

以上

- 2027年3月期 第1四半期 連結決算について p. 2
- （ご参考）事業関連外部統計 p.14
- OUGグループについて p.18

1. 2027年3月期 第1四半期 連結決算ハイライト
2. 前年同四半期からの推移
3. 売上高・損益の推移
4. バランスシートの推移
5. セグメント別の売上高と利益（営業利益）
6. 主要セグメントについて
 - 水産物荷受事業－ 1
 - 水産物荷受事業－ 2
 - 市場外水産物卸売事業－ 1
 - 市場外水産物卸売事業－ 2
 - 養殖事業
7. よくあるご質問について

単位：百万円

※単位未満切り捨て

	26年3月期 第1四半期 (a)	27年3月期 第1四半期 (b)	前年同四半 期対比 (b)－(a)	27年3月期 (予想) (c)
売上高	82,639	88,198	5,559	355,000
営業利益	1,220	1,121	▲ 99	4,600
経常利益	1,438	1,320	▲ 118	4,800
親会社株主に帰属 する当期純利益	984	863	▲ 121	3,200

グループ経営のトピック事項

2027年3月期第1四半期は、連結売上高881億円(前年同四半期比6.7%)、同経常利益13億円(同▲8.2%)、当期純利益8億円(同▲12.2%)と増収減益となりました。

当社グループの事業活況時期は、取扱商品の特性から第3四半期をピークとして推移する傾向があり、第1四半期につきましては、例年比較的落ち着いた動きとなります。

当第1四半期は、養殖事業は、事業環境は厳しいものの業績をキープしましたが、水産物荷受事業、市場外水産物卸売事業等では急激なコストの上昇に見合う利幅の確保に苦戦するなど、前年同四半期比で減益となりました。

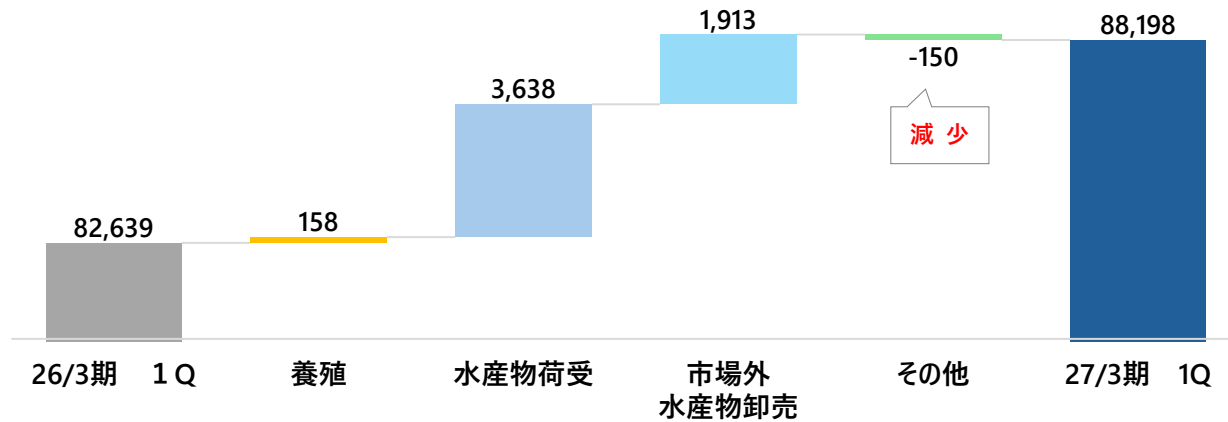
当社グループの海外事業面では、市場外卸売事業でベトナム現法の営業開始や、北米における既存取引先との連携強化をはかるなどの取り組みを実施しました。

