

Contents

01 イントロダクション

マルハニチロからUmiosへ	02	健康価値創造と持続可能性に貢献する	38
価値創造のあゆみ	05	食の提供プロジェクト	40
100年先も存続する企業であるために	07	IR活動	41
		人財戦略	43
		DX戦略	45

02 マルハニチロ(Umios)の価値創造

トップメッセージ	09	知財戦略	46
ソリューションカンパニーへの道	14	研究戦略	48
マルハニチロの強み	15	TNFDフレームワークにもとづくリスク・機会の評価	49

03 企業価値向上のために

これまでの中期経営計画と 新長期ビジョン・中期経営計画 「For the ocean, for life 2027」の位置づけ	17	特集：マルハニチロの自然資本との関わり ～TNFD開示から見えてきたこと～	49
中期経営計画 「For the ocean, for life 2027」の概要	18	TCFDフレームワークにもとづく開示	54

04 マルハニチロの事業戦略

中期経営計画のアクション 「バリューサイクル」の概要	19	安全・安心な食の提供	55
中期経営計画のアクション 「グローバル戦略」の概要	20	サプライチェーンマネジメント	56

05 サステナビリティと経営基盤

中期経営計画のキャッシュアロケーションと 投資戦略	21		
企業価値向上に向けたロジックツリー	22		
財務担当役員メッセージ	23		
マーケティング活動	26		

06 ガバナンス

中期経営計画における事業ポートフォリオ方針	28	06 ガバナンス	
セグメント別事業戦略		MNV創造を支えるガバナンス	58
水産資源セグメント	29	監査等委員会設置会社への移行について	59
食料流通セグメント	31	社外取締役座談会	63
加工食品セグメント	32	取締役・執行役員	65

07 マルハニチロの概観

サステナビリティ経営	34	コーポレート・ガバナンス	68
マテリアリティの進捗状況・KPI達成状況	35	コンプライアンス	72
		リスクマネジメント	76

01 イントロダクション

2026年3月、マルハニチロ株式会社は、Umios株式会社へ社名変更します。なぜ社名を変えるのか、新しい社名に込めた理由などを掲載しています。

02 マルハニチロ(Umios)の価値創造

当社グループのビジネスモデルの強みを解説し、成長戦略と展望に関する経営トップのメッセージを掲載しています。

03 企業価値向上のために

資本コストを上回る収益性の実現のための、中長期での利益拡大に向けた取組みを掲載しています。

04 マルハニチロの事業戦略

ステークホルダーや社会に対して長期的な価値を生み出すための、成長率を向上させていく取組みを掲載しています。

05 サステナビリティと経営基盤

サステナビリティ推進の考え、気候変動や自然資本に関する取組み、独自の人財戦略やDX戦略などについて掲載しています。

06 ガバナンス

コーポレート・ガバナンス体制強化、コンプライアンスやリスクマネジメントの取組みについて掲載しています。

07 マルハニチロの概観

当社グループの概観に関する内容を掲載しています。

編集方針

「統合報告書2025」の主なポイントは3点あります。1つ目は変革についてです。当社グループは、2026年3月に社名をUmios株式会社へ変更し、新たなアイデンティティのもとで持続的成長をめざし、さまざまなステークホルダーと価値を共創し、「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」へと変革していきます。その変革の背景や想い、施策などについて説明します。2つ目は、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」についてです。強みの源泉である資源調達力に、加工技術力・食材提供力を加えた基盤の上に、消費者起点で事業や機能を連携する「バリューサイクル」の仕組みを「グローバル」に展開していくことにより、当社グループ独自の付加価値として「持続可能なタンパク質の提供」と「健康価値の創造」を中長期的に創出し、企業価値を最大化する流れを説明しています。

3つ目は、統合報告書の構成です。統合報告書の開示フレームワークを意識しつつ、「企業価値の算定式」を用いて、グループの経営戦略・取組みと企業価値向上の結びつきについて説明します。「企業価値の算定式」を軸にした構成により、当社グループが中長期でめざす姿をより明確に示す内容としています。ぜひご一読いただき、ご感想や当社グループへの忌憚なきご意見をお寄せください。

●経営陣による関与

本冊子は、当社が培ってきた強みや社会への提供価値などをステークホルダーの皆さまにお伝えし、その後の対話に活用するために、経営会議および取締役会メンバーにおける確認・承認、代表取締役社長の池見賢と財務担当役員の小関仁孝へのインタビューなどを実施し、経営陣が完成まで責任を持つこととしています。

