

旬なか情報

No.1008

平成28年8月18日

「序盤」の相場高騰に警戒感

秋漁を前に、主要魚種の来遊見通しが出揃った。マサバは潤沢な来遊が期待されるが、小型傾向は変わらず。秋サケは北海道、岩手ともに前年は上回るものの依然低調予想で、サンマイカ（フルメイカ）、カツオも厳しい見方が示されている。いずれの魚種も鮮魚流通の出回りが鈍めな状態なうえ、加工用原料の不足は近年著しく、「もっている者勝ち」の傾向が年々顕著に表れている。今秋は例年以上に、漁期序盤からの強い引き合いが予想される。

日本国内の秋漁は従来年変動はあるにせよ、ある程度決まった時期に決まった魚が揚がっているため、末端の相場戦略や原料買い付けは、前年を踏襲していれば、大ケガはなかった。

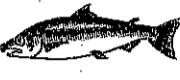




しかし、ここ数年の漁期の遅れや、水揚げの最盛期が短くなることによる水揚げの減少、極端なサイズの偏りは、生産者

だけでなく、陸（おか）の水産関係業者を翻弄（ほんろう）している。例えば、一昨年に大型に偏重したサンマが、昨年漁期に不漁・小型組成になったことを受けて、越年在庫が価値ある原料へと大化けした。マサバは水揚げこそ潤沢だが成長不足が響き、小型主体になったことで、加工原料となる350gアップ

が全く足りない状況。今年も各魚種の長期来遊予報で、前浜物の不足を一気に解決するような要素がほとんどない。取引業者との契約を履行するため、超高値での「仕入買い」が横行して、現地相場が高騰するのではと産地業者の警戒感も強まるばかりだ。各魚種の動向を次に紹介する。

秋漁来遊、厳しい見通し

秋漁主要魚種の来遊見通し

魚種	概要	動向
 サケ	北海道、岩手ともに前年を上回る来遊が予想されるが低水準は変わらず。	→
 サバ	3歳魚主体に前年並みの好調な来遊。ただ、魚体は300g前後の小型に。	→
 サンマ	低水準に終わった前年を下回る見通し。大型も少なく、漁本番は9月中旬か。	↘
 イカ	太平洋、日本海とも見通し厳しく。来遊は過去5年間平均の6割程度に。	↘
 カツオ	今年前半の不振から回復の兆しはない。過去10年の平均を下回る予想。	↘

昨年以上回るが低水準にサケ

北海道への秋サケ来遊見通しは3900万尾。昨年を6%上回るが、3年連続4000万尾を下回る低水準の手前値。岩手県の回帰予報も3902万尾と、震災前5か年平均の半分以下の水準にとどまる見通しだ。

来遊減で海況も向かずサンマ

平成27年漁期は、39年ぶりの低水準に終わったサンマ。今漁期の来遊はその前漁期をやや下回り、魚体は前漁期に似て大型が少なくとされている。ここ数年連続く魚群の東偏も確認されていて、本格化は9月中旬にスレ込みそう。サンマの漁獲は、来遊量以上に海況に大きく影響を受けるが、東日本の少雨で道東・三陸沖に来遊を阻む暖水塊があり、漁場の形成に不利に働く可能性がある。

戻りカツオ終漁早いかな

前半は不振で推移したカツオは、南下期が近づいても好転する兆しがない。戻りカツオの終漁は昨年よりさらに早いのではないかと懸念が出始めている。

今シーズンも成長遅れサバ

親製品は中国への加工原料輸出が停滞し、国内向けは2次加工品が高値で荷動き低迷。イクラ製品は供給量の少なさから比較的順調に消化している。旬期の生鮮販売に期待が寄せられる。

