No. 963
平成24年 5月22日

すいなか情報

発行
大阪市水産物卸協同組合
大阪市福島区野田1－1－86
大阪市中央卸売市場内
郵便番号 553
電話（469）3908
FAX（469）2700

3月期決算

うおいち（単体）2期連続で増収達成
粗利益は前期並みに

【大阪】うおいち（三輪光幸社長）の2012年3月期単体決算は、売上高が前期比1・1％増加した。売上高は2期連続の増収。主に荷受事業を営む市場営業本部は同1・9％減だが、商品事業本部が8・4％増えた。

三輪光幸社長

売上高総利益（粗利）は、商品事業本部が好調だった前期を下回った影響もあり、トータルで同0・5％増にとどまった。営業利益、経常利益とも前期を下回った。

市場営業本部は売上高1386億8900万円（前期比1・9％減）、売上高総利益57億1100万円（3・1％増）。売上高総利益率は4・1％となり、前期に比べ若干上昇した。東日本大震災の影響で三陸・相馬方面の鮮魚が大きく減少した関係で上半期は売上高、利益とも苦戦したが、下半期は業績の改善がみられた。同本部の取扱数量は17万8465㌧（1・7％減）、平均単価は777円（0・2％安）だった。

商品事業本部は売上高634億9800万円（8・4％増）、売上高総利益29億1700万円（4・2％減）。売上高総利益率は4・6％となり、前期に比べ低下した。上半期はサケ・マス、ウナギなどが好調だったが、下半期にチリ産ギンザケの市況下落、生ズワイの消費不振などで苦戦を強いられた。

売掛金や商品の増加によって総資産は247億7000万円（8・8％増）に増加。利益剰余金増加で純資産は64億1200万円（9・1％増）に増え、自己資本比率は25・9％（1㌽増）に上昇した。

部門別売上高は、鮮魚の伸長によって市場営業本部の東部（大阪市中央卸売市場東部市場）が前比1・7％増。商品事業本部の特販部は11・5％増と大きく伸び、200億円を突破した。

三輪社長は「デフレが続く中で難しい面もあるかもしれないが、まずは粗利確保に努めたい」と、方針を説明する。

うおいち業績

（単位：百万円）

	売上高（増減率%）	営業利益（同%）	経常利益（同%）	当期純利益（同%）
単体	202,187（101.1）	728（92.8）	703（91.5）	835（130.8）

みなと新聞　5月16日

大水 営業益7.7％減の3億円
売上高は3.7％減少

【大阪】大水（真部誠司社長）の2012年3月期連結決算は、営業利益が前期比7・7％減の3億400万円に減った。売上高の減少に伴って売上高総利益（粗利益）が減少。粗利減少を販管費削減で補い切れず、営業減益を余儀なくされた。

真部誠司社長

売上高は3・7％減の1347億7200万円に減った。水産物市況上昇で販売単価は前期に比べて上昇したが、取扱数量の減少が響いた。粗利益は64億3800万円（前期比4・1％減）に減少し、営業減益につながった。

営業外収益に受取賃貸料1億3000万円など3億1100万円を計上した結果、経常利益は4億円（0・2％増）とほぼ横ばいを確保。特別利益に固定資産売却益5800万円、投資有価証券売却益4800万円、特別損失に投資有価証券評価損1600万円、事業所閉鎖損失2200万円などを計上した結果、当期利益は3億3600万円（前期の2・5倍）を確保した。

今期は売上高1370億円、営業利益4億1000万円、経常利益4億7000万円、当期利益3億8000万円を計画し、増収増益を見込む。

なお、12年3月期は無配を継続。13年3月期も、無配の予想。

大水業績

（単位：百万円）

		売上高（増減率%）	営業利益（同%）	経常利益（同%）	当期純利益（同%）
単体		127,535（▲3.9）	197（▲8.0）	271（▲7.4）	291（365.1）
連結		134,772（▲3.7）	304（▲7.7）	400（0.2）	336（150.7）
次期予想	単体	130,000		370	320
	連結	137,000	410	470	380

