タイ)の、主に北米向け販売が好調だったことにより増益となりました。

市場における強み・優位性

- 国内シェアトップカテゴリー群を複数保有(お弁当向け冷凍食品、冷凍ミックス野菜類、青魚・サケ・カニ缶詰など)
- 直営工場、グループ会社で培った製造、品質管理ノウハウ、商品開発力と技術力が生み出す高付加価値の商品
- 冷凍炒飯のあおり炒め製法、「DHA入りリサラーソーセージ」など、多様なニーズに応える差別化商品、ライフスタイルの変化に合わせた商品の提案力
- 原料のトレーサビリティやIUU漁業の排除など、サステナビリティが徹底されたペットフード生産体制

売上高/営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

加工食品ユニットはBtoCビジネスを主としており、バリューサイクルの起点となる消費者ニーズを的確にとらえ研究・開発に生かし、販売しています。また国内外にグループ生産拠点を有しており、安全・安心で高品質な付加価値の高い加工品を提供できることが強みです。グループ調達の水産資源を生かした加工食品や健康ニーズに応えたDHA入りソーセージなど、「持続可能なタンパク質の提供」と「健康価値の創造」を実現してまいります。

グローバル戦略の対応

当ユニットでは北米やアジアにグループ生産拠点や販路を持ち、商品開発力を生かした製品を各エリアのニーズに合わせて提供していきます。2024年より群馬工場で生産したピザ・グラタンをベトナムへ輸出し、グループ会社Sai Gon Foodにて最終製品化して現地での販売を開始しました。北米では、グループ会社Waffle Waffleが現地で製造した冷凍麺類をアメリカのスーパーマーケットで販売しています。このような取組みを拡大し、海外での生産・販売比率を高めていきます。

ステークホルダーの皆さまへ

当ユニットは、消費者のニーズに応えた商品を提供し、販売促進・広告宣伝を通じて新しい「Umios」ブランドの認知拡大に努めることで企業価値の向上につなげていきます。主な課題は「海外市場のさらなる開拓」であり、人材の確保・育成を含めた体制強化を進めます。また国内の「人口減少による人手不足への対応」も課題であり、生産工場での省人化、効率化による国内外生産拠点の最適化を図ってまいります。

Topics

新中華街シリーズ発売30周年

「家庭で味わえる本格品質」をコンセプトに、1995年の誕生から多くのお客さまにご愛顧いただき、発売から30周年を迎えました。伸長する市販用冷凍麺類市場に向け、赤坂璃宮 譚オーナーシェフ監修の新商品「えびと野菜のあんかけラーメン」を発売しました。



ユニット別戦略

加工食品セグメント

ファインケミカルユニット



執行役員
ファインケミカルユニット長
鷹谷 公博

健康機能性素材のリーディングサプライヤー

当ユニットは、「海の恵み」を健康分野に生かすことを目的とし、水産物由来の健康機能性素材（DHA、EPA、コンドロイチン、スクワラン、プロタミン、DNAなど）を当社の強みとし、主に製薬・健康食品メーカーに提供しています。①ブランド力と原料から製品まで一貫生産できるノウハウ、②お客さまに必要な知識を提供できる高い専門性、③長年の信頼関係による販売力が競争優位性です。

高齢化社会においてますます高まる健康維持への関心に応えるため、これまでの抽出技術から培養技術へと軸足をシフトさせ、健康機能性素材の安定供給体制の確立と新素材の開発に取り組んでいます。これらの取組みを通じて、健康機能性素材のリーディングサプライヤーとしての地位を確立してまいります。

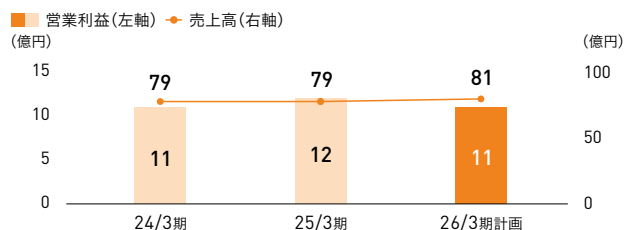
2025年3月期の概況

サプリメントの需要減少による在庫調整、さらには消費者庁による機能性表示制度の運用見直しなど、厳しい事業環境に直面しました。一方、医薬品向け販売が底堅く推移したことにより、売上は前年並みを維持し、増益となりました。