また、マグロ加工専業事業会社（ツナクラフトワークス）は今後の事業拡大に向け、生産能力を向上させるため自社用の大型冷蔵倉庫の新設を決定しました。

今後もグループの持続的成長と一層の企業価値の向上を図ってまいります。

売上高増減要因（前年同四半期比）

単位：百万円



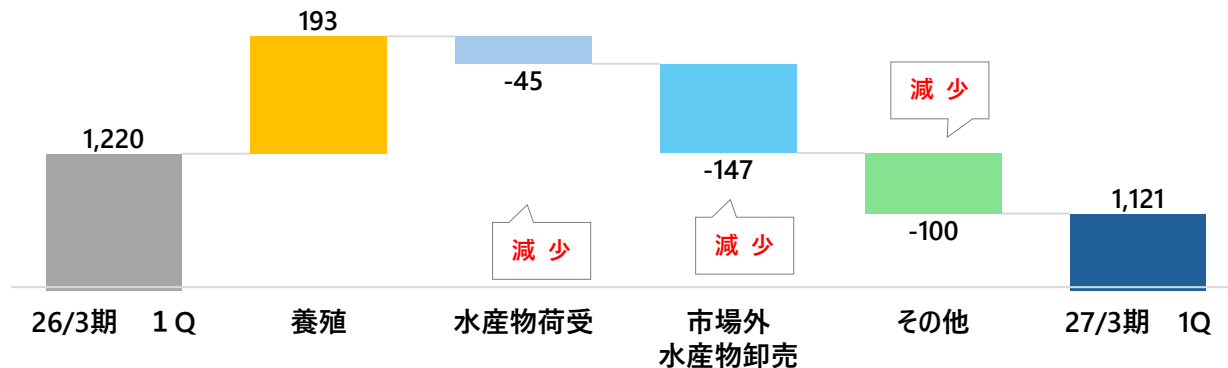
2027年3月期第1四半期の連結決算は前年同四半期比増収減益となる。

売上高・セグメント利益（営業利益）で、増減要因を概観すると次のとおり。

売上高では、主要セグメントの水産物荷受事業、市場外水産物卸売事業の増収の貢献が大きいほか、養殖事業も増収となり、全体で6.7%の増収。

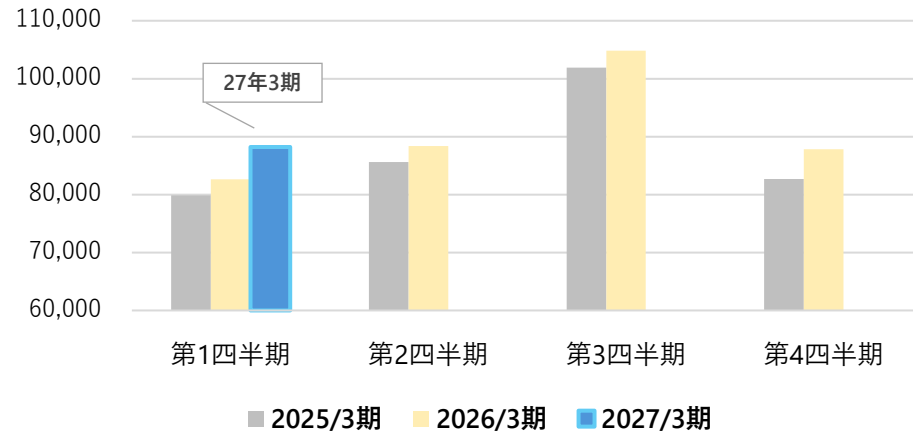
