

2026年3月期 第2四半期(中間期)決算説明会資料 (2025年4月－2025年9月)

2025年11月12日

マルハニチロ株式会社(TSE:1333)



Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  **umios**

1. 2026年3月期 第2四半期(中間期)概況・通期計画	4ページ
2. 中期経営計画に掲げた注力テーマと取組み状況	19ページ
Appendix	31ページ

水産資源の調達から流通・加工までを一貫して展開する川上～川下統合型の事業モデル



2026年3月マルハニチロは、Umiosへ

目指す姿：海を起点とした価値創造力で「食」を通じて人も地球も健康にするソリューションカンパニー

当社の事業概要、中期経営計画、そして私たちが目指す姿について改めて簡単にご説明いたします。

当社は、水産をはじめとした資源の調達から流通・加工までを一貫して展開する、川上から川下まで統合されたビジネスモデルを構築しています。「水産資源」「食材流通」「加工食品」の3つのセグメントを軸に、グローバルな調達ネットワークとメーカー機能を兼ね備えた、多様な販売チャネルを持つ流通業。この独自のビジネスモデルが、競争優位の源泉であると考えています。

今期からスタートした中計では、3年間で成長投資1,400億円を実施し、営業利益400億円、ROIC5%の達成を目指しています。そして新たなアイデンティティとして「海を起点とした価値創造力で『食』を通じて人も地球も健康にするソリューションカンパニー」を目指す姿として定めたことから、2026年3月に、社名を「Umios」へ変更いたします。145年の歴史を持つ当社は、今、大きな転換点にあります。外部環境の変化が加速するなか、財務基盤の改善にも成果が見え始めた今こそ、次の100年に向けて企業変革を本格的に進める時期と考えました。その象徴の1つが社名変更であり、現在さまざまな改革を実行に移しています。

1. 2026年3月期 第2四半期(中間期)概況・通期計画

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ 

- 1Qに続き、営業利益は中間期最高の187億円を達成し、上方修正した通期計画達成に向けて順調に進捗
- 特に北米ユニットの収益大幅改善と欧州事業の好調が貢献
- 政策保有株式の縮減により投資有価証券売却益38億円を特別利益に計上(前期は71億円を計上)

	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期	前年対比	
			増減	増減率
売上高	5,367	5,321	46	+0.9%
営業利益 (営業利益率)	187 (3.5%)	161 (3.0%)	27	+16.6%
経常利益 (海外経常利益比率)	183 (50.4%)	157 (43.2%)	26	+16.8%
親会社株主に帰属する中間純利益	125	138	△ 14	△ 9.8%
期中平均為替レート	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期		
米ドル	149.01円	152.31円		
ユーロ	162.62円	164.83円		
タイバーツ	4.45円	4.22円		

連結全体の決算ハイライトですが、増収増益を達成しました。

特に、営業利益は第1四半期に続いて過去最高数値を達成し、187億円で着地しています。通期計画は、第1四半期に営業利益と経常利益を上方修正しましたが、特に北米ユニットの大幅な収益改善とヨーロッパ事業の好調により、順調に進捗しています。

なお当期純利益については、政策保有株式の縮減が進み、投資有価証券売却益38億円を特別利益に計上したものの、前年同期での縮減が大きかったことで減益となりました。

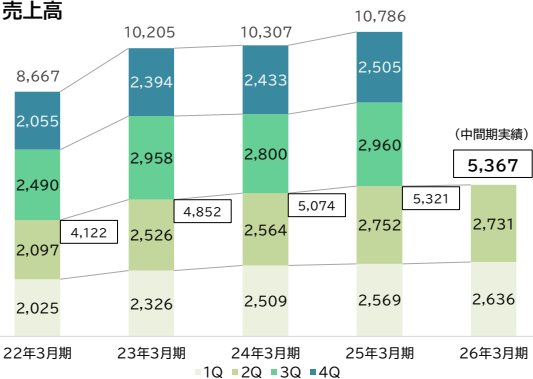
MARUHA NICHIRO



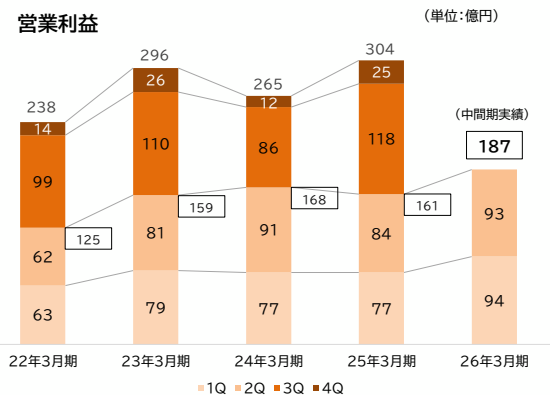
水産資源セグメントは、先ほど申し上げた通り、北米ユニットの改善により増益となりました。食材流通セグメントは、水産物の販売単価上昇や、買収した子会社利益の取り込みがありましたが、畜産事業の収益構造見直しにより、セグメント全体では前年並みとなりました。加工食品セグメントは、前年同期比で減益となりましたが、年間計画に対して想定通りに進捗しています。

