

年末商戦

水産部門は 前年並み

割高商材は伸びず 値ごろ感に人気

量販店・スーパー・鮮魚専門店 アンケート

首都圏を中心とした店舗展開する量販店・スーパーおよび鮮魚専門店を対象に水産経済新聞社が行った「20年々末商戦アンケート」(速報)によると、水産部門の売り上げ金額の対前年同月比は96.10%、100%に近い回答が大半で、ほぼ前年並みで推移した。ただ「うちごもり」の傾向で食料品の好調が言われ、精肉・青果が5-10%の伸びを示した社が多い中、水産部門のみ伸びを欠く商戦となった。

精肉・青果は好調

水産経済新聞社では主要な21社にアンケートを依頼し、14日現在で6社から回答を得た。それによると各社の水産部門の対前年比は、28日から31日までの4日間で集計した4社は既存店ベースでそれぞれ、ベイシアが102.3%、量販店A社が100.5%、量販店B社が108%、量販店C社が97.9%となった。また、21日から31日までの11日間で集計した量販店D社は96%という内容。27日から31日の5日間で集計した鮮魚専門店の北辰は100%。鮮魚専門店を除く、量販店5社ではいずれも精肉・青果の対前年比は水産部門を上回っている。

(*二面へ続く)

前年並みの販売を維持

東京・大阪市場



大きな売り残しもなく 正月用ねり製品年末商戦

終盤チャンスロスも発生 築地市場

東京・築地市場のねり製品の年末商戦は、値上げと消費低迷を背景に商戦前は厳しい見通しが多かったが、フタを開けてみれば終盤にはチャンスロスも発生するなど、事前の予想をいい意味で裏切った。

中央魚類は単価アップで、特に量販店を中心にセツト物の販売増が目立った。ただ、この点は一量目を変更して価格改定を抑制した、小田原などの板方マポコに注目が集まった。また、前年と同値ないか(担当者)と分析。東都水産のおせちの売り上げも、前年比102.103%と伸長。計画に大板の小板の力マポコ

伊達巻は近年の好調ぶり、早コの人気が高く、12月の注目を集めた。セツト物の販売増が目立った。ただ、この点は一量目を変更して価格改定を抑制した、小田原などの板方マポコに注目が集まった。また、前年と同値ないか(担当者)と分析。東都水産のおせちの売り上げも、前年比102.103%と伸長。計画に大板の小板の力マポコ

前年並み堅実販売で堅調

大阪市場

大阪市中央卸売市場本場でも、景況感の悪化を憂慮した厳しい見通しが立てられたが、前年並みの堅実な販売計画としたことなどもあって、結果的には売れ残りなどもなかった。年明けは鈍い荷動き。

関西では昨年7月にムラカミ食品(株)が解散、同社の扱った商品は別買やヤマサ蒲鉾などが押さえた。大水は年末の正月用商品に値上げされ、売れ筋品の取り扱いは前年並み。12月24日までの通常商品の販売も売り上げで前年の105%から106%、12月全体では104%程度の売り上げとなった。規格変更なども含めて値上げされ、売れ筋品の取り扱いは前年並み。12月24日までの通常商品の販売も売り上げで前年の105%から106%、12月全体では104%程度の売り上げとなった。規格変更なども含めて値上げされ、売れ筋品の取り扱いは前年並み。

「これまで時間をかけて値上げへの理解を求めてきたのに残念(担当者)としている。」

「おうちの正月用ねり製品の販売も、売り上げは厳しい状況が続く、今年も苦戦した。ダシ巻や伊達巻など及マゴ製品は

年末の正月用商品の販売は、300円から400円程度の商品が動いた。セツト物の販売は引き続き堅調。松竹梅など細工物カマポコの販売は、年明けについては売れ残りが少なく、活発というところまではいっていない」と、厳しい環境を述べている。

みなと新聞
2月10日

大手水産食品4社第3四半期連結業績

極洋は増収増益を維持

大手水産食品4社の第3四半期連結業績が出そろった。年末商戦で各社苦戦したがマルハニチロホールディングス(マルハニチロHD)は統合効果を発揮し善戦したが、為替差損などで最終赤字となった。上期好調だった極洋は2ケタ増の利益を確保。ニチレイは水産の黒字化にほぼめどをつけた。日本水産は水産が健闘したものの海外が苦戦。為替差損など営業外の損失計上も加わり、通期も大幅な赤字を予想する。

ニチレイは水産の黒字化めど

売上高で増収はニチレイ1社。不動産を除き水産、加工、畜産、物流など主要セグメントで増収を確保。営業利益で増益はマルハニチロHD、極洋の2社。経常利益では極洋のみ増益。上期は日本水産を除く3社が2ケタ増だったが、第3四半期で2社が落ち込んだ。

