

Over 140 years

存在意義

グループ理念

私たちは誠実を旨とし、本物・安心・健康な『食』の提供を通じて、人々の豊かなくらしとしあわせに貢献します。

ブランドステートメント

海といのちの未来をつくる

引き継がれる創業の精神

マルハニチロの理念の原点

マルハ創業者である中部幾次郎の食を通じて社会に貢献したいという想い。

マルハニチロのDNA

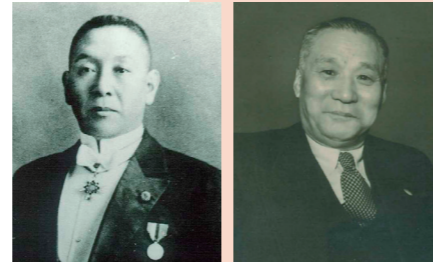
ニチロ創業者である堤清六と平塚常次郎の柔軟な発想やグローバル思考。

マルハ創業者



中部 幾次郎

ニチロ創業者



堤 清六

平塚 常次郎

2010 民間企業として初めてクロマグロの完全養殖に成功



1880 「マルハ(株)」創業
1907 「(株)ニチロ」創業

2007 「(株)マルハニチロホールディングス」誕生

2014 「マルハニチロ(株)」誕生

2022 中期経営計画「海といのちの未来をつくる MNV 2024」公表

近代漁業形成期

戦後復興期

遠洋漁業終焉期

新体制構築期

140余年の時を超えて

おいしさをお届けしてきた私たちのこれまで

売上高

2013

- Austral Fisheries 社(豪)、Seafood Connection 社(蘭)への出資



- 農薬混入事件発生

2014

- 「農薬混入事件を風化させない日～安全・安心再確認の日～」の活動*スタート

2016

- SeaBOSへの参加



2020

- (株)マルハニチロ養殖技術開発センター設立
- 林田食品産業(株)子会社化

2021

- Sai Gon Food Joint Stock 社(越)子会社化



- Inlet Seafish 社(西)、(株)マリンアクセス子会社化

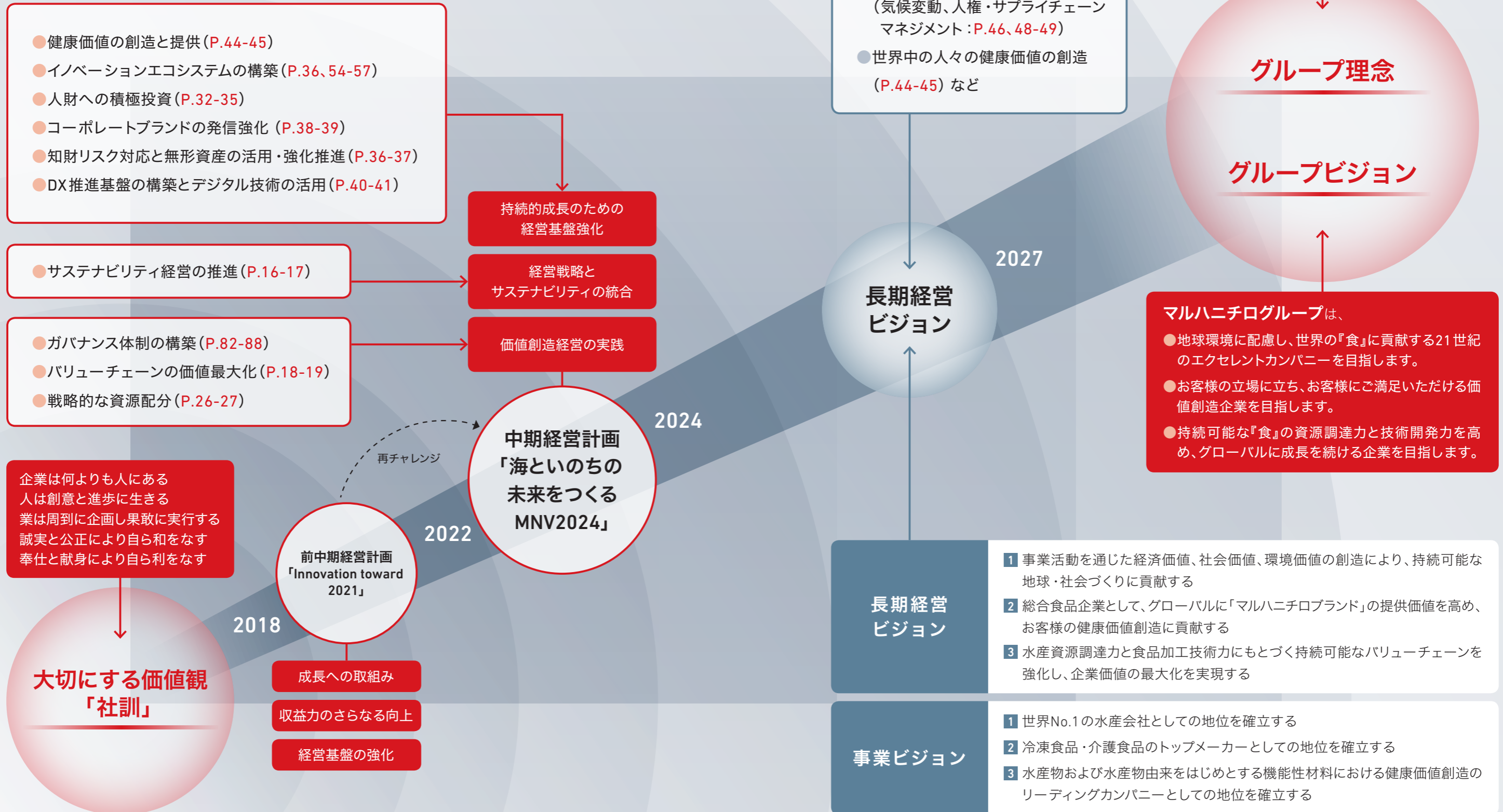
2022

- King Fish Selection 社(蘭)、Northcoast Seafoods 社(英)子会社化
- 三菱商事(株)と合併でアトランド(株)設立

*グループ全役職員が一致結束して、農薬混入事件を風化させることなく反省し、グループ理念を着実に実践していく企業風土の醸成を図ることを目的に、毎年実施しています。

長期経営ビジョン実現に向けた中期経営計画の実践