営業利益は中間期として過去最高となる**187億円**を達成し、安定した利益成長を確保

売上高



営業利益



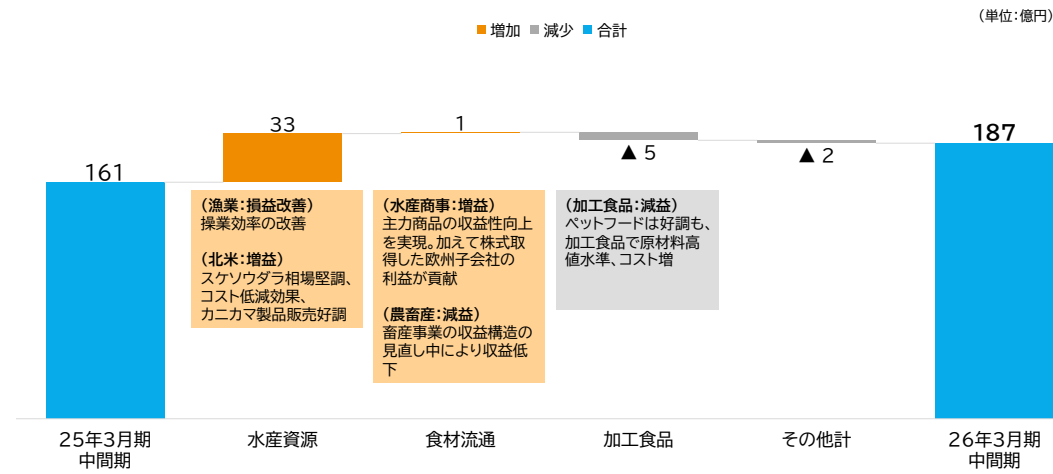
Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ 7

四半期別の業績推移です。
ご覧のとおり、1Q、2Qともに安定した利益成長を確保しています。

営業利益の増減要因(前年対比)

水産資源セグメント大幅改善、食材流通セグメントは前年並みも加工食品セグメントは減益



セグメント別営業利益の滝チャートです。
ご覧のとおり、水産資源セグメントの増益による貢献が大きくなっています。

中期経営計画で掲げた北米の収益改善や漁業の操業効率改善により、全体で前年対比33億円増益

(単位:億円)						ユニット	中間期の状況
売上高	ユニット	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期	前年対比		漁業 (減収損益改善)	ミクロネシア海域のカツオの漁獲減や魚価低迷により減収。スナッパー(オーストラリア)やアジ(ニュージーランド)などの漁獲増、カナダ沖カラスガレイの魚価上昇、インド洋のキンメダイ事業からの撤退により、損益改善。
	漁業	163	183	△ 21	△11.3%		
	養殖	95	79	16	+19.9%		
	北米	359	357	1	+0.4%		
営業利益	セグメント計	616	619	△ 4	△0.6%	養殖 (増収増益)	ブリ・カンパチの販売価格が堅調。生産コスト(資材費、人件費、物流費など)の高止まり継続も、増収効果ならびに歩留まり改善により、増益。
	国内	△ 4	△ 12	7	—		
	海外	15	△ 12	26	—		
	セグメント計	10	△ 23	33	—		
営業利益率(%)		1.6%	—	—	—	北米 (売上前年並み、増益)	スケソウダラ相場が堅調に推移。生産拠点の統合などによるコスト低減効果やカニカマ製品の販売が好調。
営業利益の詳細はこちら							

水産資源セグメントの概況です。

3つのユニットそれぞれ増益で着地しました。特に北米ユニットの貢献が大きく、全体では前年の赤字から大きく改善し33億円の増益となりました。

国内外における水産物の販売単価上昇や主力商品の収益性が向上

(単位:億円)					
	ユニット	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期	前年対比	
				増減	増減率
売上高	水産商事	2,090	2,019	70	+3.5%
	食材流通	1,225	1,188	36	+3.1%
	農畜産	393	496	△ 102	△20.6%
	セグメント計	3,708	3,703	4	+0.1%
営業利益	国内	61	68	△ 6	△9.5%
	海外	31	23	7	+31.3%
	セグメント計	92	91	1	+0.9%
	営業利益率(%)	2.5%	2.5%	0.0	—

営業利益の詳細はこちら

ユニット	中間期の状況
水産商事 (増収増益)	<国内> ホタテ、エビなど水産物全般の販売単価上昇。 <欧州> 主力商品の収益性向上に加え、2025年5月に 取得した欧州子会社の利益も貢献。
食材流通 (増収減益)	グループ内連携を強化し、業態ニーズを的確に捉えて、 販路を拡大し、増収。一方で、業務効率の改善や生産性 向上に努めたものの、コスト上昇分を補いきれず、減益。
農畜産 (減収減益)	畜産事業の収益構造の見直しを継続中。加えて、国内市 場における輸入冷凍豚肉の需給調整に伴う価格変動の 影響により減収減益。

食材流通セグメントの概況です。

ヨーロッパの事業を含む水産商事が増益でしたが、食材流通がコスト上昇により減益、農畜産が輸入冷凍豚肉の価格変動などにより減益となり、全体としては前年なみの着地となりました。

加工食品セグメント



原材料高値水準およびコスト増により、前年対比5億円減益となるも想定通りの推移

(単位: 億円)					
	ユニット	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期	前年対比	
				増減	増減率
売上高	加工食品	900	861	39	+4.5%
	ファインケミカル	39	36	3	+8.6%
	セグメント計	939	897	42	+4.7%
営業利益	国内	25	30	△ 5	△15.8%
	海外	50	50	△ 1	△1.5%
	セグメント計	75	80	△ 5	△6.9%
	営業利益率(%)	7.9%	8.9%	△ 1.0	—

営業利益の詳細はこちら

ユニット	中間期の状況
加工食品 (増収減益)	ペットフード事業(タイ)における北米向け販売好調、および国内事業の価格改定効果により増収。一方で、原材料高値水準およびコスト増により減益。
ファインケミカル (増収、利益前年並)	ヘパリンならびに医薬品向けの販売が堅調に推移。