日本水産の不振は、これが産はニチレイを除き3社が減収。上期に経・細部事業の悪化が主因。北米や中国の冷食事業やチリのサーモン養殖の不振から、日本国内は99億5200万円とほぼ前年同期(101億7600万円)の営業利益を計上したが、中国などのアジアと北米、南米とも営業赤字を計上した。

産はニチレイを除き3社が減収。上期に経・細部事業の悪化が主因。北米や中国の冷食事業やチリのサーモン養殖の不振から、日本国内は99億5200万円とほぼ前年同期(101億7600万円)の営業利益を計上したが、中国などのアジアと北米、南米とも営業赤字を計上した。

たニチレイも黒字を維持し、年度黒字化のめどをつけた。加工食品はマルハニチロHDと極洋の2社が減収。日本水産は上期に続き増収。ニチレイは加食本体がわずかに増収。畜産がチキンの扱い増で2ケタ増。営業利益は極洋が25%増益。マルハニチロHDは2.9%減益、ニチレイは上期の飲料の

落ち込みなどが影響し利益は半減。日本水産は北米、中国事業の影響などで上期に続き部門赤字を計上した。物流はニチレイの強さが際立つ。売上高、利益とも3%台の伸び。ニチレイの全営業利益の2分の1以上を低温物が25%増益。マルハニチロHDは2.9%減益、ニチレイは上期の飲料の

水産食品4社の第3四半期連結業績

(単位:100万円、上段は08年4~12月期実績、下段は09年3月通期見通し、カッコ内は前年同期比)

	売上		営業利益		経常利益		純利益	
	金額	前年同期比	金額	前年同期比	金額	前年同期比	金額	前年同期比
マルハニチロHD*	707,789	93.4%	17,073	122.0%	9,180	82.5%	▲281	
	915,000	94.7%	19,000	134.0%	9,500	121.6%	▲500	
日本水産	400,088	98.0%	6,125	65.1%	2,449	25.4%	▲6,594	
	500,000	93.6%	6,000	83.0%	0		▲11,000	
ニチレイ	370,394	104.0%	13,757	93.2%	13,152	90.1%	6,558	72.2%
	479,800	103.5%	14,900	85.9%	13,800	81.7%	6,600	68.8%
極洋	115,495	99.5%	2,945	117.2%	2,974	128.0%	1,617	126.7%
	152,000	102.9%	4,200	143.5%	4,100	144.3%	2,200	147.0%

*マルハニチロHDは前年度第3四半期のマルハニチロHD業績にニチロの上期業績を加算し比較。

白水の大水経営支援

経営陣派遣や追加出資など

両社で専門チーム、月内に詰め

大証2部上場の(株)大水は、昨年11月13日に公表した不適切取引について調査委員会を設置、その取引の全容説明を続けて来たが、説明不十分なため、21年3月期第2四半期決算において、同社の会計監査人の「結論を表明しない」旨の四半期レ

ビュー報告書が添付されたため、昨年12月27日、指定された監理銘柄の(確認中)から、同(審査中)に再指定されるという状況にある。

このことを主な要因として、大水は資金面で苦境に立たされ、長年にわたる取引関係にあり、ま

た、筆頭株主(7.94%)である日本水産以下、白水、に対し経営支援を要請、これを受けた日本水産は、大水が引き続き不適切取引の全容説明に努め

関係者の責任を明確にすることを前提に、中央市場の卸売業者としての公共性等を総合的に考慮

支援内容の協議を精力的に、次のような内容の支援を行う協議を開始することを大水と合意した

その内容は、①白水は、大水に対し経営全般について主導的な支援を行う。②白水は、大水に対し主要な経営陣の派遣を行い、大水はこれを受け入れる。③大水は、日

業風土を刷新、経営基盤を安定させ、中央市場の卸売会社として、これからは市場機能を十分に活かす。④白水は、保

か、生産者から消費者への水産物流通において、重要な役割を果たしていく。また、白水と共に水産物のサプライチェーンの機能やサバイビ

スレベルを高め、更なる成長と収益力強化を目指す。大水では、速やかに企

中央市場新聞

2月10日

(※一面より続き)

産部門を上回った。ベイシアが精肉106.4%、青果109.1%。量販店A社が精肉111.2%、青果105.7%。量販店B社が精肉115%、青果112%。量販店C社が精肉98.2%、青果98.9%。

販売が前年に比べて落ち込んだ水産商材を各社に最大3つまでたずねたところ、カニ、有頭エビ、ウナギ、ナメタカレイ、タコなどの名前が挙がった。その理由には、原料事情や販売規格の関係で消費者が割高感を受けた商品が多かったようだ。

