

卸市場、新設備で反攻

和歌山市 低温売り場新設

神戸市 水産加工工場整備

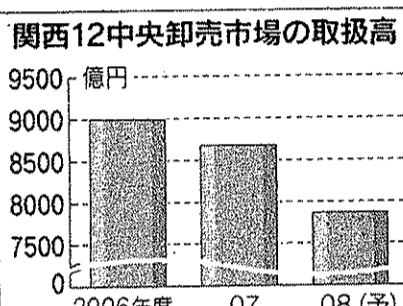
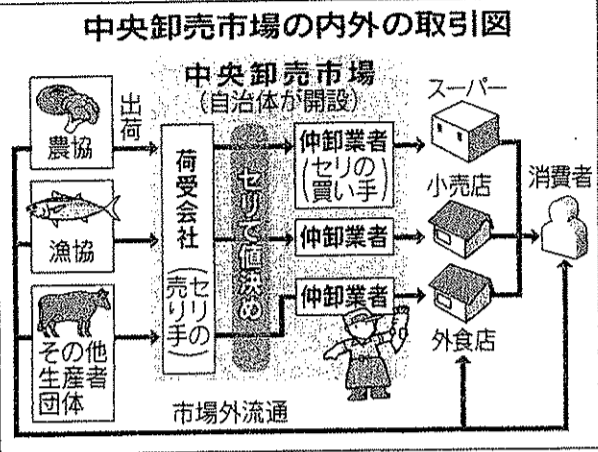
関西の中央卸売市場が相次ぎ設備を改良している。神戸市や大阪府が昨年更新したのに続き、和歌山市が四月に売り場を新設。京都市も来年度に水産物の加工設備を着工する。取扱高減少が続く上、四月の制度改正で卸売手数料が自由化され、市場経営が厳しくなっていることに対応。市場内で営業する仲卸業者が使いやすい施設にし、市場の取引を活性化する狙い。

京都市中央卸売市場は、第一市場（下京区）内に水産配送加工センター（八百平方メートル）を来年度に着工、二〇一一年三月に完成の予定だ。

セリなどで買い付けた品を小売店などに卸す仲卸業者が、魚介類を煮炊きや小分けする大型設備をセンターに配置する。現在は仲卸業者が簡便な設備を置いている。京都市は「小売店に魚を素早く並べられるようになり、商機が増える」と期待する。

和歌山市中央卸売市場は野菜・果物を一五度の温度に保つ「青果低温売り場」を四月に新設した。五百平方メートルで総事業費は七千七百万円。市は「鮮度を保って出荷でき、品質が向上する」（産業部）とアピールする。

手数料自由化、産直拡大の逆風



関西12中央卸売市場の取扱高
2006年度 07 08(予)
* 大阪市=本場、東部・南港、京都=第一・第二、神戸市=本場、東部・西部、大阪府、姫路市、和歌山市、奈良県の12市場の合計、大阪市は09年3月分が未集計

仲卸、能率アップ
神戸市中央卸売市場も昨年五月、本場（同市兵庫区）に水産物の加工工場と配送場を整備した。広

日本経済新聞 4月29日

取扱高減少続く

関西に十二ある中央卸売市場の取扱高は大幅な落ち込みが続ぎ、〇八年度は前年度比九割減の七千八百七十億程度にとどまった。市場外の産地直送取引の拡大に加え、関西の市場は東京の市場に比べ産地からの集荷力が弱いことが一因だ。人口や高級店が多い東京に出荷する方が高値が期待できる（三重県の生産者）との指摘もある。

中央卸売市場の制度改正

今年四月から中央卸売市場の制度が改正された。卸売手数料の自由化で、経営改革に向けた市場間の競争を促す狙い。生産者から商品を集めてセリにかける荷受会社から自由な卸売率を決める。セリで仲卸業者などに販売した後に、農協や漁協など生産者から荷受会社が手数料を受け取る。これまでは全国一律で料率が決まっていた。