加工食品セグメントの概況です。

ペットフード事業の販売好調や価格改定効果で増収も、コスト増加などにより減益となりました。

連結貸借対照表



(単位:億円)

	25年9月末	25年3月末	増減	主な内容(前期末比)
流動資産	4,369	4,146	223	現預金(+14)、売上債権(+85)、 棚卸資産(+114)
固定資産	2,773	2,666	107	有形固定資産(+31)、無形固定資産(+11) 投資有価証券(+29)
資産合計	7,142	6,812	330	
流動負債	2,602	2,369	233	仕入債務(+54)、短期借入金(+28) コマーシャルペーパー(+100)
固定負債	1,798	1,689	109	長期借入金(△71)、社債(+180)
負債合計	4,400	4,058	342	
株主資本	2,016	1,971	45	利益剰余金(+94)
その他包括累計	302	325	△ 22	
非支配株主持分	423	458	△ 35	
純資産合計	2,742	2,754	△ 12	
負債純資産合計	7,142	6,812	330	
有利子負債	2,947	2,709	237	
ネットD/Eレシオ	1.1倍	1.0倍	0.1	
自己資本比率	32.5%	33.7%	△ 1.2	

連結キャッシュフロー計算書



(単位: 億円)

	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期	増減	主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	113	89	24	・税金等調整前中間純利益 (222) ・減価償却費(のれん含む) (98) ・投資有価証券売却損益(益:△) (△38) ・売上債権の増減額(増加:△) (△77) ・棚卸資産の増減額(増加:△) (△97) ・仕入債務の増減額(減少:△) (53) ・法人税等の支払額 (△66)
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 161	30	△ 191	・有形固定資産の取得による支出 (△110) ・利息および配当金の受取額 (14)
財務活動による キャッシュ・フロー	82	△ 101	182	・短期借入金の増減額(減少:△) (△86) ・コマーシャルペーパーの増減額(減少:△) (100) ・長期借入金の増減額(減少:△) (47) ・社債の発行による収入 (179) ・配当金の支払額 (△30)
現金・現金同等物の 期末残高	499	406	93	—

● 上方修正計画(2025年8月5日発表)の達成に向けて順調に進捗

(単位:億円)

		25年3月期 実績(A)	26年3月期 修正計画(B)	増減額 B-A	26年3月期 中間期実績 (C)	進捗率 C÷B
売上高	(億円)	10,786	10,800	14	5,367	49.7%
営業利益	(億円)	304	300	△ 4	187	62.5%
(営業利益率)	(%)	(2.8%)	(2.8%)	△ 0	(3.5%)	
経常利益	(億円)	323	290	△ 33	183	63.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	(億円)	233	175	△ 58	125	71.2%
(ご参考) 1株当たり当期純利益	(円)	461.90	347.44	△ 114.46	247.23	-

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  14

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

8月5日に上方修正した通期計画と中間期実績の進捗率を示しています。

営業利益・経常利益については、いずれも60%以上の進捗となりました。
下期には、企業変革費用の計上を見込んでおりますが、そのコストも含めて通期計画の達成に向けて順調に進捗しています。

2026年3月期 セグメント別概況(通期計画・中間期実績・施策)



(単位:億円)					
	25年3月期 実績(A)	26年3月期 修正計画(B)	増減 (B-A)	26年3月期 中間期実績	進捗率
売上高					
水産資源セグメント	1,276	1,348	72	616	45.7%
食材流通セグメント	7,511	7,316	△ 195	3,708	50.7%
加工食品セグメント	1,798	1,926	128	939	48.8%
その他	202	210	8	104	49.5%
合計	10,786	10,800	14	5,367	49.7%
営業利益					
水産資源セグメント	△ 39	6	45	10	166.7%
食材流通セグメント	180	170	△ 10	92	54.1%
加工食品セグメント	139	136	△ 3	75	55.1%
その他	23	△ 12	△ 35	11	—
合計	304	300	△ 4	187	62.3%
国内外営業利益内訳					
	修正計画		中間期実績		
国内	132		90		
海外	168		98		
合計	300		187		

施策

- 水産資源セグメント:
 - ・コスト低減や操業体制見直しなどによる効率化
 - ・川下戦略の強化
- 食材流通セグメント:
 - ・欧州事業の拡大
 - ・顧客ニーズに対応した効率的な販売体制構築と運営
- 加工食品セグメント:
 - ・生産体制の最適化などによる収益性向上
 - ・グローバル展開強化

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ 15

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

セグメント別の通期計画・中間期実績と下期の施策です。
それぞれ期初に掲げた施策を、下期も継続して推進してまいります。

セグメント・ユニット		業績見込みと事業環境
水産資源	(業績見込み)中間期で通期計画を超過も、下期は各ユニットとも慎重な業績見込み	
	漁業	構造改革は進むも、マグロ、カツオ、イワシの価格が低迷しており、厳しい収支状況が続く見込み
	養殖	生産コスト(資材費、人件費、物流費など)は高止まりが継続する見込み
	北米	スケソウダラ相場、米国カニカマは依然堅調に推移する見込みも、生産コストは継続的に高水準となる見込み
食材流通	(業績見込み)国内・海外ともに順調な進捗を見込む	
	水産商事	商材価格は高値圏継続も、消費は底堅く推移
	食材流通	需要は堅調も原料、物流費などコストは依然、高値水準を見込む
	農畜産	調達コストは高値水準が継続、国内市場は低価格志向
加工食品	(業績見込み)中間期の減益は想定ライン、下期は海外が継続して堅調な見込み	
	加工食品	ペットフード(タイ)は堅調の見込みも、米国関税影響は注視
	ファインケミカル	主要顧客の在庫調整やサプリメントなど健康食品の需要低下