反対に販売が好調だった水産商材を最大3つまでたずねたところ、味付けカスノコ、ホタテ貝柱、おせちねり商品などの回答が寄せられた。いずれも値ごろな売価設定を行

えた商品が並ぶ形となった。一方、刺身用サーモン、生鮮魚、おでん商材など、年末商戦と無関係の日常商材が多く売れた傾向もみられた。

また、鮮魚専門店北辰の好調商材はエビ・カニ、養殖魚全般、魚卵など、量販店・スーパーと一線を画した内容に。原料事情にマイナス要素があっても価格設定と品質が顧客に評価され、売

上げが前年を上回った。

近畿・中部・北陸の年末商戦

塩へ二在庫消化にめど

ねり製品、一部で投げ物

西日本の塩干仲卸が意見交換

【大阪】7日に大阪本場であった全水卸組連の西日本塩干魚部業務部会、仲卸組合の幹部が商材別に年末商戦を総括した。

各仲卸の発言要旨は次の通り。

【塩カスノコ】ギフトは減り、百貨店・量販店は前年比80〜85%では、井原水産、加藤水産の両ブランドは人気が高く、大阪本場は(原卵アソートの低い)大サイズが一時欠品になった。

【塩カスノコ】ギフトは減り、百貨店・量販店は前年比80〜85%では、井原水産、加藤水産の両ブランドは人気が高く、大阪本場は(原卵アソートの低い)大サイズが一時欠品になった。

【田作り】名古屋本場をみると、ほとんどの仲卸が在庫ゼロでうまく商戦を終えられたのでは。

【ねり製品】売れ行きは比較的順調。各量販店の売上高は前年比で数量95〜97%、金額100%、105%だろう。

【カニ】タラバのうち、ロシア産は輸入量減少から加工品が減り、フリー在庫が出回らなかった。

【米国タラバ箱物が好調】箱物が年末に集中、好調に売れた。ノルウェー産箱物も好調。

【カニ】タラバのうち、ロシア産は輸入量減少から加工品が減り、フリー在庫が出回らなかった。

【米国タラバ箱物が好調】箱物が年末に集中、好調に売れた。ノルウェー産箱物も好調。

【カニ】タラバのうち、ロシア産は輸入量減少から加工品が減り、フリー在庫が出回らなかった。

【米国タラバ箱物が好調】箱物が年末に集中、好調に売れた。ノルウェー産箱物も好調。

【カニ】タラバのうち、ロシア産は輸入量減少から加工品が減り、フリー在庫が出回らなかった。

【米国タラバ箱物が好調】箱物が年末に集中、好調に売れた。ノルウェー産箱物も好調。

【カニ】タラバのうち、ロシア産は輸入量減少から加工品が減り、フリー在庫が出回らなかった。

みなと新聞

2月10日

2年連続でマイナス

築地市場の昨年取扱額

鮮魚など6分野で前年割れ

東京・築地市場(中央区)の二〇〇八年の水産物取扱金額が、二年連続で減少した。マグロの漁獲規制があった〇六年に七年ぶりにプラスに転じたが、再び減少傾向が強まった。

取扱金額は四千七百七十五億五千万円で前年比二〇%減。分野別では、鮮魚(〇・八%減)、冷凍魚(三・八%減)など六分野が前年割れ。海藻類(〇・六%増)だけ増えた。数量は五十六万七千トで〇・一%減った。

昨年燃料高による全国一斉休漁やマグロの漁獲規制強化など、供給面で相場の強材料が多かった。ただ「産地価格は上昇したが、消費地では需要低迷で量販店などの安値要望が強かった」(漁業情報サービスセンター)との指摘もある。

築地市場は現在、移転問題で揺れている。現状では大消費地の首都圏を抱え、地方の中央市場に比べて落ち込み幅は小さい。

だが、市場関係者は「物流コスト高や衛生面など課題は山積。縮小に歯止めがかかる要素がない」(卸会社幹部)と危機感を強めている。

正月用ねり製品のプライスライン

(仲卸業者の発言をもとに本紙まとめ)

Table with 6 columns: Market, Product, Price Range, and Remarks. Rows include Osaka market and Osaka main market prices for various products like salmon and sea bream.

日本経済新聞 1月29日

みなと新聞

1月27日



境港直送で鮮度感を訴求

大阪のスーパーで「境港」の朝獲れ鮮魚販売

境港鮮魚仲買組合 境港の知名度向上へ 関西エリアのパートナー募集

【大阪】大阪府枚方市のスーパー・トップワールド香里ヶ丘店で24日、境港の直送鮮魚が販売された。境港鮮魚仲買組合（森脇一行理事長）が出荷を取りまとめ、その日水揚げした鮮魚を午後3時から売り場に並べて鮮度感を強調、消費者から注目を浴びた。同組合や鳥取県境港水産事務所（松澤以尚所長）では境



