

2025 年 5 月 9 日

各 位

会 社 名 ニチモウ株式会社
 代表社名 代表取締役社長 青木 信也
 (コード番号 8091 東証プライム)
 問合せ先 執行役員 管理部門担当
 小島 章伸
 (TEL 03-3458-3535)

「第 140 期中期経営計画 (Breaking Through Toward 2028)」策定に関するお知らせ

当社は、2026 年 3 月期から 2028 年 3 月期までの 3 ヶ年における「第 140 期中期経営計画 (Breaking Through Toward 2028)」を新たに策定いたしましたので、その概要を下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 策定にあたり

近年の日本経済は、不安定な海外情勢の影響等により、エネルギー価格の高騰、サプライチェーンの混乱、為替相場の変動など、先行き不透明な状況が続いております。また、当社グループの事業領域である水産業界においては、少子高齢化に伴う国内マーケットの縮小、労働人口の減少、競合他社による寡占化、海外での水産物需要の急激な増加、企業ガバナンスや激変する自然環境への対応など、環境変化が加速し、パラダイムシフトが巻き起こっております。

このような環境変化の激しい現代においても、安定的な企業運営・成長を持続していくべく、本計画では、過去延長線上の積み上げ型の計画から、中長期視点でのバックキャスト発想による計画へ策定方法を変更し、検討を重ねてまいりました。具体的には、未来環境の予測に基づいて 10 年後の「パーパス (= ありたい姿)」を設定し、そこから逆算する形で今後の具体的戦略へと落とし込んでおります。また、定性的なパーパスの設定に加え、定量面においても 10 年後に目指すべき目標 (KPI) を設定し、それを達成する為に、まず次の 3 ヶ年で到達すべきゴールを、本計画の KPI として設定いたしました。

2. 経営理念・パーパス体系

当社が追求すべき経営理念をベースに、10 年後の未来においてありたい姿を『パーパス：浜から食卓までを網羅し、挑戦の歩みを未来へ』として設定し、そこからバックキャストすることで「経営戦略」「事業・部門パーパス」「事業・部門戦略」へと落とし込み、中長期視点、かつ実行性のある戦略として、推進してまいります。



3. K P I

本計画最終年度（2028 年 3 月期）および 10 年後（2035 年 3 月期）の数値目標

	2028 年 3 月期 ※本計画最終年度	2035 年 3 月期 ※10 年後
連 結 売 上 高	1, 5 5 0 億円	2, 3 0 0 億円
営 業 利 益	4 3 億円	7 7 億円
経 常 利 益	4 5 億円	7 9 億円
R O E	1 0 %以上	1 2 %以上
R O I C	4. 5 %以上	6. 0 %以上
D / E レ シ オ	1. 0 倍以内	0. 9 倍以内

※本計画の詳細につきましては、添付の『第 140 期中期経営計画（Breaking Through Toward 2028）』に記載のとおりでございます。

以 上

浜から食卓までを網羅し、
挑戦の歩みを未来へ

 ニチモウ株式会社



第140期中期経営計画 ～Breaking Through Toward 2028～

2025年5月9日

8091

プライム市場



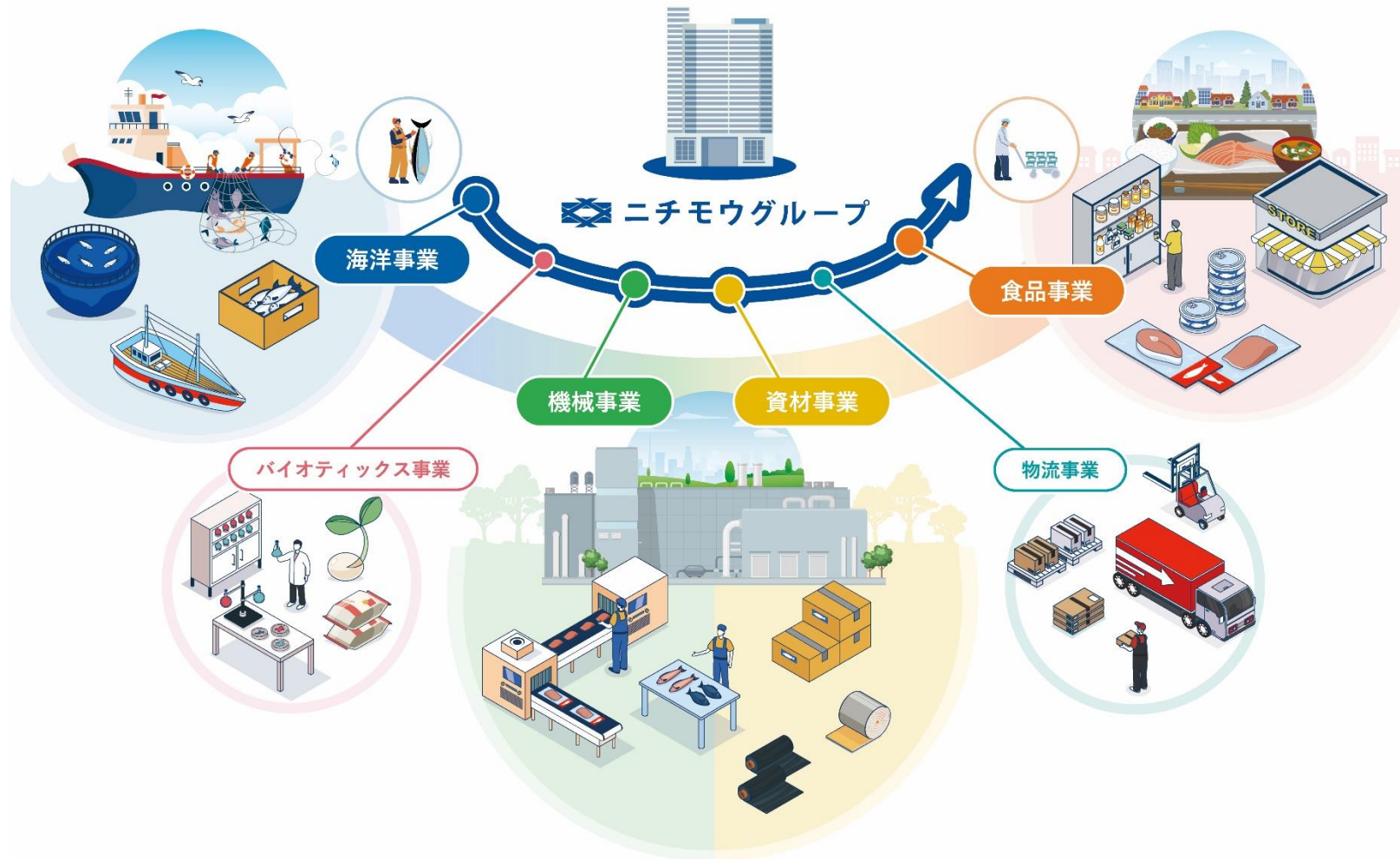
・ 当社のビジネスモデル・沿革	P3~8
・ 事業環境とビジネスチャンス	P9~13
・ 前中期経営計画の振り返り	P14~18
・ 新中期経営計画の概要	P19~35
①K P I、②事業ポートフォリオの再構築、③投資計画、キャッシュ・アロケーション、株主還元	
・ 各事業戦略	P36~42
・ 非財務的価値への取り組み	P43~44

 ニチモウ株式会社

当社のビジネスモデル・沿革

ビジネスモデル：水産業をサプライチェーンでサポートするプラットフォーム

祖業である漁網の製造・販売からスタートして、水産業のサプライチェーンを担い
水産業や食をトータルにサポートするエンジニアリング会社



DNAは、漁業・水産業に関して蓄積されたエンジニアリング力

“日本一の漁網会社”を目指し 漁網・漁具資材の提供からスタート、100年以上の歴史（創立1919年）



創業メンバー
林田甚八と岩本千代馬



創業時の社屋（山口県下関市）



遠洋漁業の隆盛で賑わう漁港（1950年代）

「漁網」の供給からスタート、「漁業・水産業を中心に事業を派生的に拡大」

「漁網」（「ニチモウ」の「モウ」は「網」）の製造・販売からスタート
1970年代の200カイリ規制を転換点に多角化を推進・拡大

1910年	「漁網」の供給	▶	海洋事業
1919年	船具類の供給	▶	
1961年	水産加工機械を納入	▶	機械事業
1961年	漁船に資材を納入	▶	資材事業
1967年	冷凍すり身の販売	▶	食品事業
1980年	「養殖」開始		
1999年	魚餌料の研究開発	▶	バイオティックス事業
2010年	食品物流の開始	▶	物流事業