市場における強み・優位性

- 水産由来の強いブランド力と原料から製品まで一貫生産できるノウハウ
- お客さまに原料・製造・品質管理など必要な知識を提供できる高い専門性
- 長年にわたり築きあげた信頼関係をベースに構築した販売力

売上高／営業利益



※2026年3月期組織体制にもとづき過去データを組み換えて表示

バリューサイクル強化への寄与

当ユニットは、これまでも消費者起点を軸に、水産原料調達・開発・製造・品質管理・販売の「バリューサイクル」を一貫通貫で事業展開してきました。

今後も「水産原料からの抽出」という強みを生かしつつ、水産資源の減少や規制強化などの環境変化に対応するため、培養技術を積極的に取り入れていきます。これにより健康機能性素材の安定供給体制を強化し、引き続き消費者起点の「バリューサイクル」を発展させていきます。

グローバル戦略の対応

DHAは科学的に証明された健康維持に欠かせない機能性成分です。世界的な健康志向の高まりによりDHA需要が拡大する一方、世界中の多くの人が必要量を摂取できておらず、魚油供給も不安定化しています。

この課題に対応するため、世界有数の微細藻類メーカーMara Renewables Corporationと戦略的業務提携を実現し、微細

藻類由来DHA合併製造会社の立ち上げを計画中です。

さらに、当社独自の無臭化技術や乳化技術を活用し、健康食品だけでなく飲料をはじめとする一般食品市場へと販路を拡大します。グローバルな供給体制と地域ニーズに応じた製品開発により、グローバル戦略を推進していきます。

ステークホルダーの皆さまへ

高齢化が加速する中、単なる寿命延長ではなく、「健康寿命」の延伸が重要課題となっており、当社が得意とする水産物には、健康維持・改善に有効な機能成分が豊富に含まれています。高齢化の加速と医療財政の課題により、医薬領域と一般食品の間に位置する「予防食」「未病食」「健康維持食」の分野は、今後ますます拡大すると確信しています。

当ユニットは、持続可能な方法で高品質な機能性素材を安定提供するリーディングメーカーとして、皆さまの健康で豊かな生活に貢献することをミッションに掲げ、企業価値の向上に全力で取り組んでまいります。

Topics

需要拡大が続くDHA市場への取組み

DHAは青魚に多く含まれる必須脂肪酸で、脳や目の健康維持の他、心疾患リスクの低減や中性脂肪の低減に効果が期待され、サプリメントや食品など幅広く活用されています。当社はMara Renewables Corporationと提携し、微細藻類由来DHAの独占供給を受けて製造・販売を開始。無臭化技術を生かした製品開発により食品分野への展開を加速しています。未病・予防を支える食品分野への展開を強化し、健康価値創出に取り組んでいます。

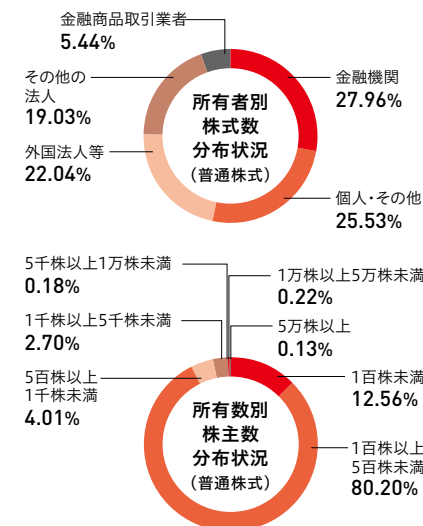
株式情報 (2025年3月31日現在)

上場証券取引所	東京証券取引所
発行可能株式総数	118,957,000株
発行済株式の総数	50,578,837株 (自己株式 41,549株を含む)
株主数	67,721名