日本海、近年の6割予想

日本近海のフルメイカ来遊状況は、日本海、太平洋ともに厳しい見通しだ。太平洋側は常磐から道南太平洋までは前年並みだが、これから盛漁期を迎える道東太平洋は前

経て、成長しても3000g前後にとどまる見通し。

年を下回る予想。魚体も小さくなる見通し。日本海側の近海フルメイカも前年を下回る。沖台域の船検

4/13
7/8

墨魚卓滴

「いただきまず」の前に「カシヤン」。消費者が自分のスマートフォンで食卓のメニューを写真撮影し、データベースに送る。同時にいつの食事か、誰と食べているか、手料理か購入した惣菜か、献立は誰が決めたかなどの情報も送る。東京の印刷会社が今春始めた「リア食」というマーケティングサービスだ。現在、食品・流通業界が利用するPOSデータは店舗のレジを通して販売された商品情報。「リア食」を利用すれば、販売された商品が実際に家庭でどう消費されているかが分かる。一般から募ったモニター約5000人が日々の食事の内容を送付する。この印刷会社は新たなマーケティングデータとして蓄積し、多様化する消費者ニーズの把握に生かす。モニターには謝礼を支払う。モニターからは性別や年齢、世帯人数、所得などの情報を集めるため、例えば「30代」「独身」「男性」「朝食」といったキーワードでこの

データベースを検索すれば、対象のメニュー画像の一覧がずらっと表示される。食卓の実態を浮き彫りにするという試み。有料発売から3カ月たち、食品メーカーや卸、広告代理店、コンサルタント会社、業界団体などがこのサービスを利用する。印刷会社は「売れるヒントは普段の食卓にある」とPRする。(井)

日刊水産経済新聞

8月12日

6月下旬に水産庁が発表した予報では6-11月の常磐・三陸沖カツオは、昨年を下回るほか、過去10年平均を下回る程度と発表されている。日本のはるか東から三陸沖に来遊する群れが厚い場合、漁況が上向き可能性はわずかだが残っている。

水産・食品大手

4社4ヶ月期連結

水産・食品大手4社の4ヶ月期連結決算が8日、出そろった。マルハニチロとニチレイの営業利益が同期間で過去最高を更新、極洋の営業利益も前年同期比71%増に膨らんだ。食品事業の収益構造改善が進んだ。日本水産は減益だが、期初計画通りの進捗(しんちよく)。円高で上振れ余地は大きい。4社とも2017年3月期通期予想は据え置き。

大手水産食品4社の第1四半期業績

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
マルハニチロ	212,552	▲1.3	7,239	162.9	6,468	92.0	4,437	103.9
日本水産	156,341	▲2.7	4,174	▲18.2	3,918	▲43.1	1,654	▲58.5
ニチレイ	132,238	2.9	7,443	66.7	7,625	66.5	5,216	82.1
極洋	52,206	4.1	467	70.8	380	▲22.7	551	74.0

日経流通 8/10
スーパー全店の6月
売上高1.2%増
食料品が好調

日経MJが主要スーパー17社を対象に調査した2016年6月の全店売上高は、前年同月比1.2%増だった。食料品は2.2%増加した。衣料品は0.7%減、家庭雑貨は2.7%減とそれぞれマイナスとなった。中

旬の気温上昇でアイスクリームなど涼味品は売れたが、夏物衣料やいぐさの敷物など季節関連商品は苦戦した。既存店ベースでは全体の65%を占める食料品が微増。衣料品は3.6%減、医薬・化粧品は7.9%減、スポーツ・音楽

などは9.1%減だった。家電製品は8.4%減と落ち込んだ。店舗数を増やしたライフコーポレーションが4.9%増、平和堂が5.2%増、カスミが7.5%増と好調だった。店舗数は計36店多くなった。

マルハニチロ

マルハニチロは全事業が増益となり、営業利益は2.6倍増えた。食品部門からなる加工事業の利益は10倍。海外の利益も3倍近く増え業績をけん引した。原料・製造コスト圧縮に努めるとともに、北米サケ・マス事業の収益が改善した。

極洋

極洋は主力の水産事業が好調だった。市況悪化で落ち込んでいたサケ・マスの販売が例年並みに回復、凍魚やホタテ加工品の販売も伸びた。冷凍食品事業は赤字に転換。売上高は4%増の522億円で4ヶ月期としては過去最高となった。

日本水産

日本水産は減収減益だったが、食品事業の上期見直しに対する利益の進

ニチレイ

ニチレイは冷食を中心とする加工食品の躍進が

各社の事業別業績

	漁業養殖				商事				海外			
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
マルハニチロ	8,264	▲8.3	608	156.5	108,732	▲0.8	2,288	93.4	36,518	▲5.5	1,913	191.6
	加工				物流				その他			
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
	52,120	1.7	1,763	901.7	3,943	1.2	436	9.0	2,972	2.0	202	-