賦課金月800円に増額

【大阪】市内の鮮魚小売商ら260人で行く大阪水産物卸協同組合（市川良雄理事長）は24日、大阪市中央卸売市場（同市福島区）で通常総代会を開いた。組合の財政が厳しさを増していることを受け、親子料の削減は青年部が中心となり、年間2回以上開く。女性部は設立が長年の懸案になっていたが、今秋の設置を多数決で決めた。天神祭への飾船出船は例年通り行う。

塩干魚の特別調査結果

農水省は20日、塩干魚が30.1点を買い上げ、介類の表示特別調査結果を公表した。それによる産地判別も行われた。23.8%で表示の欠落など、不適正な表示があったのは、「賞味期限」で14.86点にのぼった。次いで、「製造業者」の氏名又は名称及び住所（13.65点）、「原料産地名」（12.05点）が続いた。また、DNA分析で不適正表示が確認された1業者についても、関係自治体が指導を行った。

23%で不適正表示

農水省は20日、塩干魚が30.1点を買い上げ、介類の表示特別調査結果を公表した。それによる産地判別も行われた。23.8%で表示の欠落など、不適正な表示があったのは、「賞味期限」で14.86点にのぼった。次いで、「製造業者」の氏名又は名称及び住所（13.65点）、「原料産地名」（12.05点）が続いた。また、DNA分析で不適正表示が確認された1業者についても、関係自治体が指導を行った。

みなと新聞 5月26日

からの伝達もあり、皆さん気を付けて対処してほしい」と呼び掛けた。昨年度は組合の財務状況を勘案し、事務所を大阪市中央卸売市場業務管理棟13階から2階へ移転。部屋面積は約3分の2、職員は3人から2人に減った。今年度は東部市場分担金衛生組合費が減額の一方、市との間で①家庭ごみの市場への持ち込み禁止の魚腸骨の自店舗での処理②発泡箱の適正処理（仲卸への返却や正規の場所への持ち込み）徹底を確約した。事務局から、組合員企業の役員や従業員が加入できる全水産連傷害保険（普通傷害保険）の加入要請もあった。

09年3月期決算

97%減も営業黒字4千万

うおいち、加工部門は営業損失

OUGH D連結

縮小で、内部消去前売上高が前期比37%(23億円)減の39億円。

「グループ全体でみた場合、子会社の関空トレーディングが行う消費地加工は絶対必要な機能。生鮮アトランティックサーモンを量産に持っていくほか、消費者ニーズを踏まえて消費地加工のメリットを出さねばならぬ」と谷川正俊取締役。投資有価証券評価損3億6900万円、関係会社貸倒引当金繰入額2億7100万円、減損損失8300万円などを特別損失とし、繰延税金資産取り崩しによる法人税等調整額7億9300万円を計上した結果、当期損益は赤字13億5800万円(前期は赤字7億8000万円)で2期連続の最終損失となった。

OUGホールディングス2009年3月期決算

| 単体 | 売上高 (増減率%) | 営業利益 (同%) | 経常利益 (同%) | 当期純利益 | |
|------|-------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|
| | | | | 金額 | (同%) |
| 単体 | 2,251 (13.3) | 1,022 (47.2) | 1,017 (45.9) | 658 (31.0) | 658 (31.0) |
| 連結 | 339,042 (▲8.2) | 40 (▲96.6) | 485 (▲70.3) | ▲1,358 (-) | ▲1,358 (-) |
| 次期予想 | 1,774 | 613 | 409 | 280 | 280 |
| 連 | 340,000 | 1,750 | 2,000 | 1,750 | 1,750 |

OUGホールディングス2009年3月期事業種別セグメント情報(連結)

| 売上高 | 水産物 卸売事業 | 水産物 加工事業 | 養殖事業 | その他 事業 | 計 | 消去または 全社 | |
|----------------|-------------|-------------|-------|-----------|---------|-------------|---------|
| | | | | | | 金額 | 連結 |
| (1)外部顧客売上高 | 333,988 | 341 | 3,455 | 1,121 | 338,907 | 135 | 339,042 |
| (2)セグメント間内部売上高 | 1,469 | 3,561 | 2,734 | 1,446 | 9,211 | (9,211) | - |
| 計 | 335,458 | 3,902 | 6,190 | 2,568 | 348,119 | (9,076) | 339,042 |
| 営業費用 | 335,449 | 4,172 | 6,049 | 2,580 | 348,251 | (9,249) | 339,002 |
| 営業利益 | 9 | ▲269 | 140 | ▲12 | ▲132 | 173 | 40 |