業績見込みと事業環境です。

水産資源セグメントは、中間期で営業利益が10億円と、すでに通期計画の6億円を超過しておりますが、下期は各ユニットともご覧の事業環境を背景として、慎重な業績見込みとしております。

食材流通セグメントは、国内・海外ともに順調な進捗を見込んでおります。

加工食品セグメントは、中間期で前年同期比減益となりましたが、社内計画どおりの進捗です。下期は、海外のペットフード事業の堅調を見込みつつ、米国関税の影響を注視しています。

- 【株式分割】投資家層の拡大と流動性の向上を目的として1:3の株式分割を実施
- 【株主優待】新社名の認知向上およびパーパスへご理解いただくことを目的として、新社名記念株主優待(期間限定)を導入

株式分割について

分割基準日	2025年12月31日
分割比率	普通株式1株を3株に分割



株式分割について

<https://www.maruha-nichiro.co.jp/corporate/ir/library/pdf/20251110.jp.Notice.stock.split.pdf>



株主優待について

<https://www.maruha-nichiro.co.jp/corporate/ir/library/pdf/20251110.jp.Notice.shareholder.benefit.pdf>

株主優待について

権利確定日 および 実施期間	2026年3月末、2027年3月末、2028年3月末の計3回 新社名記念という設計のため、2028年3月期を最終年度とする 中計期間中(3年間)に実施	
内容 (2026年3月末)	保有株数に応じて下記の優待品を進呈	
	100-499株	Umiosオリジナルギフトカード 500円分
	500-999株	当社商品 3,000円相当
	1,000株以上	当社商品 5,000円相当

※内容設計中の為、変更が生じる可能性があります。内容は改めて公表いたします。

※本株主優待制度に係る費用は、中計期間中に計画している企業変革費用の中に含まれております。

11月10日に公表しました株式分割と株主優待について、簡単にご説明いたします。

12月31日を基準日として、1対3の株式分割を実施すると同時に、新社名の認知向上と、新しいパーパスへのご理解を目的として、株主優待を導入いたします。株主優待については、新社名記念という設計のために中計3年間の限定施策として実施いたします。実施にあたってのコストは株主数によって変化があり、あくまで試算ですが数億円レベルと考えています。なおこのコストは企業変革費用に含んでおります。

(参考)株式分割考慮後の配当金について

- 2026年3月期の配当は、配当性向30%(累進配当)にもとづき、株式分割前換算で年間110円
(第2四半期末50円、期末60円を予定)
- 2025年12月31日を基準日とした1:3の株式分割を考慮すると、期末配当は1株当たり20円
- 株式分割前と分割後では、配当金における実質的な変更はない

1株当たり年間配当金

	第2四半期末	期末	合計
2025年3月期末	50円	60円	110円
2026年3月期末 (株式分割前換算)	50円	20円 (60円)	—※ (110円)

※2026年3月期末の合計につきましては、株式分割の実施により単純比較ができないため表示しておりません。

株式分割考慮後の配当金についてお示ししています。

1:3の株式分割を考慮すると、1株当たり期末配当金は20円となりますが、分割前と実質的な変更はございません。

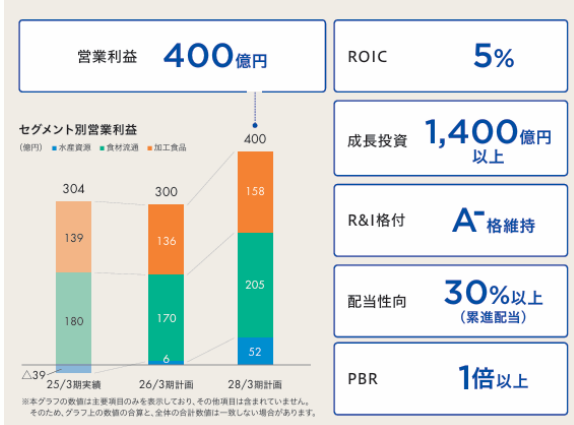
2. 中期経営計画に掲げた注力テーマと取組み状況

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  **umios**

「バリューサイクル」「グローバル戦略」に加え「挑戦と共創」で営業利益400億円を目指す

新長期ビジョンの実現に向けたアクション



Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ umios 20

改めて、こちらが中計の方針ですが、新長期ビジョンで掲げた3つのアクション、バリューサイクル、グローバル戦略に加えた、「挑戦」と「共創」の企業文化の醸成を推進し、最終年度には、営業利益400億円を目指してまいります。

各ユニットごとに事業方針を設定して推進

セグメント	テーマ	ユニット	事業方針
水産資源	持続可能な事業の選択と集中	漁業	持続可能な体制に向けて再構築
		養殖	次なる資源調達の柱とすべく強化
		北米	生産性向上・コスト低減 川下戦略の強化
食材流通	川下戦略とグローバル戦略へ投資	水産商事	グローバルな水産物流強化
		食材流通	グループ内販売連携強化
		農畜産	収益構造の見直し(畜産) グループ内販売連携強化
加工食品	付加価値創出を強化	加工食品	収益改善、生産体制最適化加速 グローバル展開の強化
		ファインケミカル	価値創造力強化のための積極投資