林田バイヤー（左）と梅木サブバイヤー



右から上代部長、浅野氏、榎野部長

港のブランドカブツのため、関西エリアのスーパー、居酒屋を中心に同事業のパートナーを募集している。



松澤以尚所長

トップワールドを運営する不二商事（本部・大阪府寝屋川市）の林田晃商品第一部長水産担当バイ



ねこ娘も大活躍した

「直送でき、かつネットムハリニーのある産地は少ない。境港の取り組みでは、その日の朝の情報商品第一部長水産担当バイヤー、鮮度やこちらで流通しない地の魚に力を入れていきたい。」「今後は境港での食べ方など情報イベント、境港まつりのように加工品も交えた物産展も面白いのでは」としている。当日は水揚げ鮮魚から組合が約100

キ仕入れ、午前9時半までにトラック便で境港を出発。雪の影響もあったが、予定通り午後3時から売り場展開が始まった。ドロエビ、ベニズワイガニ、メイタカレイ、ミスカレイ、アマテラレイ、ヤリイカ、長ハゲ、マサバ、ヒラアジなども多様な水産物を並べ、500円単位で販売した。漫画家の水木しげる氏の出身地である境港ゆかりの鬼太郎やねこ娘の着ぐるみも登場し売り場を盛り上げた。

また、組合から共和産業営業推進部の上代崇部長、大新第一営業鮮冷部の榎野康弘部長、鳥谷水産鮮魚近海部の浅野祐二郎氏が視察に訪れた。境港の知名度を上げていきたい。「山陰特有の魚を味わってほしい」「ロケットの問題はあるが多種な魚種を工夫して売り込みたい」「消費地に直に取り組みむことで付加価値の参考になりたい」など意気込みを話した。鳥取県の境港水産物産地機能強化総合対策事業の一環で行われ、テレビやイベントグッズ支援も行った。松澤所長は「境港の水産物、地域PRにつなげていきたい。消費地とのコーディネートや企画の取りまとめなどを通じ、産地イメージの向上に努めていく」としている。

マルナカ本社、神戸へ

香川県を中心にスーパーなどを出店する「マルナカ」（高松市）は2011年にも本社を神戸市の六甲アイランドに移転する方針を決めた。物流センターを併設して関西への出店増を狙う。また岡山県などに出店するグループ会社の「山陽マルナカ」（岡山市）と同年までに経営統合し、仕入れや販売を効率化する。

マルナカは新社屋と物流センターの用地として約2年前に六甲アイランドに約3万平方メートルの土地を取得している。経営統合は持ち株

2011年にも 関西出店増狙う

会社方式で、既存店舗の統廃合は行わない。マルナカの中山芳彦社長は「神戸は物流に便利でイメージも良い。市場規模の大きい関西で攻勢をかけたい」としている。

マルナカの08年3月期の連結売上高は343.5億円。スーパーなどを四国4県に129店、兵庫県に2店出店。山陽マルナカは岡山県に53店、兵庫県に6店、大阪に8店など計69店舗を出店している。新設の物流センターを拠点に関西で両社合わせて計16店を30店程度にするという。

大阪本場

うおいち6%増、大水4%増

末端消化も順調

大阪市中央卸売市場本場のねり製品は12月全体で金額ベース（速報値）がうおいち10.6%、大水10.4%と両社とも前年を上回った。25日以降の正月向け商材については、うおいち10.3%、大水は前年並み。カネテツテリカフイス、ヤマサ蒲鉾、別賞かまぼこなどが前年超えた。板かまぼこ以外では小桜、梅玉、桜玉などの名で展開する中に卵が入った花型形状の彩り豊かなねり製品も売り上げを伸ばした。

「各社とも量目変更を含め、全体的に1〜2割の値上げを行った中、量と価格のバランスが取れた値ごろ感のある商品が支持を集めた」（卸）と振り返る。「31日に売り切ったスーパーもあるなど、末端筋も総じて消化率が高かったようだ」（同）

ヤマサ蒲鉾は、12月全体、正月向けとも12.0%。板かまぼこでは「祝彩鯛かまぼこ」（525円）、セットでは切り出しの「松竹梅Sセット」（800円）、紅白にだて巻き、小桜が入った「おせちセット」（1280円）が売れた。小桜（5個・480円）も、お重の彩りとして引き合いが高くなり、150%と好調。カネテツテリカフイスは、12月全体で10.7%、正月向けは10.8%。板かまぼこでは「迎春鯛かまぼこ」を主力とした600円、「吟寿はも板」などの800円ラインが伸びた。セット物も10.8%と好調。梅玉は13.0%。卵加工品はだて巻きが10.5%と順調だった一方で、だし巻きが95%。おでんは110%。量販店が力を入れていた鍋商材の販促にマッチした」（同社）

別賞かまぼこは12月全体、正月向けとも12.0%と好調だった。同社は単品中心の展開。「本練り」（480円）、「大奴」（360円）が120%と伸びた一方で「寿恵廣」（780円）は下回った。桜玉は120%と2ケタの伸び。