セグメント利益（営業利益）増減要因（前年同四半期比）

単位：百万円



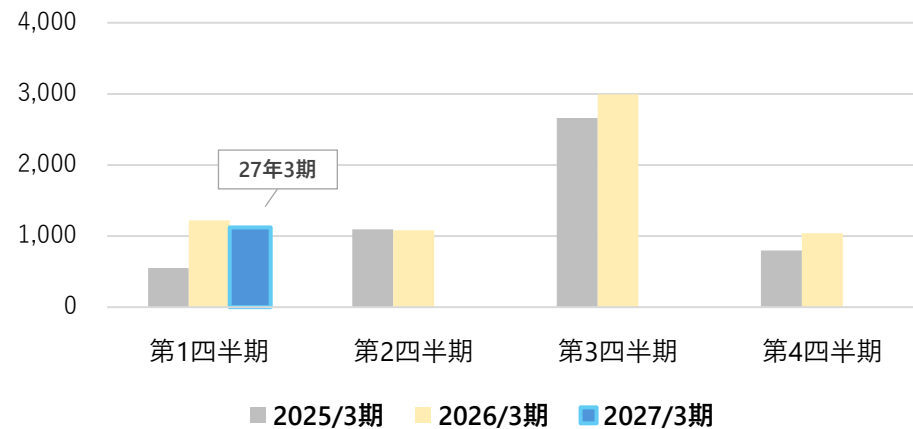
セグメント利益では、前期好調となった養殖事業で、主力であるブリの販売単価の下落はあるものの高値圏にとどまる単価に支えられ前年同四半期比増益となった。一方、水産物荷受事業や市場外水産物卸売事業は、経費上昇に見合う適正な価格設定に苦慮し、全体では8.2%の減益。

売上高推移（百万円）

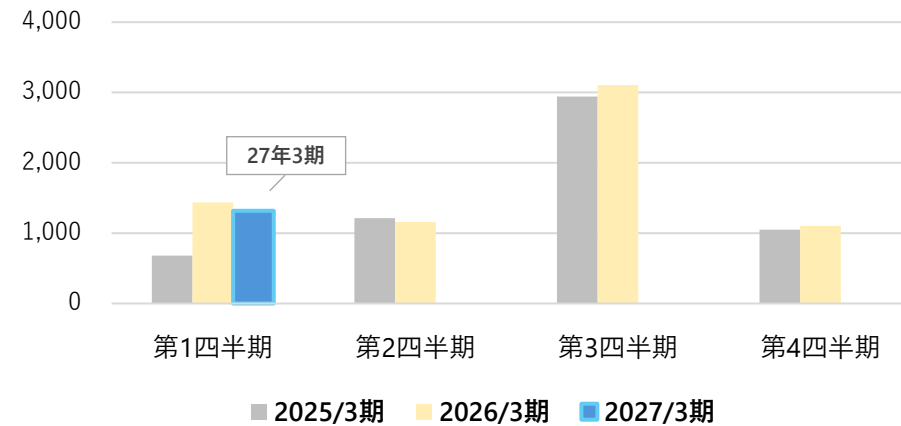


当社グループの四半期単位の業績では、主要な取扱水産物商品の特性から、売上高・各利益ともに、例年 第3四半期がピークとなる傾向にある。このため、第2四半期までは、比較的落ち着いた事業展開になっている。