各事業がニーズに合わせて進化・領域拡大：販売からサプライチェーンに展開

「浜から食卓まで網羅し繋ぐ」 多様なビジネスをサポートする

『当初』

海洋事業
【漁網・漁具の販売】



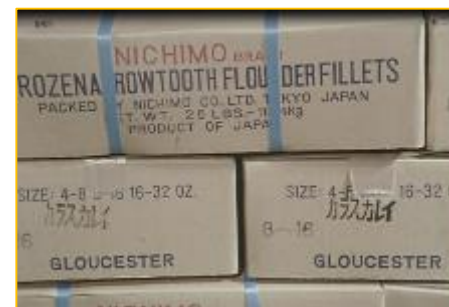
食品事業
【すり身の販売】



機械事業
【すり身生産機械の販売】



資材事業
【輸送用段ボールの販売】



『現在』

【養殖も展開】

種苗・餌料・養殖器機資材
の提供から、情報提供、
加工販売までトータルに
サポート



【各種原料・加工品】

原料・加工・販売を一貫して管理
国内外の生産拠点からニーズに
応えた加工食品を供給



【総合エンジニアリング】

製造ラインを含めた
新工場建設など、
総合エンジニアリングで
総合監理事業を展開



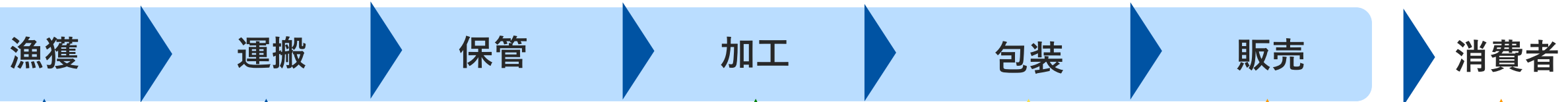
【各種フィルム・資材】

生分解性フィルム・包装資材
など様々なフィルム・資材の
供給で安心して快適な生活環境
を構築



当社の発展プロセス：水産業・漁業のサプライチェーンをサポートする

漁業のサプライチェーン：「浜から食卓までを網羅し繋ぐ」



海洋事業



機械事業



資材事業



食品事業

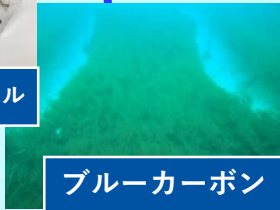


商品開発

廃棄漁網リサイクル



ブルーカーボン



総合エンジニアリング



海外食品工場



フィルム



海外向け建装材



漁業・水産業以外へも展開

 ニチモウ株式会社

事業環境とビジネスチャンス

養殖事業を中心に水産業の成長性は高い

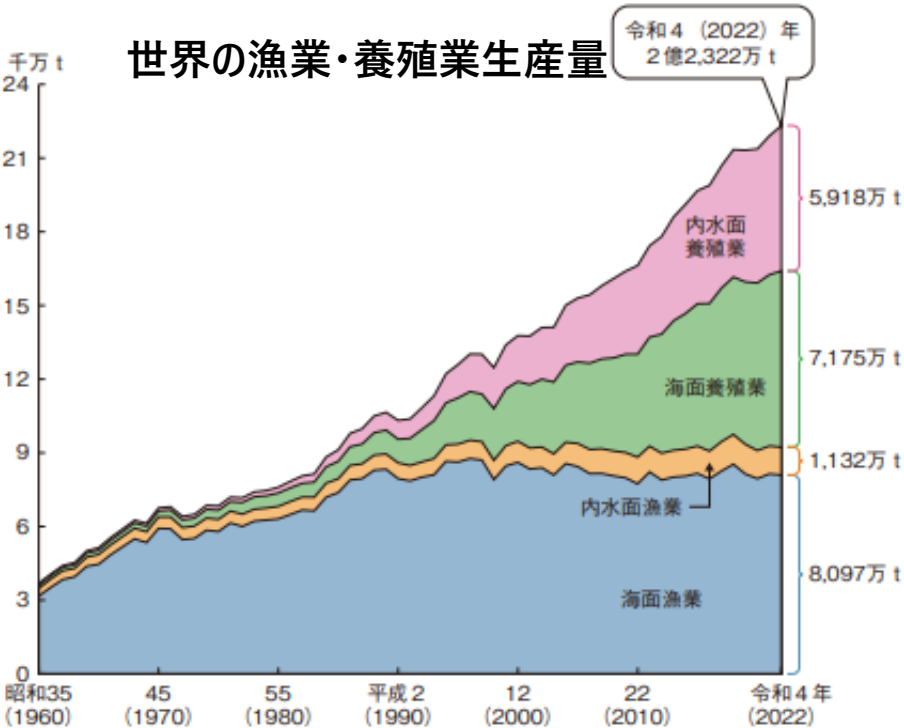
30年で生産量が4倍に増加した世界の養殖魚は、環境に優しいたんぱく源として、アジアを中心に高成長が見込まれる

養殖業

食料安全保障に重要な役割を担う重要な水産食料システム
先進国のみならず経済発展エリア（特にアジア）でも有望な産業

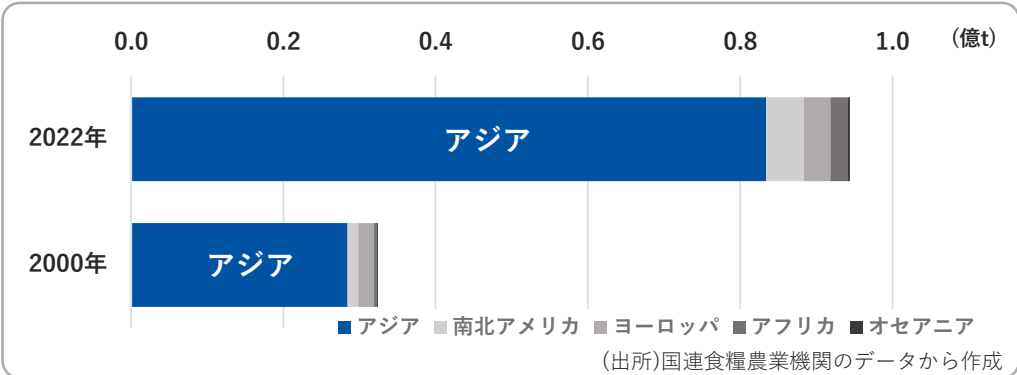
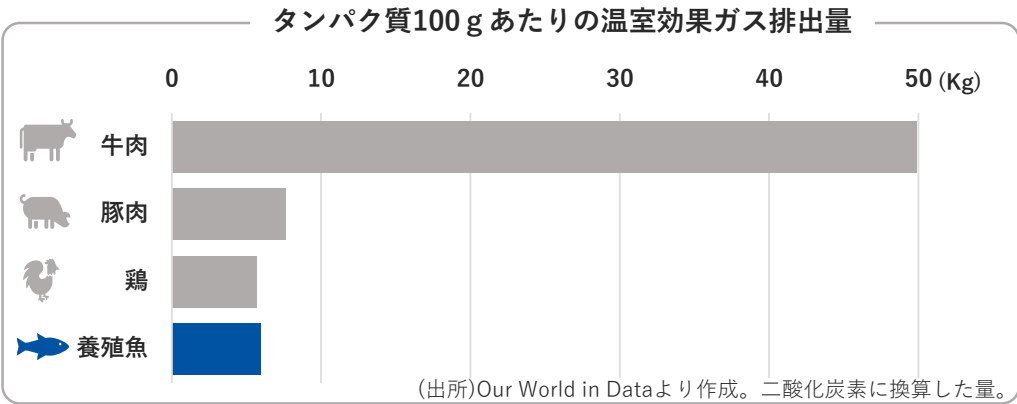
国連食糧農業機関（FAO）