うおいち 営業赤字4億円

日配部、特販部は増収

【大阪】OUGホールディングス子会社・うおいち(三輪光幸社長)の2009年3月期単体決算は売上高2億2300万円(前期比4・9%減)▽営業損失4億1000万円(前期は黒字14億1000万円)▽経常損失5億1000万円(同黒字13億2200万円)だった。なお、和歌山魚類と滋賀県魚市場は07年10月統合のため、前期は07年4～9月の両社の実績を含んでいない。

うおいち09年3月期部門別売上高

| 部門 | 金額 | 構成比(%) | 前期比(%) | |
|--------|---------|--------|--------|-------|
| | | | 金額 | 構成比 |
| 鮮魚部 | 42,741 | 20.1 | 95.9 | 95.9 |
| 加工食品部 | 19,877 | 9.4 | 84.7 | 84.7 |
| 日配部 | 3,087 | 1.5 | 104.4 | 104.4 |
| 計 | 65,705 | 31.0 | 92.6 | 92.6 |
| 鮮魚部 | 20,426 | 9.6 | 85.1 | 85.1 |
| 加工食品部 | 12,214 | 5.8 | 91.2 | 91.2 |
| 日配部 | 1,964 | 0.9 | 103.4 | 103.4 |
| 計 | 34,604 | 16.3 | 86.0 | 86.0 |
| 鮮魚部 | 17,913 | 8.4 | 90.7 | 90.7 |
| 加工食品部 | 12,127 | 5.7 | 91.1 | 91.1 |
| 日配部 | 2,646 | 1.2 | 97.6 | 97.6 |
| 計 | 32,686 | 15.3 | 91.4 | 91.4 |
| 鮮魚部 | 81,080 | 38.1 | 91.8 | 91.8 |
| 加工食品部 | 44,218 | 20.9 | 88.1 | 88.1 |
| 日配部 | 7,697 | 3.6 | 101.7 | 101.7 |
| 計 | 132,995 | 62.6 | 91.0 | 91.0 |
| 和歌山営業部 | 16,973 | 8.0 | 176.1 | 176.1 |
| 滋賀営業部 | 5,670 | 2.7 | 173.7 | 173.7 |
| 合計 | 155,638 | 73.3 | 97.9 | 97.9 |
| 商品部 | 38,847 | 18.3 | 77.3 | 77.3 |
| 海外事業部 | 4,933 | 2.3 | 90.0 | 90.0 |
| 特販部 | 12,960 | 6.1 | 151.4 | 151.4 |
| 合計 | 56,740 | 26.7 | 88.3 | 88.3 |
| 総計 | 212,378 | 100.0 | 95.1 | 95.1 |

タイ金額6%減▽養殖ヒラメ金額20%減だった。魚種別平均単価の前期比はマグロ3%安▽サケ4%安▽エビ9%安▽タコ9%安▽イカ5%安▽ウナギ18%高。養殖ヒラメはウオンの安による韓国産の流入でキロ1330円(同25%安)に暴落した。今期は売上高2300万円、営業利益15億9000万円、経常利益15億000万円、増収増益を目指す。

生鮮食品の販売強化

ファミリーマートは20日起こす。日、刺身や肉、野菜、果物などの生鮮食品販売を強化する方針を発表した。24年2月期末には、取扱店を現在の3倍に当たる3500店に拡大。単身者や高齢者向けに家庭料理の食材などを提供、新たな需要を掘