営業利益推移（百万円）

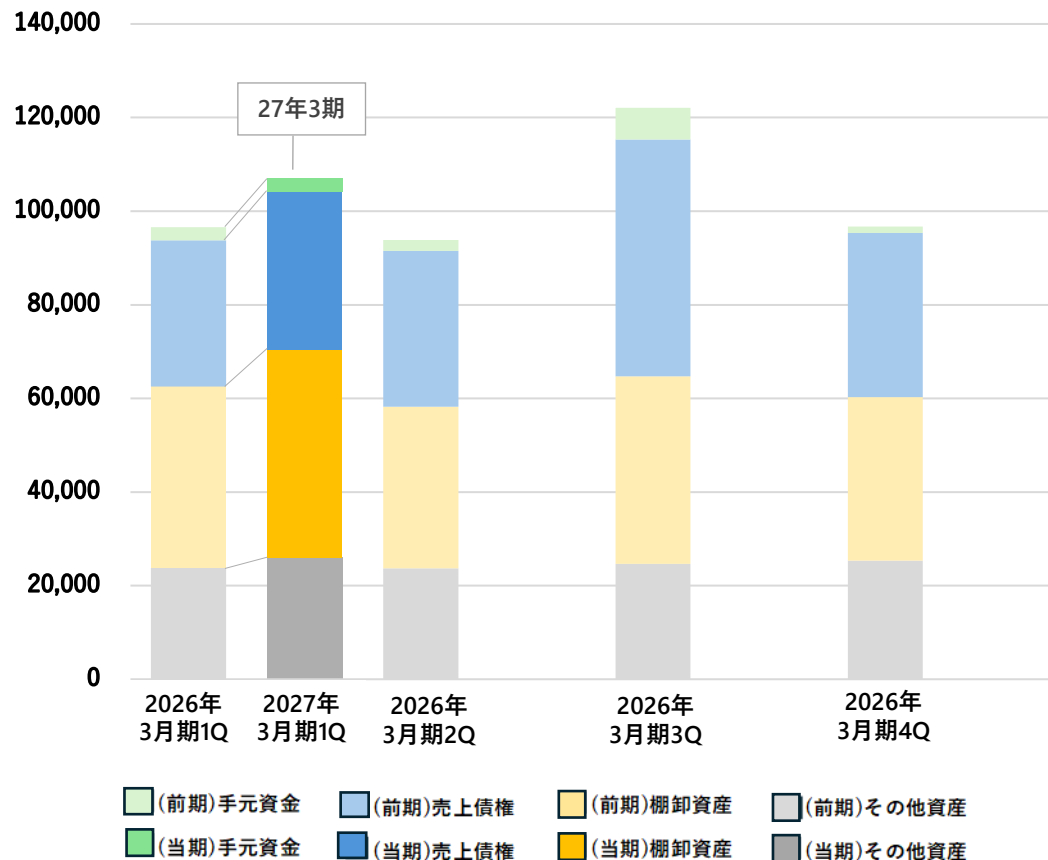


経常利益推移（百万円）

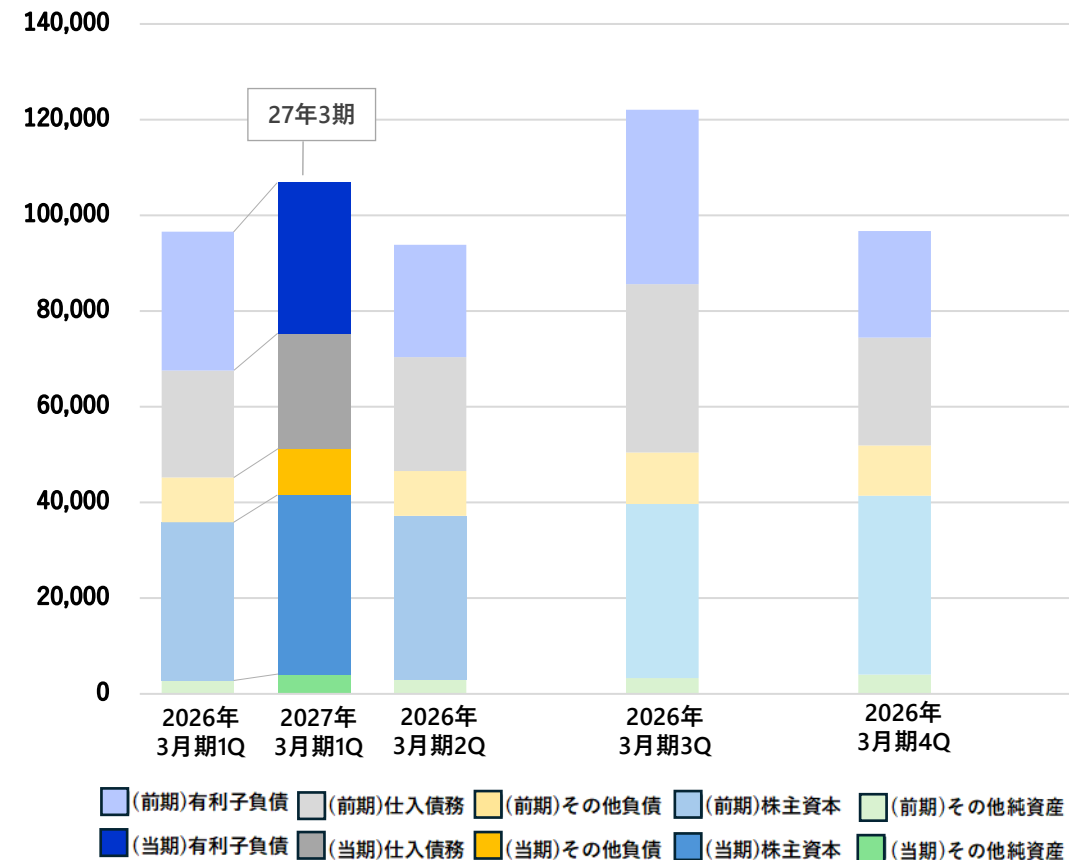


- ・総資産は 1,067億円（前年同期比+102億円）となり、手元資金（現預金）残高は 27億円（同 ▲0億円）、売上債権 338億円（同+25億円）、棚卸資産 441億円（同+53億円）などとなる。
- 一方、負債は、653億円（同+46億円）となり、仕入債務 241億円（同+18億円）、借入金合計(有利子負債) 317億円（同+27億円）などとなり、純資産は利益剰余金の増加などから 414億円（同+55億円）となった。
- ・当第1四半期は、一部の値上がり傾向のある商品在庫の手当てを戦略的に積み増したため、短期借入金も増加した。
- ・取扱水産物商品の特性から、資産 / 負債・純資産の四半期末残高においても、例年第3四半期末がピークとなる。