2030年：養殖生産2020年比で35%以上増やす目標を設定



養殖魚の
温室効果ガス
排出量は少ない

世界の
養殖魚介類生産の
9割近くを
アジアが占める



事業環境と当社のビジネスチャンス： 水産物需要へのニーズが益々高まる

いままで（～2025年3月期）

- ・ コロナ禍は収束
- ・ インバウンド需要拡大や雇用・所得環境の改善などで経済環境に緩やかな回復傾向

これから（2026年3月期～）

- ・ インバウンド需要の更なる増加
- ・ 日本は少子高齢化による人口減少社会だが世界的には人口増で安定的なタンパク質供給源が求められている

ビジネスチャンス

- ・ 水産物需要の高まりは社会的要請
CO₂削減効果など環境に優しく、持続可能なタンパク質供給源
- ・ 水産物需要を支える多様なサポート分野にビジネス機会が一層増加
成長分野の養殖（特に陸上養殖）やバイオマス漁網などの事業に着目

当社の特徴・強み：「水産業」「漁業」をよく知っている

祖業である漁網の製造・販売からスタートして、水産業のサプライチェーンを担い
水産業や食をトータルにサポートするエンジニアリング会社

1. 漁業・水産業に関して蓄積された技術・ノウハウ

漁網・漁具資材の提供からスタートした115年の歴史（創業1910年）

2. 成長産業である「環境に優しい水産業」をエンジニアリング

環境保護と良質なたんぱく源確保の両立が可能な為、成長産業である水産業をベースに、
例えば、次世代ビジネスの陸上養殖やバイオマス漁網の実用化をサポート

3. 漁業・水産業から派生し、食へと多角化した事業展開とネットワーク

「浜から食卓までを網羅し繋ぐ」独自のビジネスプラットフォームを確立＊
水産業・漁業ノウハウを活かしたビジネスを、川下の消費者・外食産業などユーザー
にも派生的に展開

＊独自のサプライチェーン・ノウハウで、漁獲から提供まで水産物のサステナブルな供給を
トータルでサポートする会社。（事業の発展＝SDGsの追求）

＊水産業で培われたの食品加工機械や食品事業のノウハウを
200カイリ問題を契機に、陸上にも展開

当社の事業コンセプト：漁業・水産業を支援することで、社業が発展する

パラダイムシフトに合わせてサービスを変化・カスタマイズしてきたチャレンジスピリッツは継承

歴史的なパラダイムシフトと当社グループの挑戦の歩みの変遷

1. 水産業革命・経済近代化（1920年代）

- ⇒ トロール漁法の導入・漁網漁具の提供で水産業の近代化に貢献
- ※ 日本一の漁網会社を目指し、全国に拠点を設け、漁船に関わるすべての資材を提供

2. 200カイリ規制（1970年代）

- ⇒ 200カイリ規制という国際的な漁業規制に対応し、サービスの再構築、新技術や市場を開拓
- ※ 水産専門商社へと変貌

3. 獲る漁業から育てる漁業へ（2010年代）

- ⇒ 海水温上昇などの環境変化に対し、水産加工から流通までの独自の一貫した体制を構築
- ※ 水産業・漁業のビジネスサポーターとして「浜から食卓までを網羅し繋ぐ」のプラットフォームとして事業モデルを展開

そして未来…

海洋環境や資源の枯渇など、
新たなパラダイムシフトをチャンスと捉え、
確かな技術ときめ細かなサービスを提供し
更なる飛躍へ

だから、
我々はいつの時代も挑戦し続ける！

 ニチモウ株式会社

前中期経営計画の振り返り

前中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）振り返り

事業強化・利益創出に一定の成果

基本構想

経営方針「浜から食卓までを網羅し繋ぐ」をベースに
3つの「繋ぐ」を意識した経営で
新たな価値を創造し、企業価値向上を図る

未来へ 「繋ぐ」

- ・ 事業規模拡大による企業価値向上
- ・ **サステナブル経営(SDGs対応)推進**
- ・ **東証プライム市場定着**

事業を 「繋ぐ」

- ・ **養殖事業など新たな価値創出**
- ・ 海外事業の更なる強化
(海外売上比率20%目標)

人を 「繋ぐ」

- ・ グループ内部統制強化
- ・ IR活動による株主との関係強化
- ・ 働きやすい環境づくり

成果

- ✓ **主要4事業での事業強化に一定の成果**
食品：カニ・ホタテ加工の安定化
海洋：養殖システムの開発と実用化
機械：海外販売の強化へ人員体制を整備
資材：包装・農業用資材を安定提供
- ✓ **養殖事業(陸上養殖)がスタート**
みらいサーモン初出荷(2023年10月)
- ✓ **東証プライム市場の上場維持基準クリア**
流通時価総額125億円(2025年3月期末)
- ✓ **サステナブル経営の推進**
サステナビリティ推進委員会の設置
UNGC署名、CDPスコア:C(2024年度)

課題

- ✓ **養殖事業(陸上養殖)は道半ば**
増産計画は次期中計へ持ち越し
- ✓ **海外事業展開の遅れ**
機械中心に事業拡大と連動して本格化

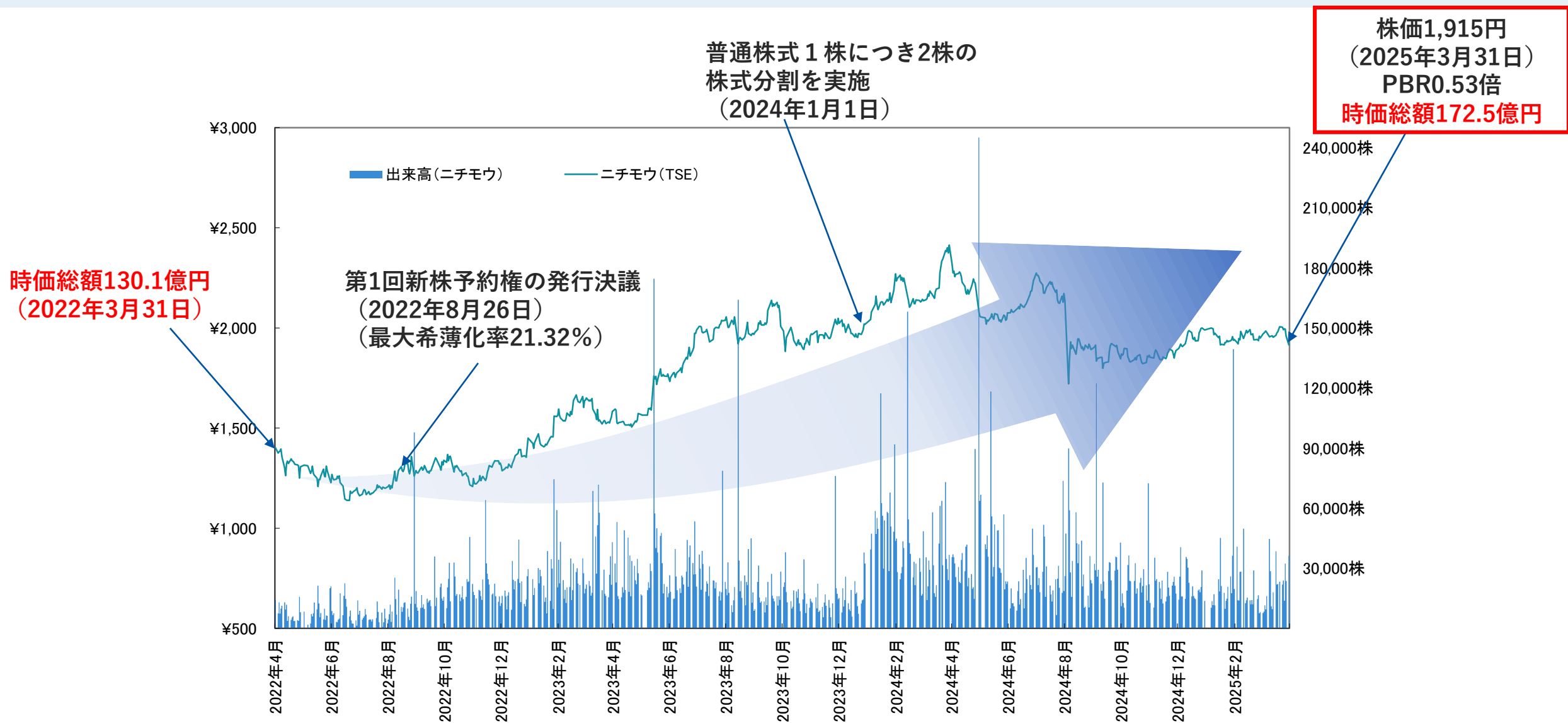
前中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）業績の成果