日刊水産経済新聞

5月26日

新会長に山金の長田雅之氏

【大阪】大阪市中央卸売市場本場のマグロ仲卸でつくる大阪まぐろ業会はこのほど総会を開き、任期満了の役員改選で山金の長田雅之氏が会長に就いた。長田氏は「皆さんが気持ちよく働ける環境づくりをしたい。昔に比べマグロの数量、品ぞろえが少なくなった。市場に活気を取り戻し、より多く

みなと新聞

5月21日

「魚が安い」食いつく消費者



安く売られているさんま(東京都昭島市のエコス洋島店)

食卓に登場、4回に1回超

下味付き商品 手軽さ受ける

魚が家庭の食卓に上る回数が増えている。今年に入ってから4回の食事につき一回超のペース。世界的な不況で魚が余り店頭価格が下がった結果、主婦が手を伸ばしやすくなった。調味料に漬けてあり簡単に調理できる商品の人気が高い。ただ主婦は節約を優先しており、魚離れに歯止めとは言い難いようだ。

「解凍さんま、一尾五十五円」。五月中旬、エコス洋島店(東京都昭島市)では安値に引き寄せられるように客が集まってきた。

主婦(60)は夫との食事二回分として四尾を購入した。締めて二百二十円。昨年同時期の約半額で「煮物にして作り置きする」。エコスでは三月以降、一尾売りの鮮魚が

「フライパンで簡単に調理できます」。タイエーは毎週水曜、赤魚のかす漬けやサバの塩だれなどを九十八円均一で販売し始めた。全国約三百三十

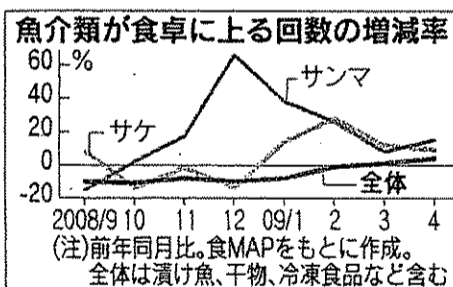
「調理後の片づけを楽にする商品も人気だ。東急ハンズ(東京・渋谷)では「エトクトクくん」(四百五十円)の一二月の売上高が昨年十一月に比べ一・五倍に伸びた。グリルの金網の下に敷くと魚の焼き汁を吸ってグ

十店の一日の販売量は合計十万切れにもなる。阪食(大阪府豊中市)が運営する阪急オアシスなどでは、店頭でムニエルなど手軽な調理法を紹介したところ、サケなどの切り身の売り上げが三・四倍に伸びた。

調理後の片づけを楽にする商品も人気だ。東急ハンズ(東京・渋谷)では「エトクトクくん」(四百五十円)の一二月の売上高が昨年十一月に比べ一・五倍に伸びた。グリルの金網の下に敷くと魚の焼き汁を吸ってグ

食べる魚の種類も広がってきた。イオンは昨年八月以降、島根県や神奈川県などの漁協と組んで漁船の水揚げを丸ごと購入し始めた。水カレイ、ノドグロなど珍しい魚も多く、朝店頭で並べた分が午前中に売り切れるほどの人気という。

これまでイオンはサンマ、サケなど一般的な魚を中心に扱ってきたが、消費者は新鮮で多様な魚を求めているとみて、同様の取り組みを広げるとを検討している。



魚の消費回復 続くか不透明

NTTデータライフス ケープマーケティング(東京・千代田)が首都圏の三百六十世帯を調べ「食MAP」によると、魚介類が食卓に上る回数は今年三月に前年同月比で増加に転じた。

昨年は百回のうち二十四・七回だったが、今年と同二十五回を超えている。けん引役がサンマ、サケなど低価格の魚だ。

ただ魚の消費がこのまま回復に向かうかは不透明だ。総務省の家計調査では支出額はいぜん減少傾向にある。消費者が魚料理を好んでいるというより、節約を優先してい

る様子が見え始める。水産白書などによると一人が食べる魚の量は一九九七年のピークより二割低い水準。BSE(牛海綿状脳症)の影響で牛肉が敬遠された二〇〇五年前後に一時的に上向いたが、その後失速した。