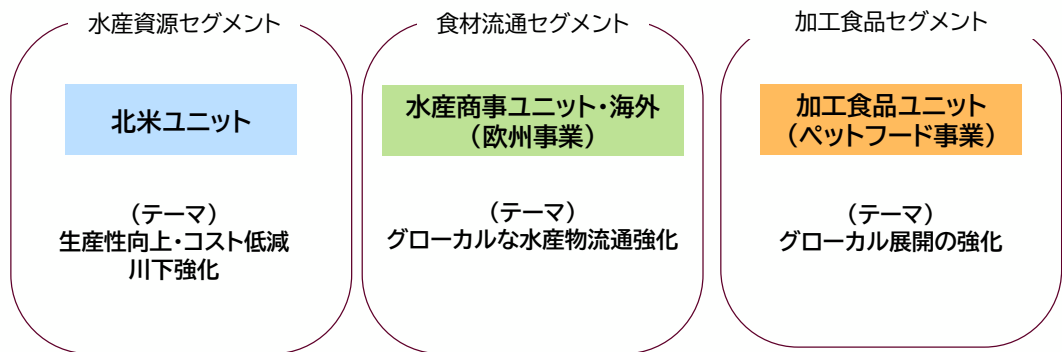
Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

21

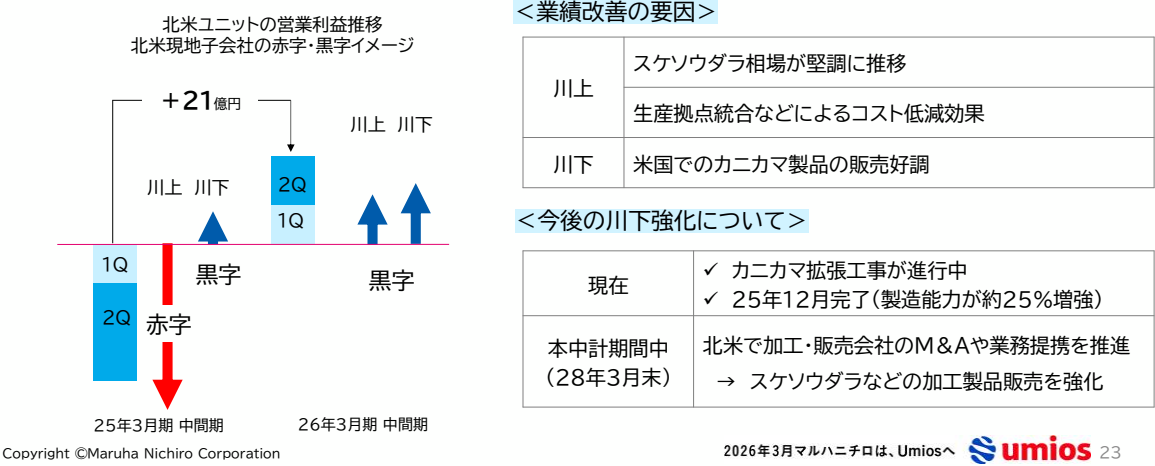
中計期間におけるユニット別の事業方針です。

本日はこの中で、北米、水産商事、加工食品の3つのユニットについて、中計の中で特に注力しているテーマと、その取り組み状況をご説明いたします。

中期経営計画の中で、特に注力している3つのテーマとその取り組み状況をご説明します



中期経営計画で掲げた事業方針の進捗により、1Qに引き続き川上が赤字から黒字へ大きく改善

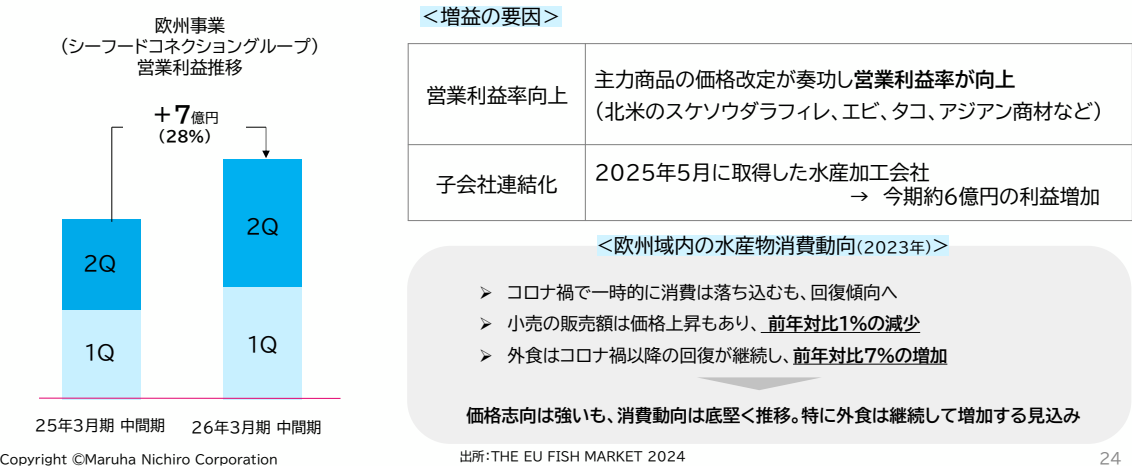


中間期で前年同期比21億円と大幅に改善した北米ユニットについてご説明します。

左のグラフは、アメリカの現地子会社を川上と川下に分け、損益をイメージできるように表記しました。ご覧の通り、前期は川上、つまりスケソウダラの調達・加工で大きな損失を計上しましたが、今期は黒字に転じました。業績が改善した理由は3つです。川上では、スケソウダラ相場の堅調と、生産拠点の統合などによるコスト削減などが挙げられます。

川下では、カニカマ製品の販売好調が寄与しました。また、カニカマ工場の拡張が進んでおり、12月に完了予定です。製造能力は約25%増強し、増産体制を整えます。さらに、中計の中で北米でのM&Aや業務提携も検討しており、川下強化による成長を目指します。