増収基調の定着、稼ぐ力（利益創出力）の安定化に一定の成果。ROEは10%を下回る

	前中計直前期	前中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）			
（単位：百万円）	2022年3月期 （136期）	2023年3月期 （137期）	2025年3月期 （139期）		
	実績	実績	実績①	中計目標値②	達成率 ①/②
売上高	115,469	126,829	133,900	130,000	+3.0%
売上総利益	11,319	11,315	12,228	—	—
販管費	8,118	8,441	9,225	—	—
営業利益	3,201	2,874	3,002	3,300	△9.0%
利益率	2.8%	2.3%	2.2%	2.5%	△0.2ppt
経常利益	3,611	3,220	3,601	3,500	+2.9%
ROE	14.8%	11.1%	9.1%	10%以上	△0.9ppt

前中期経営計画における株価の動向

情報の積極的開示による認知度向上もあり、企業価値（株価評価）は着実に向上



前中期経営計画期間におけるプライム市場上場維持基準各項目の推移

		流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (百万円)	流通株式 比率 (%)	1日平均 売買代金 (百万円)
当社の適合状況 およびその推移	2021年6月30日 (移行基準日時点)	24,555	5,028	64.8	7
	2023年3月31日時点※	28,671	8,840	67.4	36
	2024年3月31日時点※	64,023	13,996	71.0	86
	2025年3月31日時点※	63,877	12,517	70.9	68
プライム市場上場維持基準		20,000	10,000	35.0	20

※流通株式数は、3月末の株主名簿を基に、当社にて試算
流通時価総額は、各年1月～3月の日々の株価最終価格の平均値にて試算

- ・ 企業価値向上へ安定収益、積極的な株主還元、決算説明会を中心とした積極的なIR活動を展開（2021年12月）
⇒ 株式市場での事業内容や成長戦略の浸透から、売上・利益の成長期待感を醸成
- ・ 他方、第1回新株予約権を発行（2022年8月）、1:2の割合で株式分割を実施（2024年1月）
⇒ 流通株式数の安定化/流通時価総額の向上を図る

売買代金・流通株式時価総額ともに、プライム市場の上場維持基準をクリア（2024年3月31日時点）
2025年3月31日時点においても継続的に各基準に適合した状況で推移

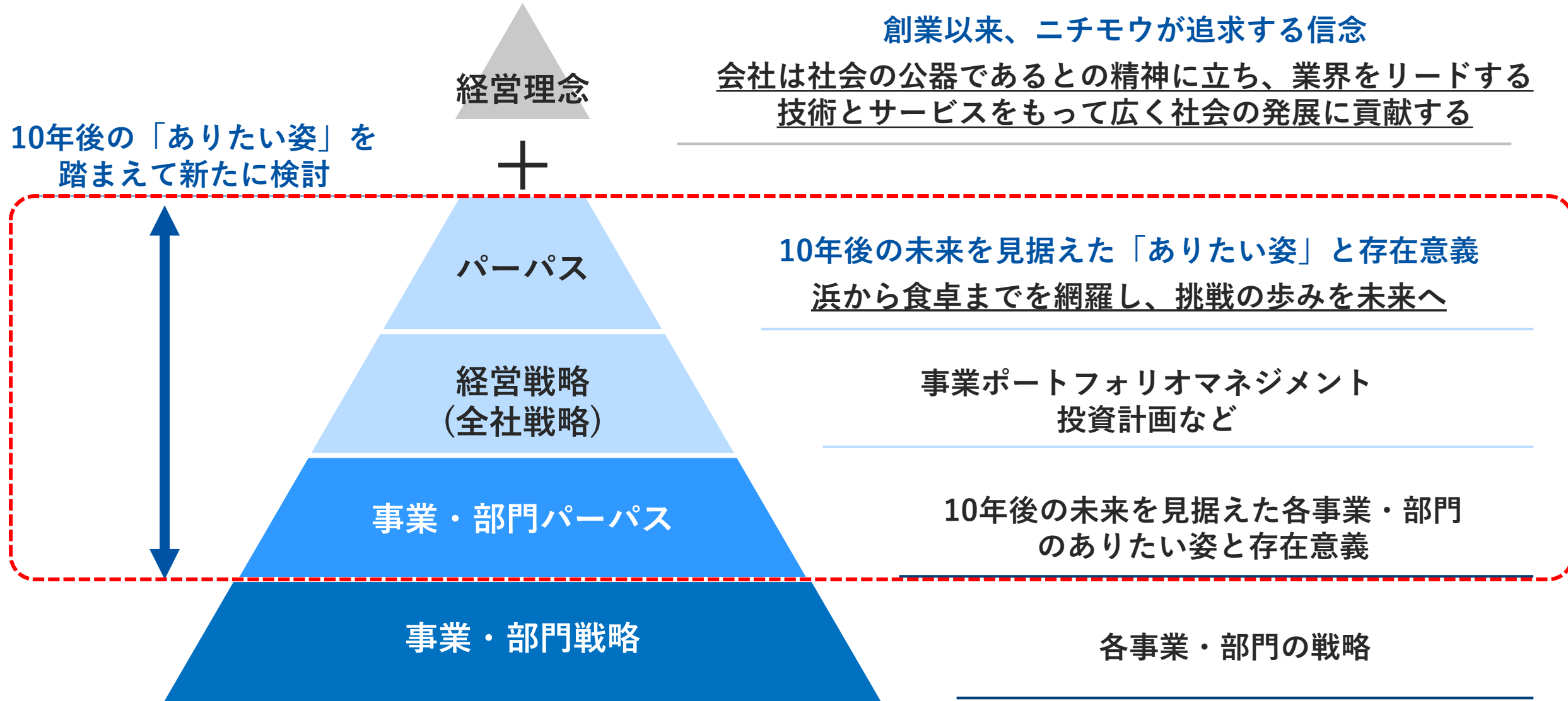
 ニチモウ株式会社

新中期経営計画の概要

～Breaking Through Toward 2028～

(2026年3月期～2028年3月期)

経営理念に加えて今回の新中期経営計画でパーパス体系を新たに策定



10年後の「ありたい姿（パーパス）」からバックキャストで考える

今回の中期経営計画は10年後を見据えた「今後3年間の突破口」～Breaking Through Toward 2028～

持続可能な食料資源を供給する水産業のサプライチェーンをサポート
パラダイムシフトが進む水産業界で、新規事業の創出と拡大で成長を加速

経営理念
の追求

パーパス

2035年

次々期 中期経営計画

次期 中期経営計画

新中期経営計画

新規事業の創出と拡大
(陸上養殖、環境系
資材等)

既存事業の上積み

水産物需要の拡大
(海外含む)

バックキャスト

2025/3

2028/3

2031/3

2034/3

新中期経営計画の基本方針：コアビジネス強化と収益構造の安定化の両立

日本の水産業をサプライチェーン全体で長期的な観点からサポート
事業領域は、水産業界を中心に、その周辺領域へも積極展開



1. コアビジネスである水産業のサプライチェーンサポートにさらに注力

当社は水産業のソリューションパートナーとして、
水産業・漁業ノウハウを活かしたビジネスを派生的に展開
規模よりも収益性（営業利益）を重視

2. バランスある収益構造へ事業ポートフォリオを再構築

水産物の販売を行う主力の食品事業は市況・為替の影響は不可避
海洋・機械の両事業の利益成長により、収益安定性をより強固なものに

3. 上記の事業拡大に有用であれば、M&Aも積極的に検討

収益性UPの為、当社事業との親和性（シナジー効果）の観点から積極検討

 ニチモウ株式会社

KPI(3年後・10年後)

重視する経営指標：①ROE、②ROIC、③D/Eレシオ

中計最終年度 ROE10%以上、ROIC4.5%以上、D/Eレシオ1.0倍以内

1. 企業価値向上の観点から、①ROE、②ROIC （株価や資本コストを意識した経営の実現に向けた対応）

$$\text{PBR} = \text{①ROE} \times \text{PER}$$


$$\text{ROE} = \text{ROIC} \times \text{財務レバレッジ}$$


$$\text{②ROIC} = (\text{税引後}) \text{営業利益率} \times \text{投下資本回転率}$$

⇒

- ・ 自己資本利益率の向上が「ROE-株主資本コスト」を増やして企業価値を高める
- ・ ROE10%以上を継続してコントロールすべく、自己株買いも検討

- ・ 投下資本に見合った利益創出と収益性向上を同時に意識
- ・ 新中計では、進捗管理に「事業別ROIC」を採用予定

2. 財務規律の観点から、③ D/Eレシオ

- ・ 当社は、食品加工セグメントで水産物買い付け運転資金確保のために、有利子負債が一時的に膨らむ事業上の特性はあるが、同時に財務規律を守るためにD/Eレシオを重視。1倍以内が目標。