経営の視点

大手スーパーが業績不振に沈むなか、中堅の食品スーパーが元気だ。北海道のアイクス、和歌山のオークワ、中・四国のハローズなどは地域経済が冷え込んでいても業績は堅調。首都圏に店を構えるヤオコーや関東・関西に店舗網を築いたライフコーポレーションも同様だ。景気後退による内食志向の高まりが追い風というの一般的な見立てだ。

一理あるが、ならば低価格なPB(プライベートブランド)商品を大々的に展開する大手スーパーにも恩恵があってもいいはず。規模が小さく、PBも少ない

どっこい卸は生きている

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

流通革命の隠れた主役

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

流通革命の隠れた主役

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

流通革命の隠れた主役

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

ほとんどの品少量販売の世界になる。大量生産・販売が前提のPBとは真逆だ。地域情報を熟知し、それを小売業に伝え、商品供給する。それが地場の卸会社だ。役割はまだある。多彩な販売形態に合わせて商品を調達・配送する機能だ。

和歌山のオークワ。食品スーパー、食品ディスプレイ、タイミングで店舗に運ぶの

流通革命の隠れた主役

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

流通革命の隠れた主役

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

流通革命の隠れた主役

食品スーパーがなぜ強いのか。その裏には卸会社の存在がある。

狭い国土ながら少し地域が違っただけで醤油(しょうゆ)や味噌(みそ)の味が異なる。食文化という言葉があるように食生活には独特な地域性がある。地域密着の精度を高めれば高まる

養殖高級マグロ 食卓に広がる

水産大手が一斉増産

高級マグロのクロマグロ養殖物の市場が拡大している。養殖は極洋など水産大手が一斉に増産に着手。節約志向から割高な天然物の市場は縮小している。これに漁獲制限も受け、養殖物の需要が増加。二〇〇九年度の国内養殖量は〇七年度の倍以上の二万トと、市場は三百億円前後（卸売りベースの推定）に成長する見通し。一部のスーパーは特売を百円約八百円と二割程度下げたり、すし店などが中心だったが、食卓にも広がってきた。

高知県宿毛市で養殖を手がける極洋は今夏と来年に養殖場を二カ所ずつ新設。〇九年度に百トを見込む出荷量を一年度二百六十トに増やす。国内八カ所で養殖を展開するマルハニチロ水産も年内にも和歌山県本町に養殖場を新設する。

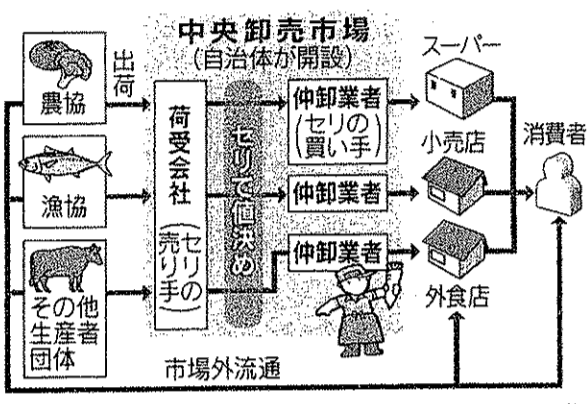
スーパー、2割安く

100グラム部
800円

日本経済新聞 4月29日

手数料自由化、産直拡大の逆風

中央卸売市場の内外の取引図



関西の中央卸売市場が相次ぎ設備を改良している。神戸市や大阪府が昨年更新したのに続き、和歌山市が四月に売り場を新設。京都市も来年度に水産物の加工設備を着工する。取扱高減少が続く上、四月の制度改正で卸売手数料が自由化され、市場経営が厳しくなっていることに対応。市場内で営業する仲卸業者が使いやすい施設にし、市場の取引を活性化させる狙い。