みなと新聞　5月18日

業務提携交渉を開始

食品スーパー 1位ライフコーポと7位ヤオコー

食品スーパートップグループ2社のうち、日本一の規模の会社と日本一元気な会社がつくる連合体は今後、施設などの資材関連の共同調達の仕組みやPB（プライベートブランド）を含む商品の共同開発や調達、人材交流や共同教育、災害時の相互支援などで提携の可能性を検討・具体化しながら、最先端の都市型スーパーと洗練した店づくりやサービスを提供する郊外型スーパーという、互いの独自性を尊重しつつ磨きをかける。資本提携には当面、踏み込まない。

資材・商品調達 PB開発などで

流通・小売業界で、交渉のテーブルに着く前段階で、業務提携の事実を公表するのは異例。提携交渉を最初に持ちかけたというヤオコーの川野社長は、「両社の社員や取引先の皆さまに、自分たちの覚悟の度合いを知ってほしかった」と、発表に至った意図を語った。

会見に出席したライフコーポレーションの岩崎高治社長兼COOは「まずは必要資材の共同調達について検討する」と述べ、「PB商品開発などでも、互いに知恵を出し合い、協力できる部分は協力する。生鮮などの調達を例に挙げれば、産地にバイヤーを共同派遣するなどして共同調達の可能性も探りたい。当社が建設を予定しているプロセスセンター（生鮮加工センター）の相互活用も探る」と、業務提携の将来像について語った。

具体的な交渉は6月ごろから始まる見込み。川野社長は「効果が出始めるのは1年後からではないか」と語る一方、岩崎社長は「形になるのは2－3年かかる」と、個人的な見方を述べた。

東京都、神奈川県を中心に約100店舗を展開するライフコーポレーションは、10年以内に首都圏出店200店舗を目指して現在、新店出店のうえで千葉、埼玉へと目を向けている。

一方、埼玉県を地盤とするヤオコーの出店戦略は、南下政策をとっている。今後競合が発生する恐れについて川野社長は、「お互いに店づくりで目指すものが異なる。結果として求める立地が変わり、自然とすみ分けになるはず」と、問題が起きるケースはまれとの認識を示した。

日刊水産経済新聞
5月18日

日刊水産経済新聞　5月17日

大手水産会社3月期決算

大手水産会社の平成24年3月期連結決算が出揃った。今回は東日本大震災で工場が被災するなどして直接的な影響を受けた会社もあるが、いずれも生産移管するなどして順調な回復をみせた。また、震災以降消費行動の変化により、冷食や缶詰などが見直されるといった需要の変化もあり、それらを踏まえて今後、各社は商品開発や需要創出に向けた取り組みに力を入れることになりそうだ。各社の概況をまとめた。

大手水産会社平成24年3月期決算　（単位＝百万円、△は前期比減）

		売上高		営業利益		経常利益	
マルハニチロホールディングス	24年	816,121	△0.9%	16,431	△5.7%	14,878	△1.4%
	23年	823,399	△0.6%	17,418	61.8%	15,083	94.6%
日本水産	24年	538,030	8.8%	9,553	18.1%	8,404	33.9%
	23年	494,294	2.6%	8,088	29.9%	6,275	1.6%
極洋	24年	181,885	11.8%	1,636	8.0%	1,707	△4.2%
	23年	162,731	11.6%	1,588	△27.2%	1,783	△30.1%
ニチレイ	24年	454,931	3.9%	16,177	△3.0%	15,250	△5.4%
	23年	437,808	△0.1%	16,681	△0.8%	16,115	4.3%

マルハニチロHD

当初計画を上回る営業利益

売上高は計画に対して未達だったものの、営業利益については当初140億円を計画、その後160億円に上方修正して、それを確保できたことを評価したマルハニチロホールディングス。

食品セグメントのうち、冷凍食品事業は、米飯、冷凍野菜などが好調に推移したことから増収となったが、利益面では石巻などの生産拠点における震災被害の影響が大きく、減益となった。加工食品事業は、飲料の受託製造を行っていた山形の生産拠点を整理した影響などで減収。

利益面では缶詰の販売が好調だったが、ペットフードの原料高騰や価格競争、デザートの原料高騰、在庫調整や償却負担増などの要因が重なり減益となった結果、食品セグメントは増収減益。