中長期 K P I （新中期経営計画、長期ビジョン）

前中計：営業利益30億円台維持の土台作りを完了
新中計：営業利益40億円台へ。10年後の利益77億円に向けた更なる足場固め！

長期ビジョン（～2035年3月期）						
新中期経営計画（～2028年3月期）						
（単位：百万円）	2025年3月期 前中計目標	2025年3月期 実績	2026年3月期 見通し		2028年3月期 新中計目標	2035年3月期 長期ビジョン
売上高	130,000	133,900	135,000		155,000	230,000
営業利益	3,300	3,002	3,300		4,300	7,700
利益率	2.53%	2.24%	2,44%		2.77%	3.35%
経常利益	3,500	3,601	3,500		4,500	7,900
ROE	10%以上	9.1%	—		10%以上	12%以上
ROIC	—	4.0%(暫定値)	—		4.5%以上	6.0%以上
D/Eレシオ	—	1.2倍	—		1.0倍以内	0.9倍以内

中長期 K P I （セグメント別）

食品・海洋・機械・資材の売上構成比を平準化させていくことで、収益基盤をバランス化させていく

(単位：百万円)		2025年3月期 前中計目標	2025年3月期 実績	2026年3月期 見通し	2028年3月期 新中計目標
全体	売上高	130,000	133,900	135,000	155,000
	営業利益	3,300	3,002	3,300	4,300
食品	売上高	85,000	84,102	84,500	95,000
	営業利益	1,450	1,953	2,100	2,480
海洋	売上高	19,000	22,377	23,000	30,500
	営業利益	600	755	900	1,400
機械	売上高	13,000	15,618	15,000	15,000
	営業利益	850	1,456	1,500	1,400
資材	売上高	9,000	9,043	9,500	11,000
	営業利益	300	382	400	600
バイオティックス	売上高	500	293	350	800
	営業利益	75	17	20	50
物流	売上高	3,500	2,352	2,550	2,500
	営業利益	25	108	120	50
全社費用		—	△1,760	△1,830	△1,680

* その他の売上高・営業利益の表示は割愛

 ニチモウ株式会社

中長期成長戦略のカギ：事業ポートフォリオの再構築

当社の課題：事業ポートフォリオ改善の必要性

水産業・漁業のサプライチェーンをサポートする会社として発展してきたため、
派生した事業の規模感や収益性にばらつきがあり、当社全体の企業価値向上にはバランスある管理が必要と認識

業績から見た現状

- ・ 前中計では、営業利益30億円を創出するための基盤整備
⇒ ある一定の成果
- ・ 新中計では長期目標(営業利益77億円)からバックキャストして、まず3年後の目標は **安定的に40億円を創出する基盤を整備**
※対処すべき課題は、既存事業の成長
新規成長投資・ガバナンス強化等



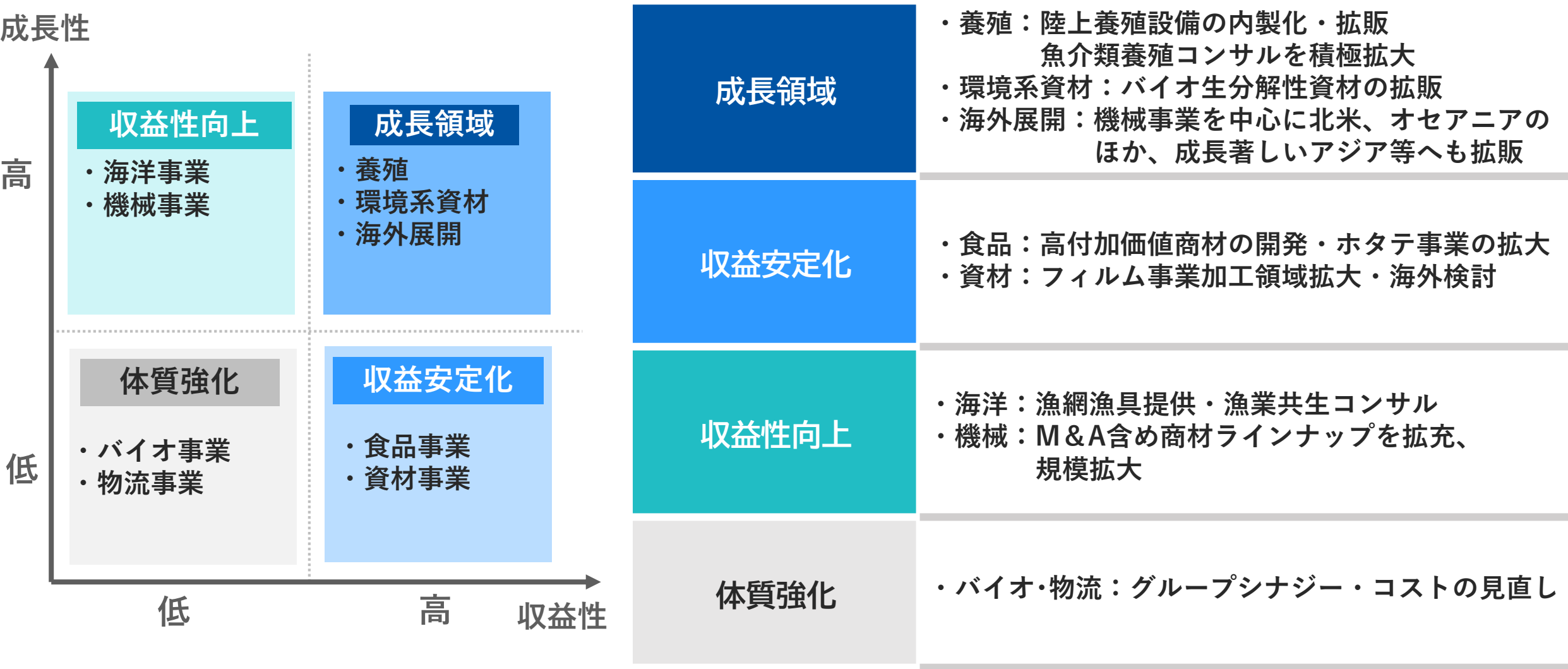
主要4事業の現状

- ・ 食品事業：水産物買入れのため、アセットが一時的に膨らむ傾向
- ・ 海洋事業：養殖やバイオ漁網など将来性ある事業を抱えているが、中長期目線の成長領域
- ・ 機械事業：外食事業を中心に食品加工機械受注需要は堅調だが、安定受注の確保が必要
- ・ 資材事業：フィルム・シートなどの利益成長のため新たなサービス・市場進出が必要