マルハニチログループは、さらなる企業価値向上と持続的成長の実現に向け、長期経営ビジョンを定義しています。この長期経営ビジョンの実現に向け、非連続な成長のロードマップをバックキャストで描いています。現中期経営計画は、その非連続な成長を実現するための基盤づくりの期間として位置づけ、「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」に取り組んでいます。



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

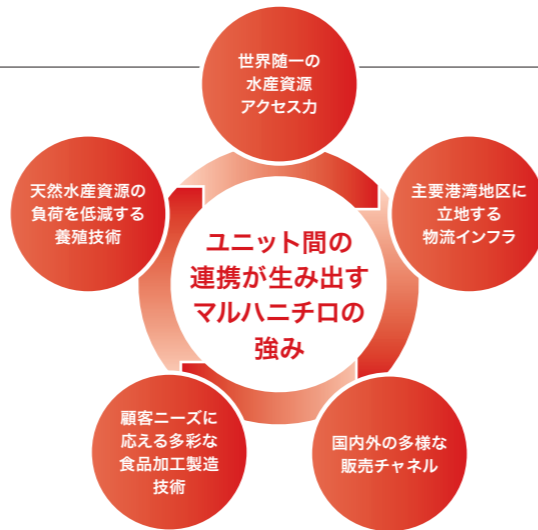
MNV創造を支えるガバナンス

コーポレートデータ

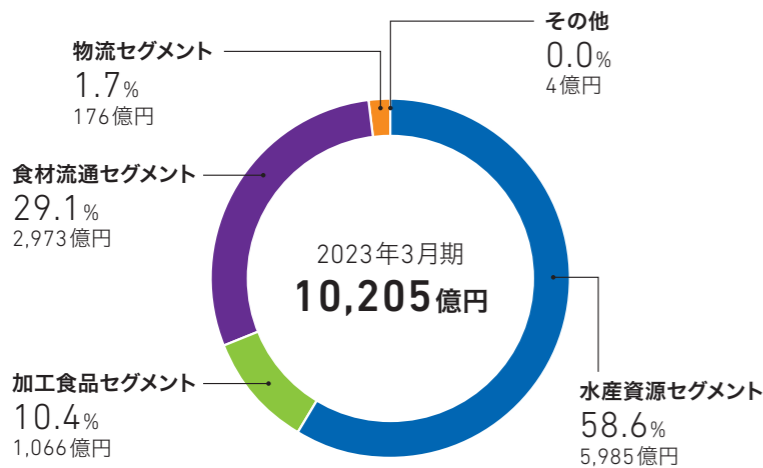
At a Glance

■マルハニチロのビジネスモデル

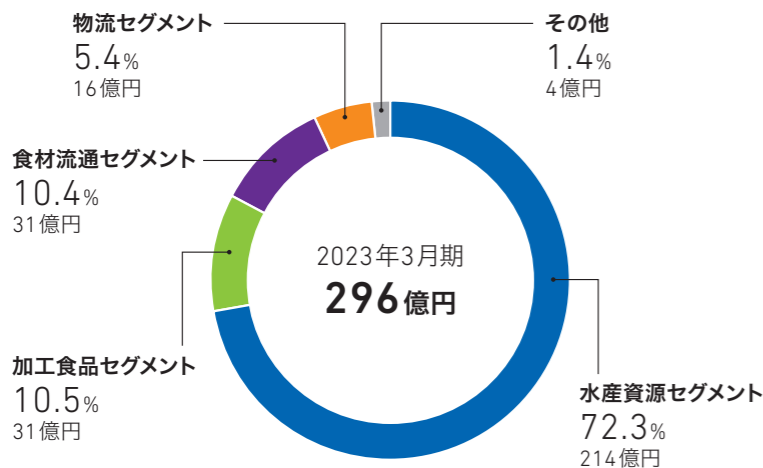
マルハニチログループでは、グループ理念のもと、流動的な外部環境や複雑化する社会課題に向き合い、世界中の市場とつながった調達から販売までのバリューチェーン強化を推進しています。世界中の顧客やマーケットを起点とした水産・畜産・農産、および付加価値の高い加工品の提案を通じ、企業価値の最大化を図っています。



■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世界最大規模の水産物サプライヤーとして、安全・安心な自然の恵みをグローバルにお届けするために、強固なバリューチェーンを構築しています。

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

社会の変化に伴い多様化するお客さまニーズを捉えた商品の開発・販売に注力し、世界中の人々のおいしさと健康に貢献する存在であり続けることをめざしています。

食材流通セグメント

- 食材流通ユニット
- 畜産ユニット

バリューチェーンの最大化を実現するセグメントとして、お客さまのさまざまなニーズにお応えできる差別化商品を提案していきます。

物流セグメント

- 物流ユニット

人々の生活基盤を支える物流事業者として、持続可能な物流体制を確保し、幅広い商品に対応する総合物流サービスを提供していきます。

■数字で見るマルハニチロ