水産セグメントのうち、漁業・養殖事業は、養殖マグロの単価アップにより増益となり、北米事業は、ズワイガニの増枠、スケソウダラの大幅増枠により、スリ身をはじめとする関連製品の取り扱いが大幅に増加し増収となったが、震災の影響により、国内でのスケコの取り扱いが大きく減少した結果、利益は前年並みで、水産セグメントは荷受事業の販売不振などもあって減収減益となった。

日本水産

養殖事業好調で増収増益に

日本水産は、昨年水産事業が黒字に転換。今期はチリの鮭鱒やブリなど養殖事業が好調だったこともあり、水産事業については増収増益となったが、食品事業は東日本大震災で女川工場が被災したことや北米やアジアにおける販売不振などで減益となった。

水産事業のうち、養殖事業は、日本のブリ養殖事業において販売数量が増加し、マグロ養殖事業では魚価の上昇があった。南米ではチリの鮭鱒養殖事業で販売数量が増加し、魚価も堅調に推移するなど、全体では増収増益となった。北米ではスケソウの漁獲枠が増えたことから、スリ身、フィレーの生産数量が増加し、スケコの販売も順調に推移した。

食品事業については家庭用冷食や業務用冷食の販売が好調に推移したが、魚肉ソーセージは減収となるなど、全体では増収減益となった。また、北米では業務用冷食は長引く外食需要の低迷により低調となり、アジアでも中国の加工会社で生産数量の落ち込みなどがあった。

極洋

冷食は寿司など拡販で増益

冷凍食品事業は増益となったが、水産商事は下半期の急激な市況変動を受けたことや常温食品、鰹・鮪は原料買い付け価格が高騰したことなどにより減益となった。

水産商事事業は下半期以降、チリギンなど一部の魚種で急激な市況変動により国内販売環境は悪化。このような状況のもとで、定塩サケ製品やカニ・エビのムキ身などの増加により、「本格炒め炒飯」など主力商品が順調に推移したことにより増収、増益となり、業務用冷食は国内外の製品、原材料の調達コストの上昇などの影響により減益。

水産事業は、産地価格の高値推移などの影響により減収減益。カテゴリー別には、エビがサウジアラビア産の病気などの影響もあり減収減益となり、水産品に関しては、外食向けに堅調に推移し増収、しかし、ホタテなどが貝類が安値で推移したことから減益となった。

冷凍食品事業セグメントにおける水産冷凍食品は、大手回転寿司チェーンや量販店向けに寿司種を中心とした生食用商品の拡販に努め、目標値200億円を達成。また、焼魚や煮魚など宅配ルートに拡販し、増収増益となった。

鰹・鮪事業セグメントのカツオ・マグロ加工および販売事業は、生鮮やチルドでの供給を含めた加工体制の強化、大手回転寿司チェーン店や量販店などへの拡販に努め、売り上げは前期を上回ったが、原料高騰などの影響で、利益は前期を下回った結果となった。

ニチレイ

調理冷食と低温物流が貢献

ニチレイは販売が好調に推移した調理冷食と新設センターなど海外事業が貢献した低温物流事業は好調だったが、全体では減益となった。

加工食品事業は、震災後の内食需要増加などにより、調理冷食の販売が好調に推移し大幅な増収となり、営業利益も製品、原材料の調達コスト上昇などの影響を増収効果や生産における歩留まりの向上、固定費の削減などで吸収し増益となった。

カテゴリー別には、家庭用調理冷食が内食需要増収、しかし、ホタテなどが貝類が安値で推移したことから減益となった。

低温物流事業は、物流ネットワーク事業および地域保管事業での新設物流センターの順調な稼働や新規顧客獲得など売り上げを拡大するとともに、欧州地域における主力商材の在庫量増加と運送需要の取り込みなどで増収増益となった。

組合では、企業調査機関（３社）を通じて情報管理等を行っております。
売掛金管理・取引先の与信管理等にお役立てください。
基本的な企業検索は１件１８００円で承っております。お問い合わせは、
組合（担当：岡田、林　tel：３９０８）までお願い致します。

インターネット環境があれば、組合のグループウエアサイトで、随時配布しております文書を閲覧、印刷する事が可能です。グループウエアサイトへは、http：//www.suinaka.jpにアクセスしてください。