派生した各事業の規模感や収益性を一定水準まで引き上げるとともに、
利益成長・管理の観点から事業ポートフォリオの再構築を推し進める

事業ポートフォリオ再構築に向けた考え方

事業・商材をマトリックスで区分し、適切なポートフォリオマネジメントを実施
「成長領域」「収益性向上」「収益安定化」には、人材・資金を積極的に投資へ



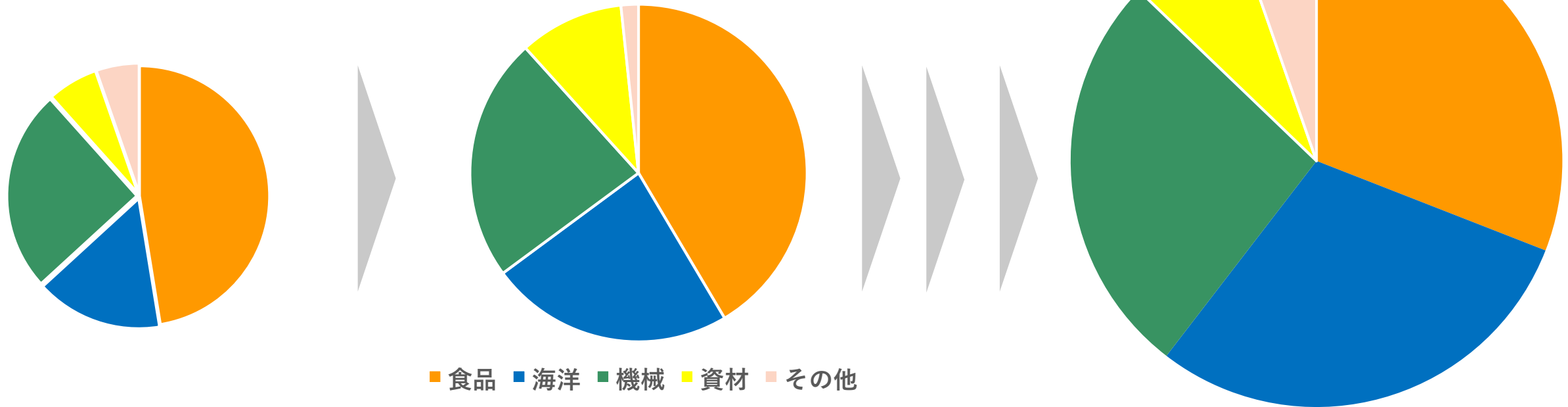
中長期 営業利益構成変化イメージ

中長期的に食品・機械・海洋の主力3事業でバランスの取れた利益構成を目指す
⇒10年後（2035年3月期）の収益イメージは現状から2.5倍以上へ

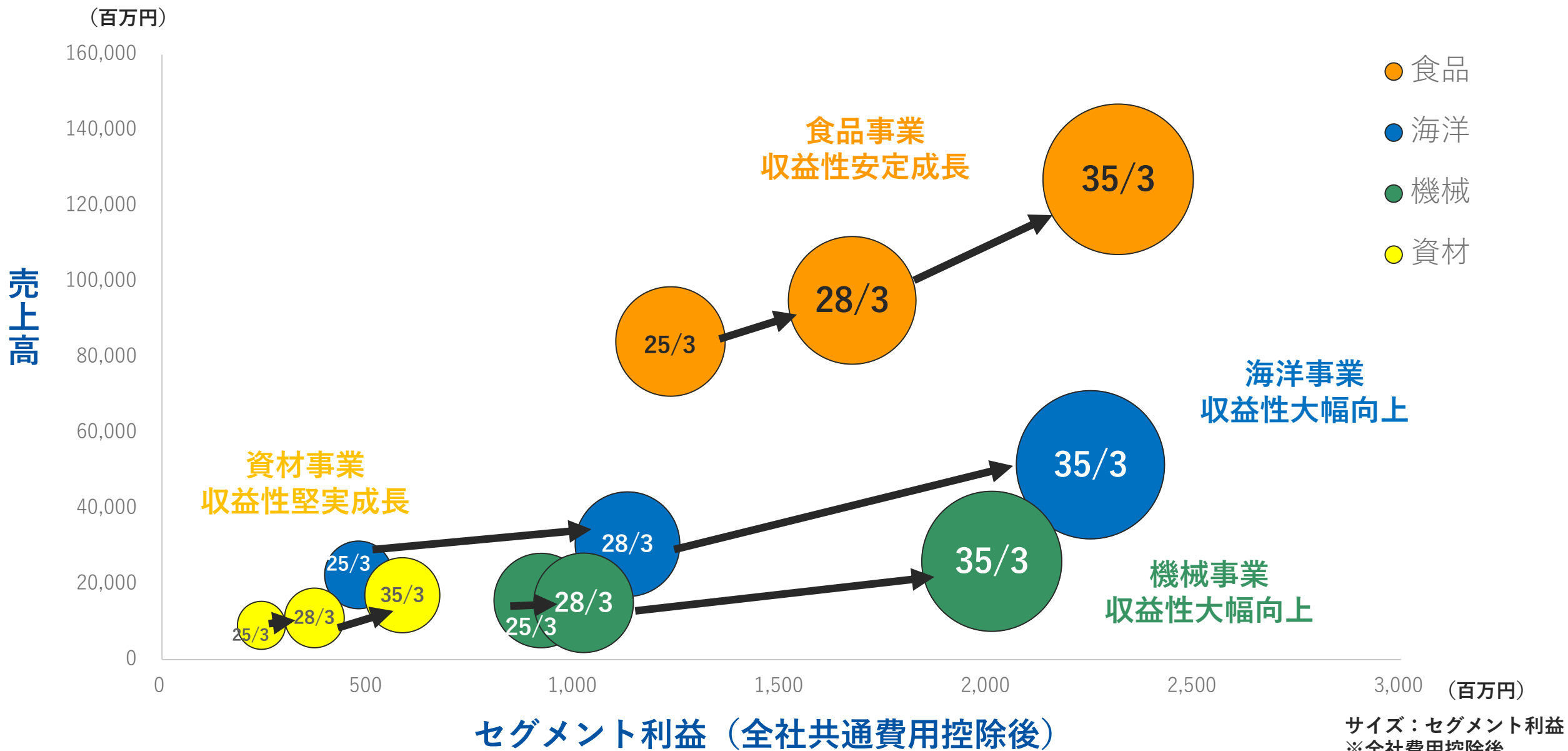
2025年3月期（実績）
営業利益：30億円

2028年3月期（新中計目標）
営業利益：43億円

2035年3月期（10年後）
営業利益：77億円



事業ポートフォリオ再構築へのプロセスと方向性（セグメント別）

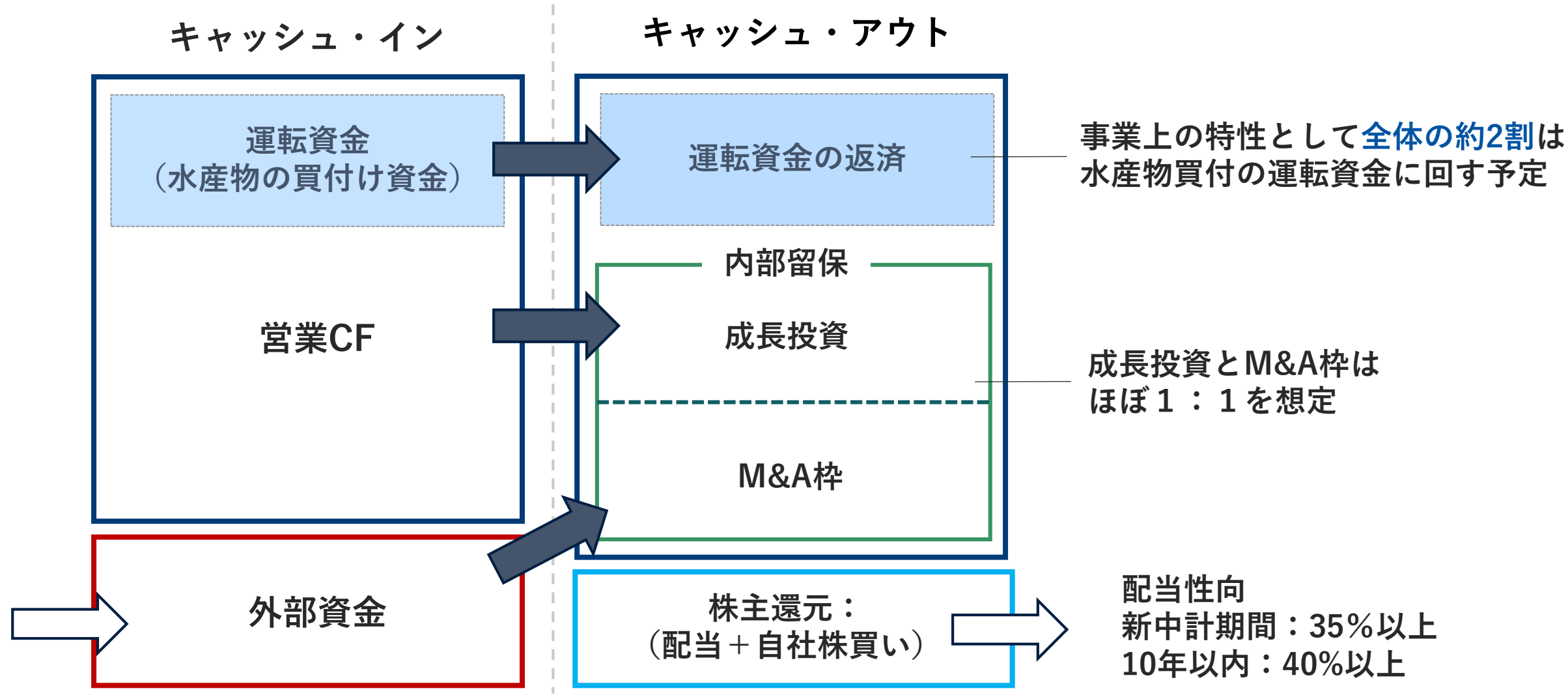


 ニチモウ株式会社

投資計画、キャッシュ・アロケーション 配当政策