四半期末資産残高推移（百万円）



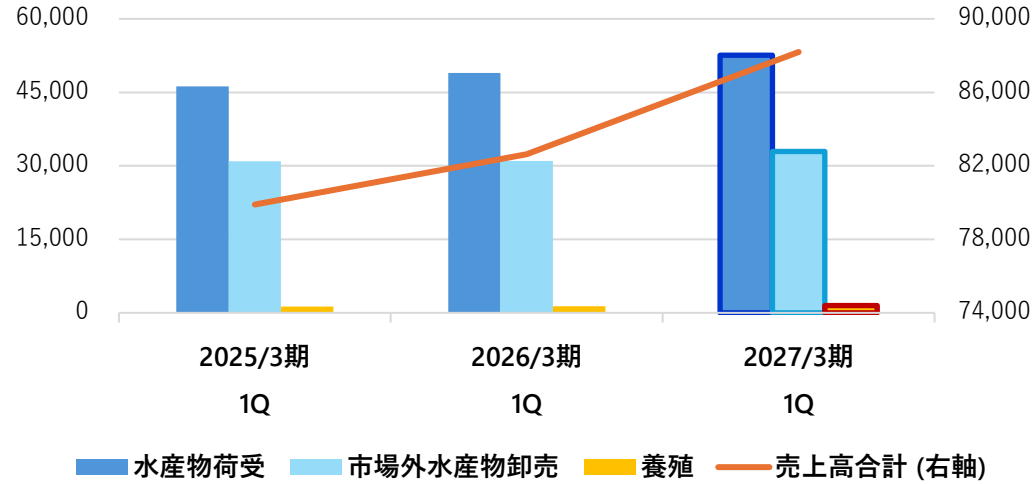
四半期末負債・純資産残高推移（百万円）



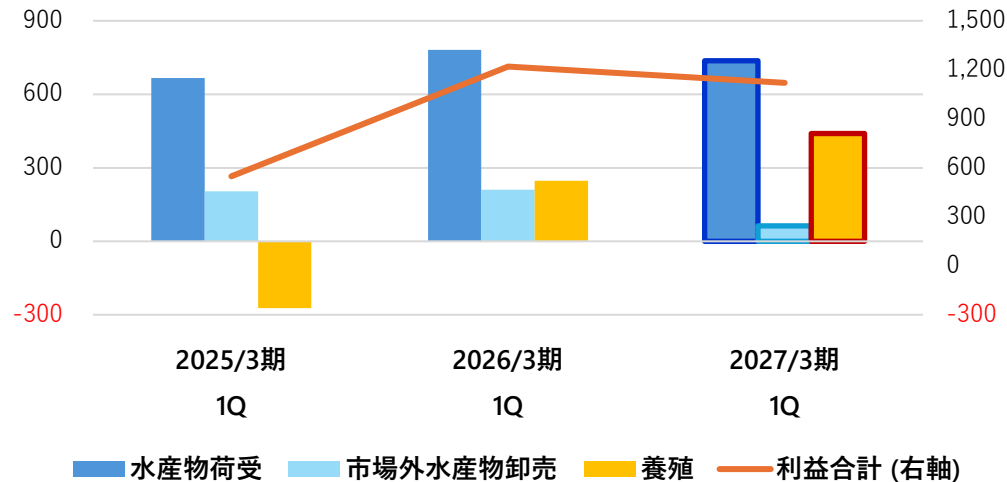
2027年3月期 第1四半期 セグメント別の売上高と利益（営業利益）

第1四半期セグメント別売上高比較（百万円）

棒グラフ
は左軸



第1四半期セグメント別利益比較（百万円）



当社グループは、水産物荷受事業・市場外水産物卸売事業・養殖事業・食品加工事業・物流事業などを幅広く展開している。そのうち、主要セグメントとしては水産物荷受事業・市場外水産物卸売事業・養殖事業としている。

セグメント別の売上高については、水産物荷受事業、市場外水産物卸売事業、養殖事業も前年同四半期比増収を確保した。