●編集方針

報告期間：2024年度（2024年4月～2025年3月）
※一部の情報については2025年4月以降の内容を含みます。

報告対象組織

当社グループ連結決算対象会社を基本としていますが、報告の内容により、範囲に含まれない組織がある場合があります。また、範囲が限定される場合は注記を入れています。

参照ガイドライン

価値報告財団(VRF)「国際統合報告フレームワーク」および経済産業省「価値協創ガイドランス」を参考にしています。また、ESG情報については、GRI「サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」を参考にしています。

発行日：2025年10月（次回発行予定 2026年10月）

将来見通しに関する注意事項

この報告書に記載されている意見や見通しは、報告書作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではありません。このため将来の業績は当社の見込みとは異なる可能性があります。



01

イントロダクション

マルハニチロから Umios へ	02
価値創造のあゆみ	05
100 年先も存続する企業であるために	07

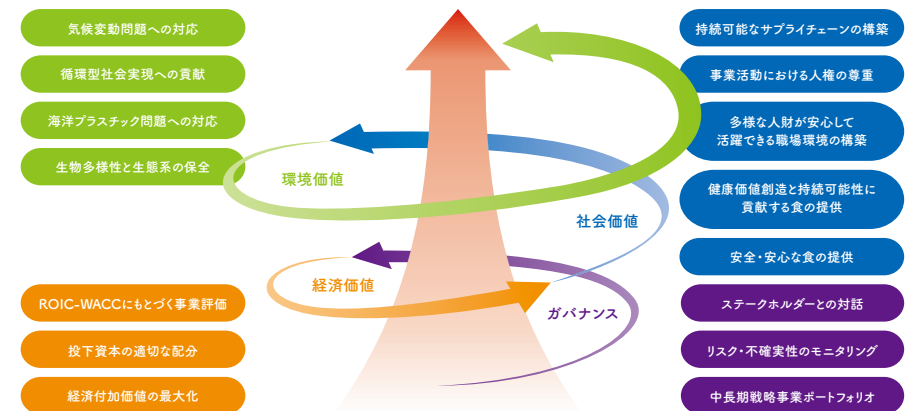


マルハニチロから Umiosへ

私たちマルハニチロは2026年3月、
新しい社名に変わります。

私たちは創業以来、145年にわたり、幾多の荒波を乗り越えながら、
常に新しい可能性に挑戦し続けてきました。
変わらぬ原動力——それは、「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たい」という想いです。
この想いを当社グループ理念とし、
経済価値・環境価値・社会価値の最大化をめざして、
未来の食の可能性を追求し、世界へ新たな価値を届けてまいりました。
次の100年に向けた持続的成長の実現には、
これまでのあゆみを加速させ、
変化を恐れず価値創造に挑み続ける姿勢が不可欠です。
私たちは、信頼と実績を礎に、ステークホルダーの皆さまとともに、
豊かで持続可能な未来の構築に貢献してまいります。

Maruha Nichiro Value



当社グループが生み出す価値を「MNV」と定義し、全従業員一丸となって事業活動に取り組んできました。MNVの創造とは、経営戦略とサステナビリティを統合し、企業価値の向上と持続的成長を実現するとともに、経済価値・環境価値・社会価値の三位一体の最大化をめざすものです。

※「MNV」の考え方はUmiosとして継承します



今、世界が直面している課題は多岐にわたります。

地球温暖化の進行、持続可能なエネルギーへの移行、天然水産資源の枯渇、生態系バランスの崩れ。

世界的な食料危機、先進国の少子高齢化、生活様式の多様化など。

目まぐるしく変化し、拡大していく社会課題を目の前にして、

人だけでなく地球全体が健康になれる「食」を世界中に広げ、次の世代へ豊かな自然の恵みを引き継いでいくために、

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、

「Umios」として生まれ変わります。

identity

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



purpose

For the ocean, for life

海といのちの未来をつくる

海と自然の恵みとともに歩んできた私たちが、時代を越えて受け継いできた想い。
それは、あらゆる生命の源である海への敬意。いのちを支え、つなげる誇り。
こころとからだを満たし、生きる活力を与える喜び。