	水産事業 *1				食品事業 *2			
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
日本水産	63,251	▲5.4	857	▲25.4	77,777	▲2.4	2,848	▲8.5
ニチレイ	16,278	4.0	301	-	71,981	2.6	4,509	168.1
極洋	31,826	9.8	563	110.1	19,920	▲1.0	96	269.2

	物流事業				その他 *3			
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
日本水産	3,822	7.4	239	▲45.1	11,490	9.3	872	▲21.4
ニチレイ	42,418	3.7	2,343	▲2.0	1,558	▲15.0	616	▲10.6
極洋	372	▲56.5	▲27	-	85	▲54.3	27	▲46.0

*1の水産事業の内容: 極洋は水産商事と鯉・鮭事業を合算
*2の食品事業の内容: ニチレイは加工食品と畜産事業を合算。極洋は冷凍食品と常温食品を合算
*3のその他の内容: 日本水産はファイン事業とその他合算。ニチレイは不動産とその他事業を合算

8倍となり、営業利益の2%減。新設センターの増加分の大半を稼いだ。立ち上げコストが膨らんだ。水産の採算は大幅に好転した。ニチレイは売上高も03年4~6月期以降では最高となったが「9月中旬まで」

まな情勢が見えてきた段階で判断する(広報部)。想定為替レートは変えず、通期予想は据え置いた。マルハニチロも期初の想定レートを維持しており、円高が続けば利益の上積みも。

2015年の外食・中食市場規模は前年比2.9%増の31兆7869億円と4年連続で伸長した。うち外食市場は客単価の上昇、訪日外国人や法人交際費の増加がプラス要因。2.2%増の25兆1816億円だった。一方、中食は、食の外部化が進み、7年連続で過去最高を更新。日本フードサービス協会が発表した。

2015年外食産業市場規模推計値

(単位: 億円、カッコ内は対前年増減率%)

外食産業 251,816 (2.2)	給食主体部門 200,181 (2.3)	営業給食 166,249 (2.5)	飲食店 134,965 (2.1)	食堂・レストラン 96,905 (2.7)	そば・うどん店 12,373 (5.8)	すし店 14,119 (1.5)	その他の飲食店 11,568 (▲5.5)
			国内線機内食等 2,619 (2.4)	宿泊施設 28,665 (4.6)	学校 5,079 (2.2)	事業所 12,131 (1.5)	社員食堂等給食 5,331 (1.4)
料理品小売業を含む場合 317,869 (2.9)	料飲主体部門 51,635 (1.9)	集団給食 33,932 (1.3)	喫茶店・居酒屋等 21,942 (3.0)	喫茶店 11,270 (3.2)	居酒屋・ビアホール等 10,672 (2.8)	料亭 3,549 (1.1)	料亭・バー等 29,693 (1.2)
			料理品小売業 71,384 (5.4)	【弁当給食を除く】 66,053 (5.7)	バー・キャバレー・ナイトクラブ 26,144 (1.2)		

資料: (一社)日本フードサービス協会の推計による。
注 1) 市場規模推計値には消費税を含む。
2) 外食産業の分類は、「日本標準産業分類(総務省)」(2002年改訂)に準じている。
3) 産業分類の関係から、料理品小売業の中には、スーパー、百貨店等のテナントとして入店しているものの売上高は含まれるが、総合スーパー、百貨店が直接販売している売上高は含まれない。
4) 四捨五入の関係で合計と内訳の計が一致しない場合がある。

伸びる外食・中食市場

飲食店はファミリーレストランが堅調。「価格志向一辺倒」に飽きが出ており、差別化する店が増えてきた(問屋筋)と、付加価値メニューの増加や価格改定から客単価が上昇した。一方、異物混入などの影響もあり、ファーストフードの苦戦が続く。回転寿司を含む000年以降となる1兆4000億円超えとなった。

訪日外国人消費(インパウンド)は堅調に推移した。年間訪日客数は前年と比べ5割増の1973万人と過去最高を記録。フグ料理店や和食店など外食全般を支えた他、宿泊施設が4.6%増と伸びが目立った。業態別で最も伸びたのは、うどん店。チェーン店の増加などが貢献した。集団給食は1.3%増。学校給食が実施回数、単価上昇から増えた一方、病院給食は前年並みだった。