セグメント利益（営業利益）については、水産物荷受事業では魚介類の価格上昇が目立つ中、中心となる商材の適切な選別を工夫するもののコスト上昇の吸収に苦戦し減益。市場外水産物卸売事業でも、諸経費上昇等のコスト増を販売価格に適正に折り込みにくく、前年同四半期比減益となった。一方、養殖事業では主力商品の養殖ブリ単価は下降気味ではあるものの高値圏にあり、主要生産コストである餌料価格高をこなし増益となった。

総合すると、セグメント利益合計で前年同四半期比8.2%の減益となった。

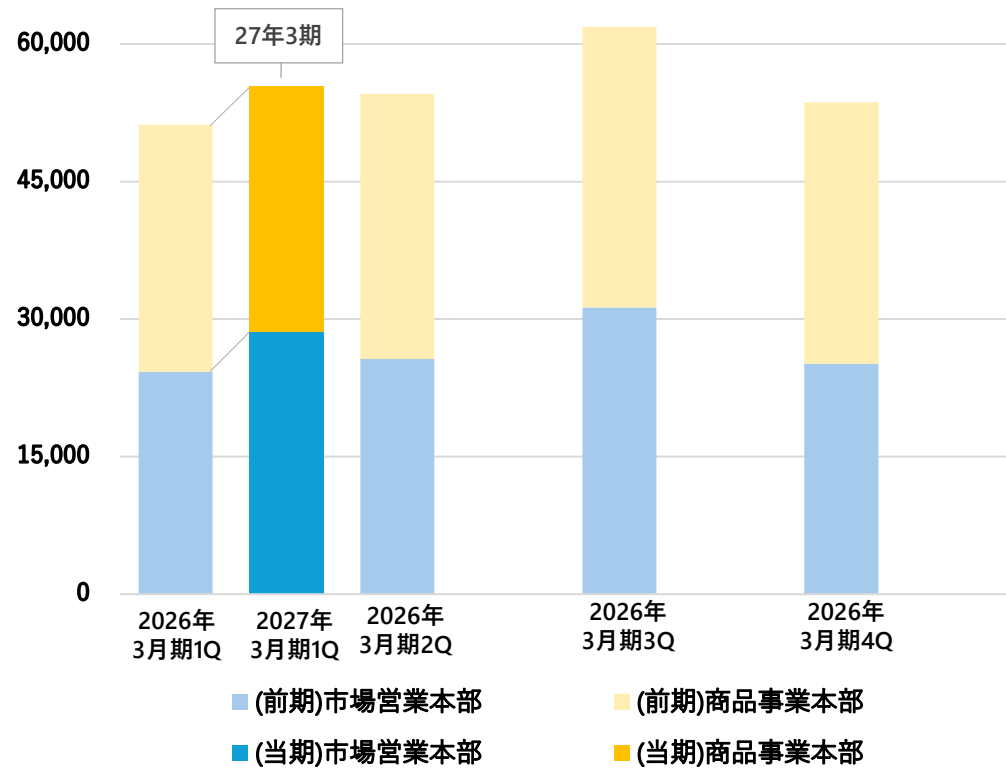
今後も魚介類の収量・価格動向に留意が一段と必要となり、特に養殖事業でのブリ単価動向しだいでは事業環境への影響も懸念され、引き続き慎重な業務運営に努める。