欧州全体の底堅い消費動向の中、価格改定による収益性向上やM&Aの貢献もあり、28%の増益



前年同期比で28%の増益を実現した、シーフードコネクショングループを中心とするヨーロッパの事業です。

増益要因は2つです。1つ目は、ヨーロッパで扱っている主力商品の価格改定が奏功して、営業利益率が改善したこと。2つ目は、2025年5月に株式を取得した水産加工会社による増益です。この連結により、年間で約6億円の増益効果を見込んでいます。参考までに、ヨーロッパ域内の水産物消費動向については、コロナ禍で一時的に消費が落ち込みましたが、現在は外食需要の回復が続き、消費全体としても底堅く推移している状況です。



欧州事業を展開するシーフードコネクショングループについて

- オランダを拠点として欧州全域の量販・外食や水産加工会社に冷凍水産物や冷凍加工品を提供
- 主な販売拠点は欧州5か国(オランダ、イギリス、スペイン、ポーランド、イタリア)

優位性

① 規模・希少性

- ・欧州域内で最大級規模の冷凍水産物トレーディング
- ・欧州全域をカバーできる企業は極めて希少



② 総合提案力

- ・多様な製品群
- ・顧客対応能力
- ・効率的な営業体制

スケソウダラフィレ、エビ、タコ、アジアン食材など多彩な冷凍加工品を提供



成長戦略

販路拡大

外食市場を中心に攻略

M&A

グループ機能強化

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

主要水産消費国
(スペイン、イタリア、ポルトガルなど)

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ 25

この事業の優位性と今後の成長戦略です。

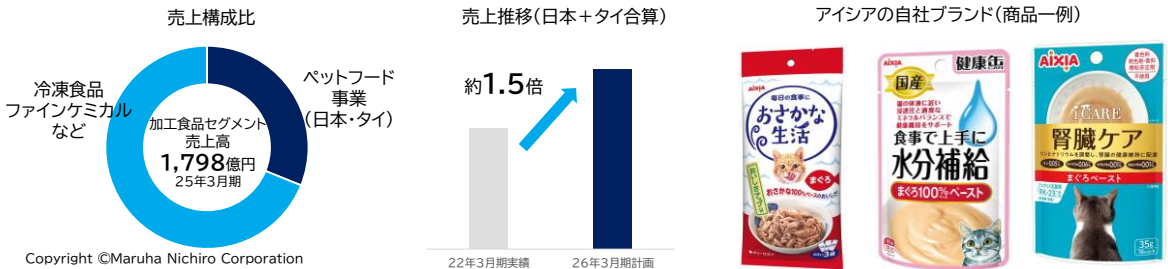
優位性の1つは、その「規模」と「希少性」で、冷凍水産物のトレーディング分野ではヨーロッパ域内で最大級の規模を誇ります。ヨーロッパでは、各国で商事活動を行う企業は数多くあるものの、輸入の冷凍水産物においてヨーロッパ全域をカバーできる企業は少なく、その希少性がシーフードコネクションの大きな強みとなっています。

もう1つの優位性は「総合提案力」です。ご覧の多彩な冷凍水産物・加工品を取り扱っており、量販・外食・加工会社など多様な顧客ニーズに対応できる点が大きな強みです。今後、第1にヨーロッパ域内の販路をさらに拡大し、消費をけん引している外食市場を中心に攻略していくほか、ヨーロッパ内外でのさらなるM&Aも視野に入れています。

そして最後にグループ機能の強化です。国を超えて事業を拡大する中で、シーフードコネクションがグループの支援本部として、財務、IT、CSR、購買、商品開発、品質管理などの分野で各社を支援しています。共通原料の共同購買や金融機関との一括交渉を通じて、コスト削減とグループ全体の競争力強化を進めています。

ペットフードの製造・加工・販売を展開、2026年3月(計画)は2022年と比較して1.5倍の成長を目指す

所在国	事業会社	事業内容
日本	アイシア AIXIA	1990年設立、国内で自社ブランドペットフードの販売を展開。ウェットキャットフード分野では国内シェアNo.2※ ※出所：富士経済
タイ	シーパック KINGFISHER HOLDINGS LIMITED	米国を中心に世界各国の顧客にペットフード(キャットフード中心)などをOEM製造・販売。プレミアムペットフードの製造に強み



加工食品ユニットのペットフード事業についてご説明します。

この事業は今回初めてご説明しますので、まずは事業概要からご紹介いたします。
日本とタイに事業会社があり、日本ではアイシアブランドのペットフードを販売、ウェットタイプのキャットフードでは国内シェア2位となります。
タイでは、アメリカを中心に世界各国ペットフードブランドの顧客に対してOEM製造を担っています。売上規模はご覧の通りで、売上は2022年と比較すると、今期は約1.5倍の規模まで成長を目指しています。

<世界ペットフード市場は米国を中心に堅調な成長>

- 市場規模は2024年時点で約18兆円
- ペット飼育者数の増加を背景に今後も増加
- CAGR5~8%の増加が見込まれる

<プレミアムペットフードが特に伸長している背景>

※プレミアムペットフード:安全・栄養・機能性に配慮したフード
ブランド価値により価格プレミアムを実現

Humanization
ペットの家族化

Health & Wellness
安全・健康への意識

Premiumization
高付加価値フード
へシフト

出所:Fortune Business Insights

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

当社事業の優位性と今後の戦略

<優位性>

- ✓ プレミアムペットフードに対応した生産体制
 - ・トレーサビリティや原材料の管理を徹底した体制
 - ・顧客のニーズに応じた多様な製品を柔軟に生産可能

<今後の戦略>

- ✓ グループ内における製造と販売の連携を強化
 - タイで製造した製品をアイシアブランドとして販売(グループ内での収益取り込み)
- ✓ 安全・健康に配慮した製品の開発と販売強化