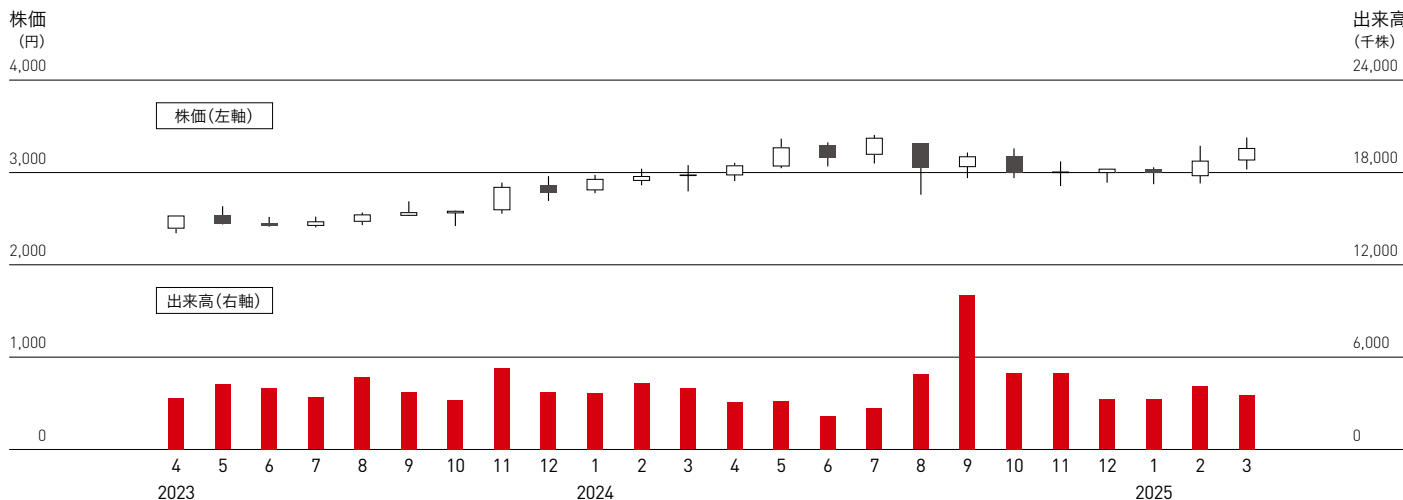
大株主の状況

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,540	12.94
大東通商株式会社	4,931	9.76
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,980	5.90
JPモルガン証券株式会社	1,014	2.01
農林中央金庫	932	1.84
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	850	1.68
OUGホールディングス株式会社	846	1.67
株式会社みずほ銀行	799	1.58
日本生命保険相互会社	739	1.46
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	714	1.41

(注) 1. 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しています。
 2. 持株比率は、発行済株式総数から自己株式(41,549株)を控除して計算しています。なお、自己株式には、株式給付信託(BBT)に係る信託口名義の株式(166,876株)は含まれていません。