（主要3事業セグメントについては後述を参照）

水産物荷受事業の業績

部門区分：株式会社うおいち（市場営業本部） 鮮魚部門と加工食品部門を有し、近畿圏主要5市場にて水産物荷受業務を行う。
（商品事業本部） グループ内外と連携し、流通ネットワークを活用するなど商社機能を有する。

2027年3月期 売上高推移（＊）（百万円）



（＊）売上高には外部顧客向け売上のほか、セグメント間売上高を含む

（市場営業本部）

当第1四半期の市場入荷状況は、台風等の天候面の影響も受けやや厳しかった。サワラ、ブリ類の水揚げはやや少なめ。サバも流通に適する収量は少なかった。一方でアジの漁獲が良好で、境港産天然マグロの販売も進み、相応の進捗となった。養殖物については全般的な値上がりは一服したが、餌料単価の上昇から今後の一段の値上がりが懸念される。ホタテは収穫期に入るも、輸出向けの価格上昇に引っ張られ、国内向け価格もつれ高となり、商環境は厳しい。

加工食品の取扱いは、商材の原材料不足から製品仕入れに引き続き苦戦。サバ、カズノコ製品販売は厳しいものの、シシャモ、タラコ製品の一気通貫での事業展開に取り組む。

（商品事業本部）

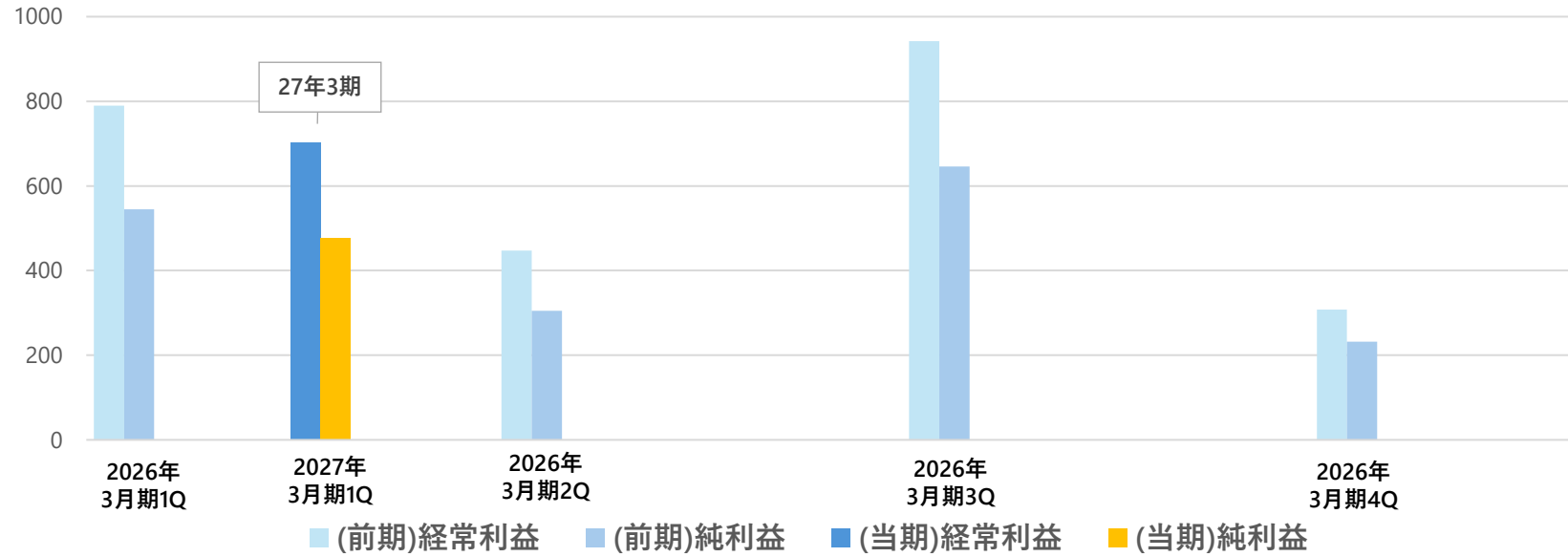
中心商材の冷凍ものでは、マグロの取り扱いに注力した。そのほかウナギ、イクラなどの魚卵を商材に活用した。鮭鱒は単価も安定推移。ホタテは過去最高の高値圏での推移が続き苦戦。今後も外部環境による仕入れ単価の上昇が見込まれ、適正な単価設定が難しく、利益確保での苦戦が続く。