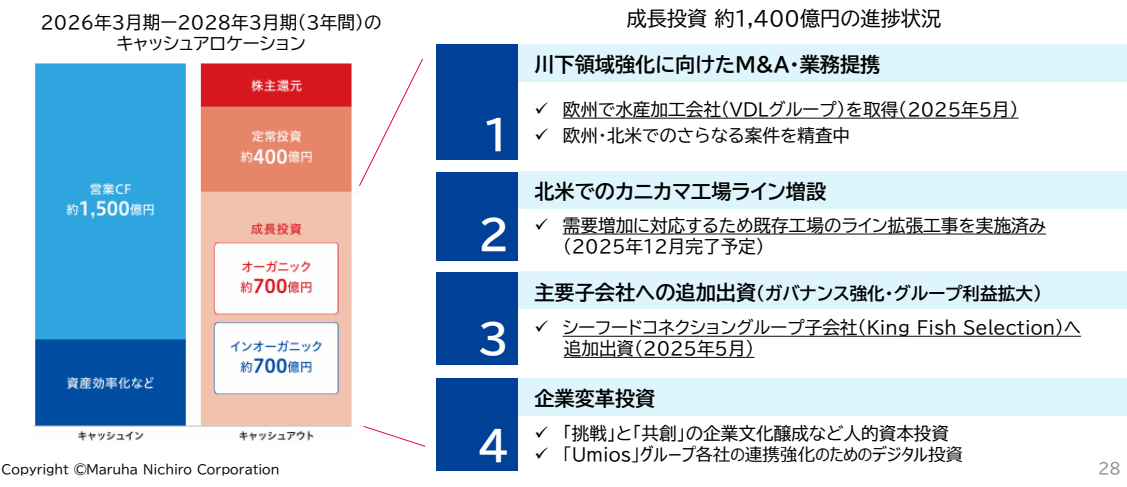
2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  27

市場動向です。

世界のペットフード市場は、2024年時点で約18兆円規模に達すると言われ、今後も年率5~8%の成長が期待されます。少子高齢化などを背景に、ペットを飼育する人が増加し、需要は拡大傾向にあります。その中でも、当社が製造・販売する「プレミアムペットフード」とは、安全性・栄養・機能性などに優れた高付加価値製品を指します。ブランド価値によって高単価を実現できるカテゴリーであり、近年は「ペットを家族の一員として扱う」意識の高まりから、特にアメリカを中心にプレミアム製品へのシフトが進んでいます。タイのペットフード事業では、こうしたプレミアム製品に対応した生産体制を構築しており、その体制を通じて顧客からの信頼を獲得。旺盛な受注につながっています。

今後はグループ内での製造と販売の連携をさらに強化し、安全と健康に配慮した製品のシェア拡大を進め、グループ内で利益を取り込んでまいります。

中間期で実施済のM&A案件などあり。現在もさまざまな案件を検討中



成長投資の進捗です。

3年間で1,400億円の成長投資を計画しており、本日は4つの領域に分けてそれぞれご説明します。

まず川下領域の強化に向けたM&Aや業務提携ですが、すでにヨーロッパ事業においては、今年の5月に水産加工会の株式を取得しました。

2つ目は、先ほどご説明した北米ユニットでのカニカマ工場のライン増設です。

3つ目は、主要子会社への追加出資です。これは特に収益性の高い子会社への出資を追加することで、ガバナンスの強化やグループでの利益拡大を目的としています。

最後が、企業変革投資です。冒頭にもご説明したとおり、企業変革を本格的に進める時期とし、「挑戦」と「共創」の企業文化醸成のための人的資本投資や、「Umios」グループ各社の連携を強化する為のデジタル投資を進めています。

サンマの試験養殖に成功

季節性の高いサンマの安定供給をめざす
先駆的な養殖への取組み

- ・2023年10月
(公財)ふくしま海洋科学館とともにサンマ養殖の研究に着手
- ・2024年6月
出荷目安を超えるサイズへ成長



▲マルハニチロ養殖技術開発センター
で25年8月に水揚げされた養殖サンマ

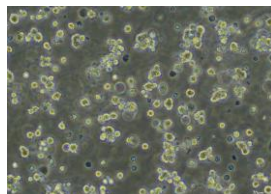


▲開発センターの陸上水槽で
飼育試験中のサンマ

細胞性クロマグロの開発に着手

養殖技術(高品質なクロマグロの細胞)×培養技術
⇒細胞性クロマグロの実用化をめざす

- ・2010年
民間企業として初めてクロマグロの完全養殖に成功し、
天然資源に依存せず卵から成魚まで育てる技術を確立
- ・2023年8月
UMAMI Bioworksと細胞性水産物の共同研究開発を開始



▲浮遊培養中の完全養殖クロマグロの細胞
(画像提供:UMAMI Bioworks)

29

持続可能なタンパク質の供給に向けたトピックスをご紹介します。

1つはサンマの試験養殖です。2008年をピークにサンマの水揚量は当時の10分の1まで減少しています。回遊性の高さや魚体の傷つきやすさなどから、サンマの養殖は非常に困難であると言われてきましたが、当社は、これまで培ってきた養殖技術を生かし、飼料や飼育設備の研究を重ねてようやく、出荷目安のサイズにまで成長させることに成功しました。今後は事業化に向けて、技術を磨いてまいります。

2つめは細胞性クロマグロの開発です。

シンガポールのバイオテクノロジー企業とともに、当社が完全養殖で育てたクロマグロの細胞から培養技術を使って生産する魚肉の共同開発を進めています。水産物由来のタンパク質を供給する新技術として細胞性水産物が注目されている中、当社としてもこの研究開発には大きな期待を寄せています。