10年中長期キャッシュ・アロケーション・イメージ（2026年3月期～2035年3月期）

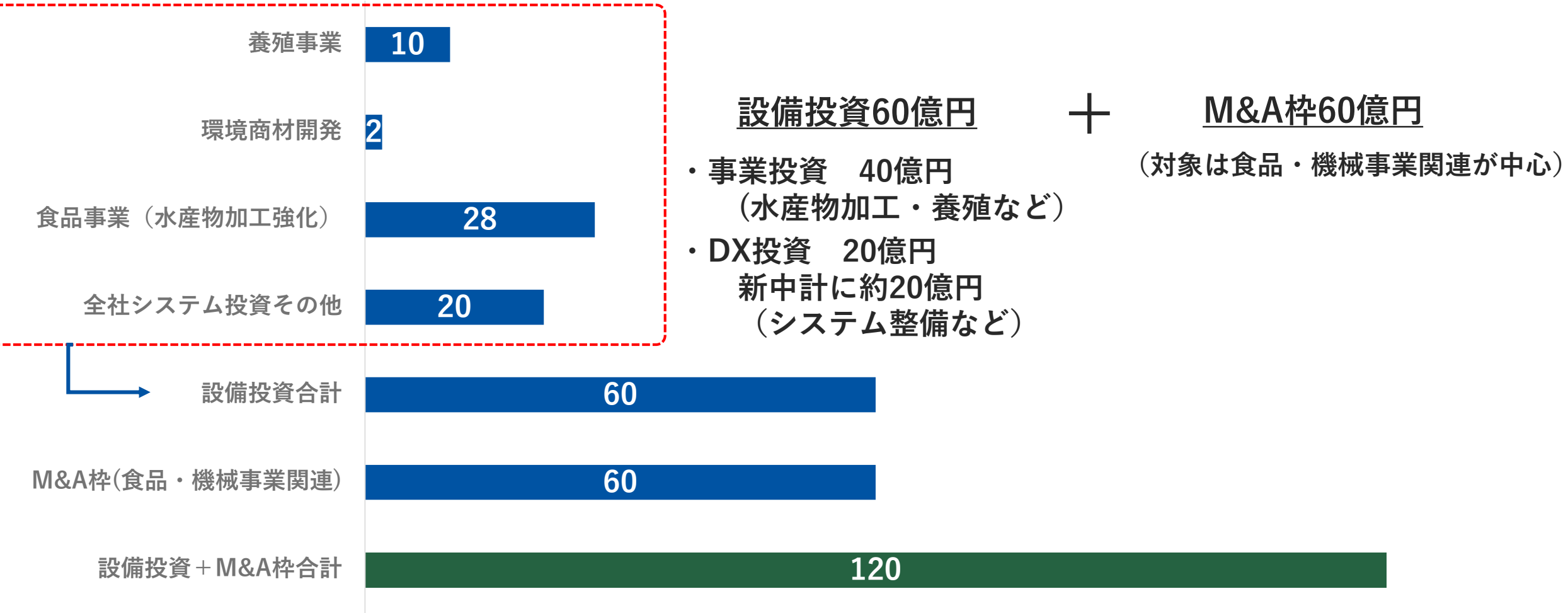
営業キャッシュフローと借入金を活用し、成長投資を展開
水産物買付のための継続的な運転資金を除いた部分に関しては、積極的な株主還元と財務健全性確保へ



投資計画：新中計の設定枠を長期ビジョン終了時まで継続予定

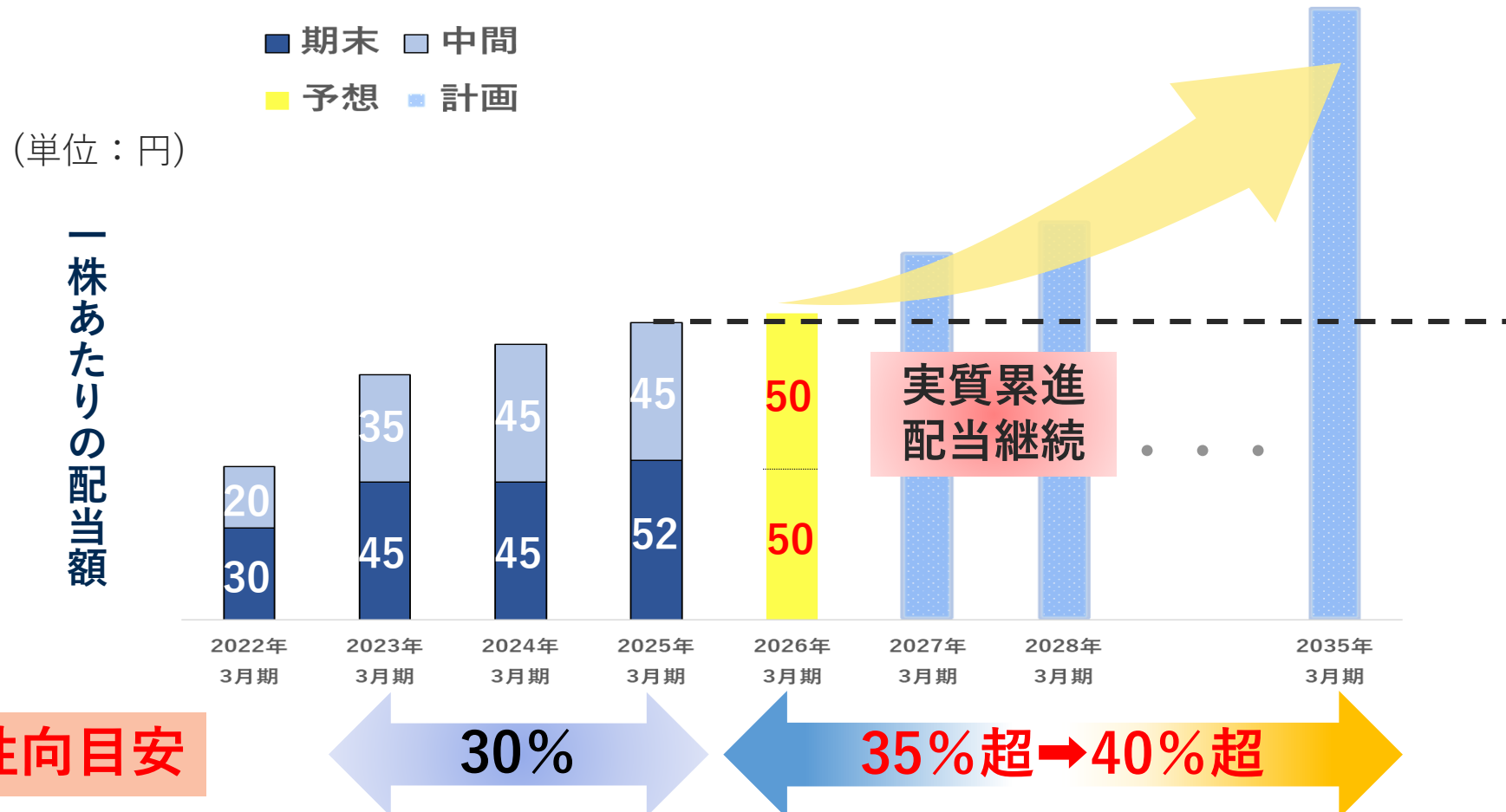
成長有望領域（養殖・環境開発・ホタテ・機械）を中心に、「設備投資」と「M&A」実施予定

・新中計では、設備投資＋「M&A」枠で120億円まで同様のペースで設定予定



中長期における配当政策(3年後→10年後に向けて)

- ・ 新中計期間(2026年3月期～2028年3月期)は、安定配当を基本方針とし、**実質累進配当政策**を継続
※2028年3月期までに「**配当性向35%以上**」へ「**株主優待**」についても実施を視野に
- ・ 中長期的な視点(2026年3月期～2035年3月期)では、
KPIを「配当性向40%以上」「DOE(株主資本配当率)4.0%以上」として積極的な株主還元を目指す