私たちはそんな想いを胸に、「食」の先にあるしあわせの可能性に挑んできました。

未来に向けた私たちの願い。

それは、人だけでなく地球全体が健康になれる「食」を世界中に広げること。
生態系を守り、豊かな自然の恵みを次の世代へと引き継いでいくこと。

その先に広がるしあわせのために、私たちは挑戦し続けます。

mission

私たちは誠実を旨とし、
本物・安心・健康な
「食」から広がる豊かなくらしと
しあわせに貢献します。

価値創造のあゆみ

当社グループは、水産業の礎を築いた第一創業、総合食品企業として食の可能性を広げた第二創業を経て、いま、第三創業として新たな一歩を踏み出します。

海を起点とした価値に新たないのちを吹き込み、食を通じて人と地球の未来をより良くする。地球規模の社会課題に挑むソリューションカンパニーとして、これからの100年を創造していきます。

第一創業

1880年

私たちの前身であるマルハとニチロは、水産業のパイオニアとして創業し、近代漁業と水産加工の礎を築いてきました。



第二創業

2007年

マルハとニチロが経営統合。マルハの水産資源調達力、ニチロの商品開発力という強みを生かし、さまざまなお客さまへ最適な形に加工した商品を提供し、総合食品企業としての基盤を固めてきました。



1880

マルハ創業

中部幾次郎が祖父から鮮魚仲買運搬の家業を継ぎ、明石の活魚を大阪の雑喉場に届ける事業を開始。



1910

カムチャツカでサケ缶の生産開始

カムチャツカでサケの缶詰の生産を開始。1913年には、日本最初の衛生缶を使用したサケ缶の大量生産を開始し、「あけぼの印(DAY BREAK BRAND)」誕生。



2007

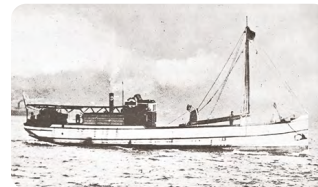
マルハニチロホールディングス誕生

マルハとニチロが経営統合し、総合食品企業としてのグループ体制を強化。2014年には、グループ主要6社が統合し、マルハニチロ株式会社に社名を変更。

1905

日本初の発動機付鮮魚運搬船「新生丸」誕生

日本初の8馬力石油発動機搭載鮮魚運搬船「新生丸」が誕生。運搬効率を高め、日本における魚の流通に革命を起こす。



1953

養殖事業を開始、フィッシュハムソーセージ発売

マルハは養殖事業に進出するとともに、フィッシュハムソーセージを発売。1955年には、ニチロもフィッシュハムソーセージの生産を開始し、水産食品事業の拡大を図った。



2010

民間企業初、クロマグロの完全養殖成功

2015年には商業出荷を開始し、2019年には生鮮で日本初となる欧州への出荷を開始。



1907

ニチロ創業

新潟で堤商会を起点に創業。のちに日魯漁業として発展し、日本の北洋漁業と水産加工の基盤を築く。



1977

遠洋漁業からの撤退、事業の転換点

200海里水域制限により、マルハは海外から水産物を買付・輸入する水産商事へ、ニチロは水産・食品・畜産の幅広い商品を扱う食品加工事業へ、事業を転換する。

2025 umios

Umiosへ社名変更することを発表

2026年3月1日付で「Umios株式会社」へ社名を変更することを発表。次の100年へ向け変革を進める。



価値創造のあゆみ

第三創業

2026年

2026年3月、Umiosとして新たな体制を始動。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へ進化し、企業価値の最大化と持続的成長を図ります。