- 営業利益は1Qに続き、過去最高の数値を更新
- 中期経営計画で掲げた方針を着実に推進中
- 下期業績を慎重に見込む事業はあるも、通期計画達成に向けて順調な推移
- 成長投資については、実施済の案件も出てきており、今後に向けて案件を検討中

最後に本日の振り返りとして、4つのポイントを改めてお話しさせていただきます。

①中間期の営業利益は、過去最高の数値を更新しました。

②中計で掲げたユニット別の事業方針はそれぞれ着実に推進中で、下期の業績を慎重に見込む事業はあるものの、通期計画の達成に向けて順調に推移しております。

③中計3年間での成長投資についても、実施済みの案件もありますが、さらに今後に向けて複数検討している状況です。

④中計最終年度の営業利益目標400億円に向けて、順調に進捗しております。

。これからの当社グループに、ぜひご期待をいただければ幸いです。
本日はご清聴いただきありがとうございました。

Appendix

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  **umios**

2026年3月期中間期 連結損益計算書



	(単位:億円)		
	26年3月期 中間期	25年3月期 中間期	増減
売上高	5,367	5,321	46
売上原価	4,587	4,588	△ 1
売上総利益	780	733	46
販売費・一般管理費	592	573	20
営業利益	187	161	27
営業外収益	31	30	1
営業外費用	35	34	1
経常利益	183	157	26
特別利益	40	77	△ 37
特別損失	2	3	△ 1
税金等調整前中間純利益	222	231	△ 9
法人税等	62	62	0
非支配株主に帰属する中間純利益	35	31	4
親会社株主に帰属する中間純利益	125	138	△ 14

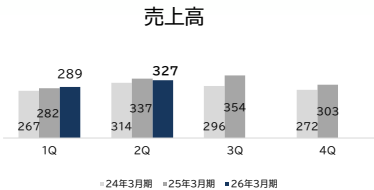
<営業外費用の内訳>

・為替差損 11 億円

<特別利益の内訳>

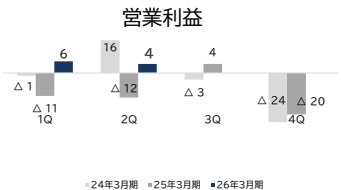
・投資有価証券売却益 38億円

水産資源

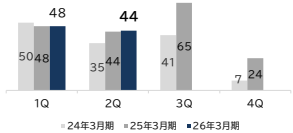
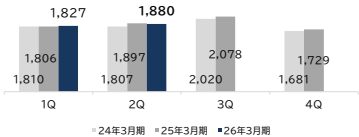


営業利益

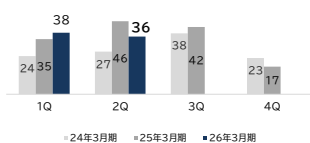
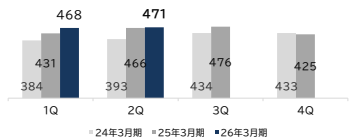
(単位:億円)



食材流通



加工食品



企業変革費用の内容と四半期別の支出イメージ



中計で掲げた「バリューサイクル」「グローバル戦略」の実現の土台となる「挑戦」と「共創」の企業文化醸成のために、企業変革を実施

＜項目別の年度別・四半期支出イメージ＞ ※色が濃いほど支出が多いことを示す

項目	狙う効果	26/3期				27/3期	28/3期
		1Q	2Q	3Q	4Q		
本社移転費用 (2026年3月に実施)	従業員の意識改革・「挑戦」と「共創」の企業文化醸成						
CIブランディング費用 (2026年3月に社名変更)	社外:新CI認知向上及びブランド力強化 (新社名記念株主優待制度含む) 社内:新CIのもとでグループ一体感醸成、シナジー効果創出						
パッケージ改定費用	社外:新CI認知向上						
費用合計				50億円		30億円	20億円

34



左記QRコードまたは下記URLよりご覧ください。
<https://www.maruha-nichiro.co.jp/corporate/sustainability/report/>

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

■ ソリューションカンパニーへの変革

社名を **Umios** ㈱に変更し、次の100年に向けた新たな一歩。「食」を通じて社会課題を解決するソリューションカンパニー への変革を紹介。

2026年3月
マルハニチロは、Umiosへ



■ 企業価値向上への取組み

10年後に向けた新長期ビジョン、および2026年3月期からの3カ年を対象とする中期経営計画「For the ocean, for life 2027」について、セグメント別の事業戦略を含めて解説。

■ 「企業価値の算定式」を軸に構成

経営戦略と企業価値向上のつながりを算定式で可視化。

$$\begin{array}{c} \text{企業価値向上} \uparrow \\ \hline \text{利益の拡大} \uparrow \\ \hline \text{資本コストの低減} \downarrow - \text{成長率の向上} \uparrow \\ \hline \text{企業価値の算定式} \end{array}$$

セグメント・ユニット別、四半期別の実績推移をExcel形式でご用意いたしました。
[こちら](#)からダウンロードしていただきますようお願いいたします。

Thank You

Copyright ©Maruha Nichiro Corporation

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  **umios**



当資料に記載されております計画や見通し、戦略など歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点で入手できる情報から得られた判断に基づいております。実際の業績は様々な重要要素により、これらの見通しとは異なる結果をもたらしうることをご承知おさください。また、本資料の著作権やその他本書類にかかる一切の権利はマルハニチロ株式会社に属します。

2026年3月マルハニチロは、Umiosへ  **umios**