株価と出来高の推移



会社情報

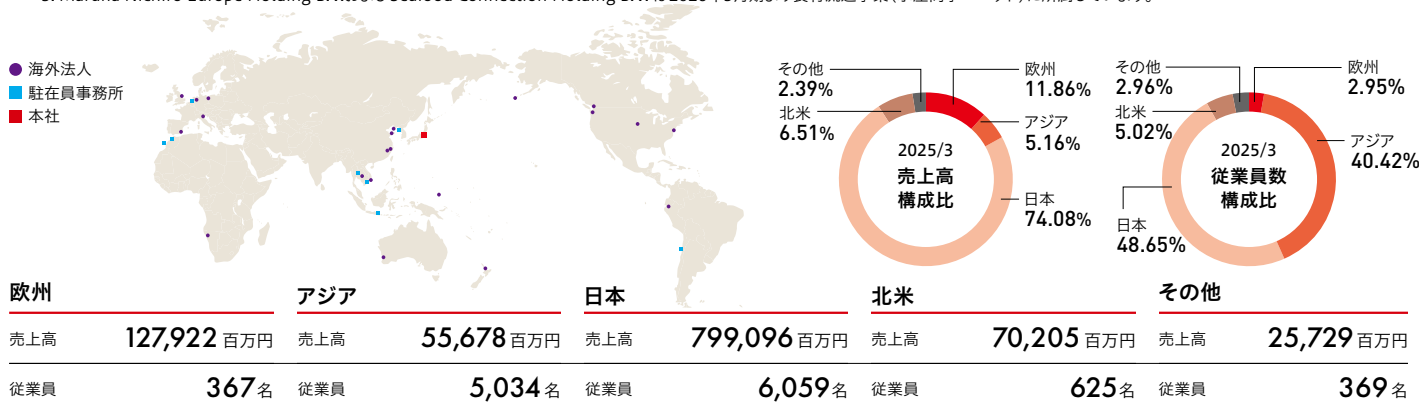
(2025年3月31日現在)

会社名	マルハニチロ株式会社
設立	1943年3月
本社所在地	東京都江東区豊洲3-2-20
資本金	200億円
従業員数	単体：1,689名 連結：12,454名
グループ会社	150社 (国内69社、海外81社) ● 連結子会社78社 ● 非連結子会社18社 (うち持分法適用会社2社) ● 関連会社54社 (うち持分法適用会社25社)

重要な子会社

会社名	資本金(百万円)	当社の出資比率(%)	主要な事業内容
大洋エーアンドエフ株式会社	709	100.0	水産資源事業(漁業ユニット)
Austral Fisheries Pty Ltd.	千豪ドル 31,035	50	水産資源事業(漁業ユニット)
Maruha Capital Investment, Inc.	千米ドル 66,943	100.0	水産資源事業(北米ユニット)
Westward Seafoods, Inc.	千米ドル 30,740	※100.0	水産資源事業(北米ユニット)
Premier Pacific Seafoods, Inc.	千米ドル 1	※100.0	水産資源事業(北米ユニット)
Maruha Nichiro Europe Holding B.V.	千ユーロ 100	100.0	水産資源事業(北米ユニット)
Seafood Connection Holding B.V.	千ユーロ 18	※70	水産資源事業(北米ユニット)
大都魚類株式会社	2,628	100.0	食材流通事業(水産商事ユニット)
神港魚類株式会社	100	100.0	食材流通事業(水産商事ユニット)
大東魚類株式会社	100	90.2	食材流通事業(水産商事ユニット)
株式会社マルハ九州魚市ホールディングス	97	100.0	食材流通事業(水産商事ユニット)
九州中央魚市株式会社	90	※83.6	食材流通事業(水産商事ユニット)
株式会社ヤヨイサンフーズ	727	100.0	食材流通事業(食材流通ユニット)
株式会社マルハニチロオーシャン	50	100.0	食材流通事業(食材流通ユニット)
マルハニチロ畜産株式会社	400	100.0	食材流通事業(農畜産ユニット)
アイシア株式会社	660	100.0	加工食品事業(加工食品ユニット)
株式会社マルハニチロ北日本	50	100.0	加工食品事業(加工食品ユニット)
KF Foods Limited	百万パーツ 300	※99.9	加工食品事業(加工食品ユニット)
Kingfisher Holdings Limited	百万パーツ 119	※50.6	加工食品事業(加工食品ユニット)
Southeast Asian Packaging and Canning Limited	百万パーツ 90	※99.9	加工食品事業(加工食品ユニット)
株式会社マルハニチロ物流	430	100.0	その他

(注)1. ※印は間接保有の株式が含まれています。 2. 会社名の左に記載している ⇄ マークは、事業別になっています。(● 水産資源事業、■ 食材流通事業、■ 加工食品事業、■ その他)
3. Maruha Nichiro Europe Holding B.V.およびSeafood Connection Holding B.V. は2026年3月期より食材流通事業(水産商事ユニット)に所属しています。



11ヵ年データ

サステナビリティレポート