 ニチモウ株式会社

各事業戦略

主要 4 事業の戦略：水産業を、需要促進・拡大支援、生産性向上の観点からサポート

セグメント	ポイント	戦略
食品	相互に連携してサポート 水産物の「需要を促進」	・マーケティング重視の販売戦略と在庫圧縮を同時に推進 ・従来の水産加工物（食材）の在庫確保優先から、売上増と資産効率性を高める営業戦略強化へ ・販売ネットワークを再構築・拡大
海洋	水産業の「拡大を支援」	・陸上養殖事業の軌道化、バイオマス漁網の主力商品化 ・海洋資源は食料確保で環境負荷が少ない成長産業 ・食料確保と環境対応強化の観点から拡大強化 ・環境問題には、当社の水産エンジニアリング力を発揮
機械	食品製造の「生産性を向上」	・食品加工に対応する機械は、増加する水産物需要などに効率よく応える上で重要なインフラ ・国内外の主要ユーザーとの関係を強化し、機械の需要動向を的確に把握、ビジネスチャンスに繋げる ①国内設備投資・製品開発動向 ②食品業界・メーカーの投資動向など
資材	食品包装で「販売を加速」	・既存市場での競争力を強化するためにM&A、新市場への参入を狙う ・海外事業の立ち上げ、建装材など海外需要の取り込み ・海外（中国・東南アジアなど）に委託加工先を開拓し、拠点を確立。大手プリンターの供給体制を支援

食品事業戦略：高付加価値な水産物(ホタテ・カニなど)に特化して収益性を強化

ニチモウオリジナルの“安心・安全で高品質・付加価値の高い水産加工品を提供”

基本方針：安心・安全・価値の高い商品作り

- ・北海道ブランドを活かした高付加価値な加工品の開発体制（水産加工工場）整備
- ・ターゲットは、高級水産物への関心が高いインバウンド需要など富裕層、高級小売店や通販など

注力ポイント：カニ・ホタテなどの高級水産物

優位性	・北海道で水産物加工に適した食品加工工場を保有（紋別など） オホーツク海に面した紋別などに複数拠点 長年の高級水産物加工実績とノウハウ 近年は設備投資強化で効率性の高い食品加工体制
営業戦略	・北海道ブランドを活用した効率的なマーケティング 水産物加工の知名度・実績（ホタテ・カニ）を活かして、 他の食材・食品体のマーケティングとのシナジー効果へ
その他	・高級海産物への需要予測を高めて、在庫リスクを低減



海洋事業戦略①：バイオ漁網など環境系資材の提供・拡販

長年の漁網開発ノウハウから生まれた環境負担を軽減する「漁業資材の提供」

基本方針：“環境変動に応じた次世代水産業（新しい養殖・漁業）の構築”

- ・ 海洋資源の持続可能性を促す環境素材の提供
- ・ 漁業と他産業との共生(漁業共生)をトータルにサポート「資材提供＋コンサルティング」

注力ポイント：バイオ漁網など環境系資材

優位性	・ 水産・漁網業界での100年以上のブランド力、高い製品の知名度 ・ 漁業・藻場造成で活用できるバイオ・生分解性素材を当社で独自開発 ①様々な商材を開発可能な樹脂素材 ②植物由来でCO2排出量を約60%削減 ③海藻の種付け・生育へで優位性確認 ・ 廃棄漁網リサイクル他、幅広いソリューションの提供が可能
営業戦略	・ 環境配慮意識の高まりで排出量削減・炭素固定機能ある利点を活用、コンサルティング＋資材供給による拡販 ・ 水産・漁業関係者との連携で既存取引を深耕 ・ 各種媒体・展示会等の活用



海洋事業戦略②：養殖業（陸上・海面）のエンジニアリング強化

持続可能な海洋性タンパク質生産を養殖ノウハウ提供でサポート

基本方針：“環境変動に応じた次世代水産業（新しい養殖・漁業）の構築”

- ・強みの源泉は100年以上の歴史で培われた技術・ノウハウ
- ・成長領域である養殖業をコンサルティングでトータル・サポート
- ・陸上・海面にこだわらず、顧客のニーズに合わせて対応

注力ポイント：陸上・海面養殖のエンジニアリング・サービス

優位性	・長年の養殖事業ノウハウ 特に近年注目度の高い陸上養殖は、 グループ会社「FFみらい」でデータが蓄積、システム化 陸上養殖設備の内製化に向けた検討スタート
営業戦略	・エンジニアリング・サービスによる高付加価値提供による高収益化 ①陸上・海面両方の養殖事業化コンサルティングの提供 ②陸上養殖設備・システム内製化とシステム外販の同時展開 ③主要4事業でのシナジー効果 食品事業で成魚販売、機械事業でシステム外販、 資材事業で成魚製品の包装資材を販売



機械事業の具体的戦略：海外向け営業を強化

需要増が見込まれる海外へ食品加工機器を提供し、収益を拡大

基本方針：“世界の食のニーズを叶える”

- ・ 国内外の食品製造業の加工食品安定供給への支援ビジネスを拡大
- ・ 新製品創出、生産能力増強、効率化による労働負担軽減、省エネ化など
- ・ ターゲットは、北米、オセアニアのほか、成長著しいアジア（中国・東南アジア）などの食品加工メーカー

注力ポイント：食品加工機器・製造ラインの海外メーカーへの拡販

優位性	・ 海外食品会社へ中華総菜、豆腐等の大型設備の導入実績・知見 ・ 高品質な日本製機械OEMとの強固な連携 → 海外で需要増加傾向の日本製食品加工機器・ラインを拡販可能
営業戦略	・ M&Aによる現地での保守体制及び営業拠点確立 ・ 日系大手食品メーカー・機器メーカーとの連携強化 - 海外展開・拡大を積極支援（国内外導入実績によるパイプ活用） ・ 海外ネットワークを通じた営業活動、海外展示会へ出店を強化



資材事業の具体的戦略：新たな市場への開拓

新たな商材・加工連携先を発掘、サービスを拡大し利益源を増やす

基本方針：“資材を通して人々の暮らしと環境に貢献する”

- ・フィルム・シートをキーワードに、加工能力向上による競争力強化とともに、新市場への参入を狙う
- ・ターゲットは、国内外各種製造メーカーなど

注力ポイント：自動車サプライチェーン・海外向け建装材メーカーへの拡販

優位性	・多くの化成品メーカー・協力先加工場と連携し、住宅・家具向け資材、食品包装資材・衛生資材、農畜資材などを中心に、「食」から「住」の分野にまで幅広く、水産業の分野にとどまらない商社機能を展開
営業戦略 成長戦略	・自動車の外装フィルムなど、フィルム・シートをキーワードに新たな市場へ ・海外事業の立ち上げ、建装材など海外需要の取り込み ・コンバーティング会社をM&A、傘下にして、フィルム・シート商材ラインナップの拡充 ・海外（中国・東南アジアなど）に委託加工先を開拓し、拠点を確立 大手プリンターの供給体制を支援



 ニチモウ株式会社

非財務価値への取り組み

環境（Environment） ブルーカーボンの創出



モズク養殖の様子

GHGガスの排出量削減が
全世界的な課題

当社グループで開発したバイオ・
生分解性ロープは海藻の初期成長
に優位性が見られ、アカモクやモ
ズクの養殖において大きな期待が
寄せられています

社会（Social） 子育てサポートの充実に 向けて(くるみん)



多様な人材の活用に向けて
誰もが働きやすい環境を目指して

次世代育成支援対策推進法に基づき、
企業が従業員の仕事と子育ての両立
を支援するための行動計画を策定し、
目標達成にむけて活動しています

ガバナンス（Governance） 内部統制の強化



企業不祥事を防ぎ、長期的な
成長を支える重要基盤

腐敗防止方針を掲げ、2025年3
月期では外部の内部通報窓口の
設置と浸透施策を実施しました

2025年5月27日以降に「2025年3月期決算・第140期中期経営計画説明会」のアーカイブ動画配信を予定しておりますのでぜひご視聴ください。

<https://www.nichimo.co.jp/ir/library/>

本資料に記載されております業績見通し等の将来に関する記載は、現時点において入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。
また、本資料の著作権を含む一切の権利はニチモウ株式会社に帰属します。

IRに関するお問い合わせ
ニチモウ株式会社 総務部IR担当
E-mail：ir@nichimo.co.jp
TEL：03-3458-3020

2025年5月9日