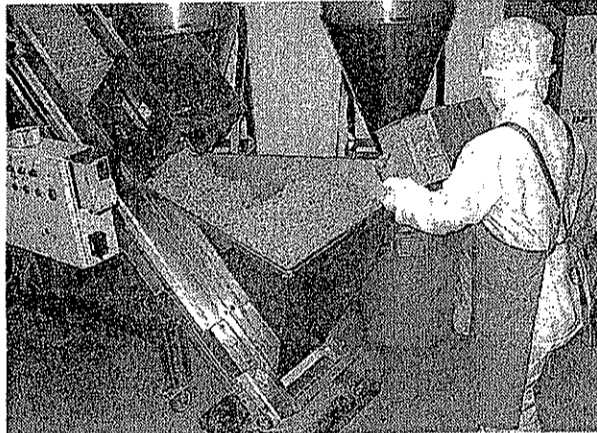
卸市場、新設備で反攻

和歌山市中央卸売市場は野菜・果物を一五度の温度に保つ「青果低温売り場」を四月に新設した。

五百平方メートルで総事業費は七千七百万円。市は「鮮度を保って出荷でき、品質が向上する」(産業界)

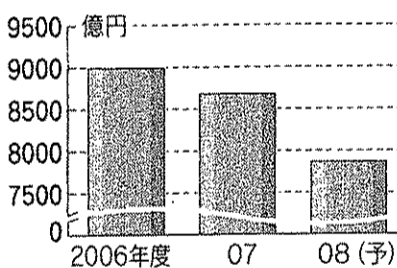
とアピールする。京都市中央卸売市場は、第一市場(下京区)内に水産配送加工センター

和歌山市 低温売り場新設 神戸市 水産加工場整備



水産加工施設で取引が増えた仲卸も(神戸市中央卸売市場本場でのちりめん小分け作業)

関西12中央卸売市場の取扱高



仲卸、能率アップ
神戸市中央卸売市場も昨年五月、本場(同市兵庫区)に水産物の加工場と配送場を整備した。広さは三万平方メートル。

大阪府中央卸売市場(茨木市)も昨年十一月(一生涯センター)に約八千平方メートルを遊休地に開設。冷蔵施設や荷さばき場も設けた。「市場になかった商談場所を置いた。

た効果が出て、卸業者とスーパーのバイヤーらが商談しやすくなった(市場業務部)という。

取扱高減少続く
関西に十二ある中央卸売市場の取扱高は大幅な落ち込みが続く。〇八年度は前年度比九割減の七千八百七十億円程度にとどまった。市場外の産地直送取引の拡大に加え、関西の市場は東京の市場に比べ産地からの集荷力が弱いことが一因だ。一口や高級店が多い東京に出荷する方が高値が期待できる(三重県の生産者)との指摘もある。

さらに今後は卸売手数料の引き下げが市場の経営に悪影響を与える可能性が高い。二十八日時点でまだ手数料下げの動きは顕在化していないが、設備を改良して仲卸業者らの使い勝手を良くして取扱高をテコ入れし、市場間競争を勝ち抜く戦略だ。

中央卸売市場の制度改正。今年四月から中央卸売市場の制度が改正された。卸売手数料の自由化で、経営改革に向けた

市場間の競争を促す狙い。生産者から商品を集めてセリに付ける荷受会社は自由な料率を決める。セリで仲卸業者などに販売した後に、農協や漁協など生産者から荷受会社が手数料を受け取る。これまでは全国一律で料率が決まっていた。

従来は養殖クロマグロの店頭価格は特売時で百五十円近くと、マグロで消費量の最も多いメバチマグロ天然物の通常価格の約二・五倍。これを現在は八百円前後まで値下げしており、「外食に供給されていた高級マグロが小売店に流れ、安くなった」(マルエツ)。家庭で食事する「内食」向けに、手が届かなかった

高級マグロが身近になりつつある。

養殖マグロ 養殖事業はメバチマグロなど安い魚種は採算が合わないため、高級なクロマグロだけ。輸入の一部も養殖物。クロマグロは乱獲が問題になり、大西洋まぐろ類保存国際委員会が昨年、二〇一一年の大西洋・地中海の漁獲枠を〇八年に比べ三五割削減する