「持続可能な
タンパク質の提供」
「健康価値の創造」
を中長期的に実現し、
人々と地球の健康に貢献

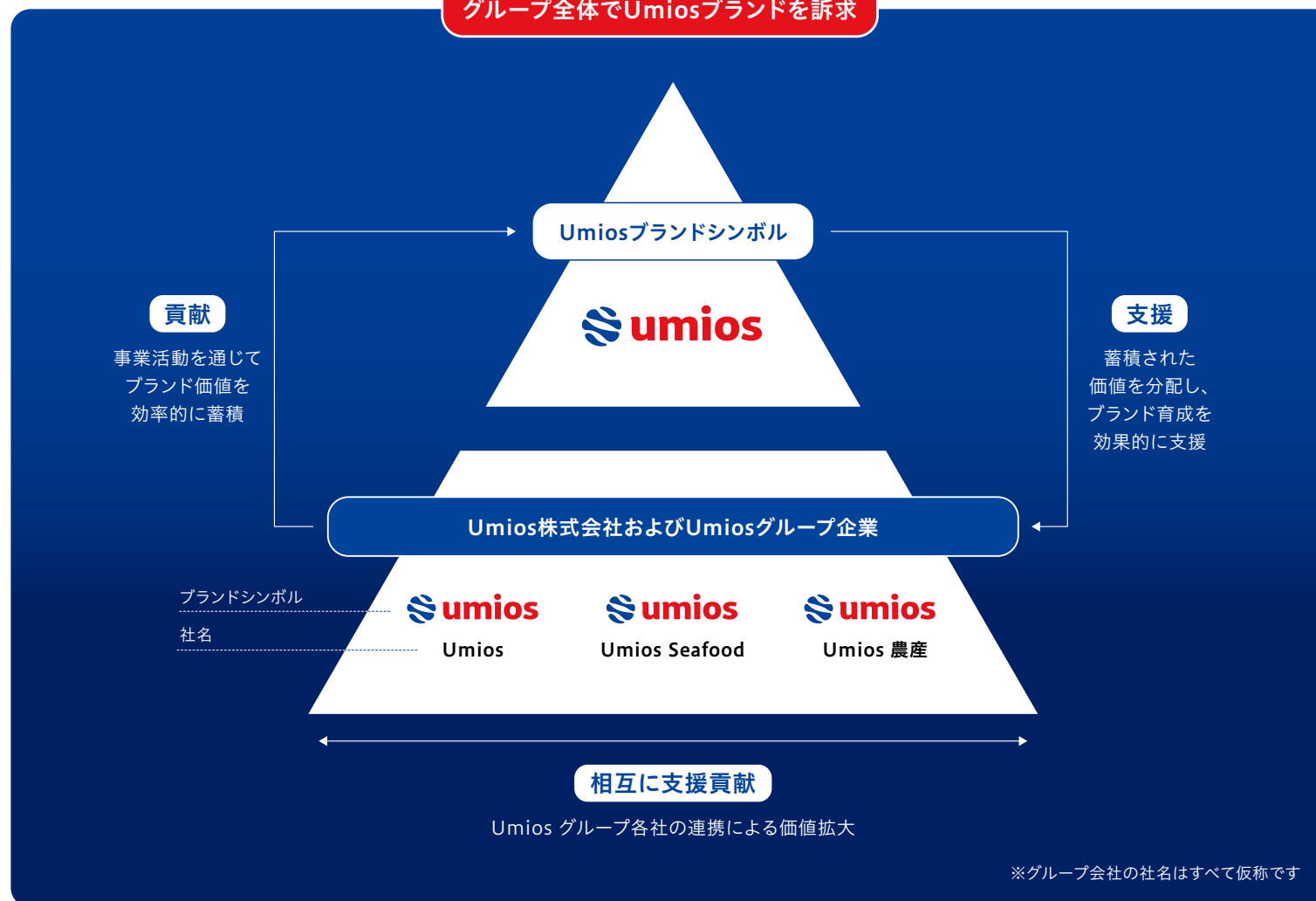
Umiosブランドの価値最大化に向けて

グループ全体の経営効率と市場競争力を高めるため、今後、「Umios」ブランドをグループ全体で展開していきます。

事業間、グループ間の連携を強化し、グループ全体における一体感とシナジー効果を生み出すことによりUmiosブランドの価値最大化をめざします。

Umiosのブランド体系の考え方

グループ全体でUmiosブランドを訴求



100年先も存続する企業であるために

次の100年に向けた持続的成長の実現には、変化を恐れず価値創造に挑み続ける姿勢が不可欠です。そのために、私たちはカルチャー改革を通じて従業員一人ひとりの意識改革を進めています。グループ内外のステークホルダーとの積極的な連携によりイノベーションを追究し、自己変革を促す「挑戦」と「共創」の企業文化を醸成していきます。

「挑戦」と「共創」の企業文化を醸成



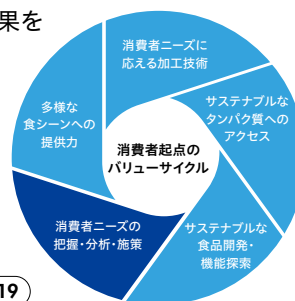
- 「挑戦」と「共創」の企業文化を醸成するための人事制度改革
- 変革への「共感」と「自分事化」への第一歩のためのタウンホールミーティング開催

役員との意見交換や
従業員同士の
グループトークを実施



- グループシナジー効果を最大化するために、セグメントの枠を超えてバリューサイクルの議論を活発化

▶ バリューサイクル概要 P.19



外部パートナーとの価値共創

- 魚食のリデザイン
- パーソナル・スーパーフード など



未来の魚売場イメージ