< 当第1四半期の損益状況 >

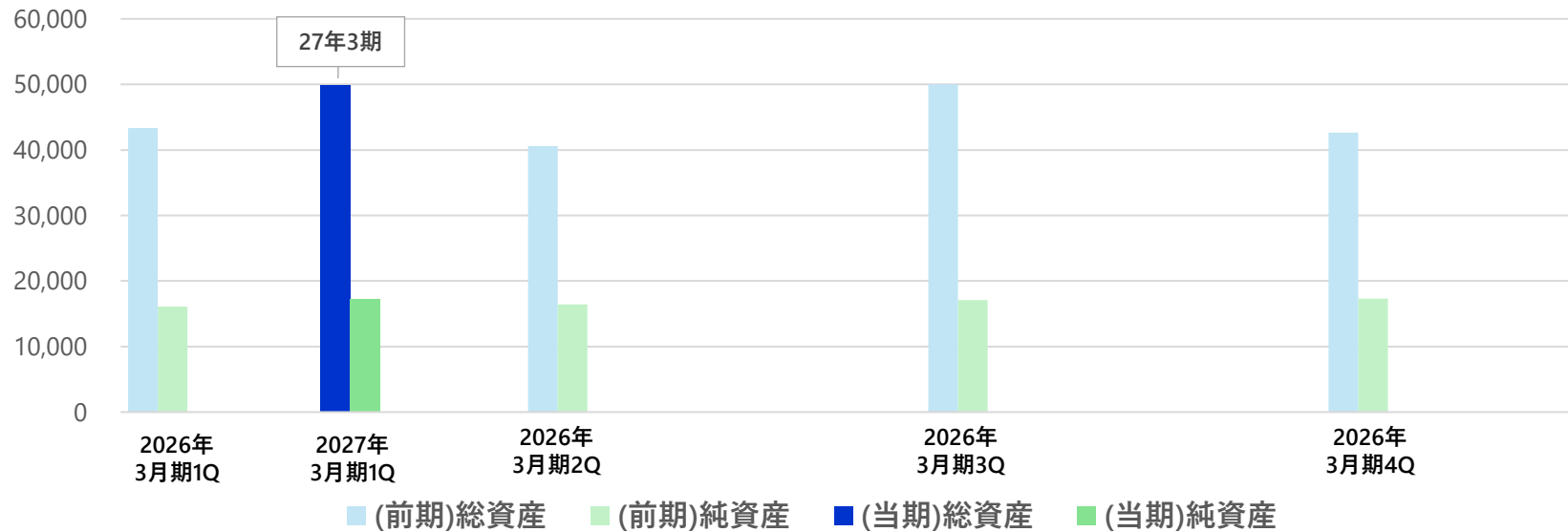
利益面では資材費等物流費の増加など諸経費の上昇などにも見舞われ、昨年同四半期比増収ながら減益となった。今後も、落ち着いた中東情勢や一段の円安の影響等からさらなるコスト上昇が懸念され、事業環境は厳しい。

2027年3月期
利益推移

単位：百万円



2027年3月期
資産規模推移



市場外水産物卸売事業の業績

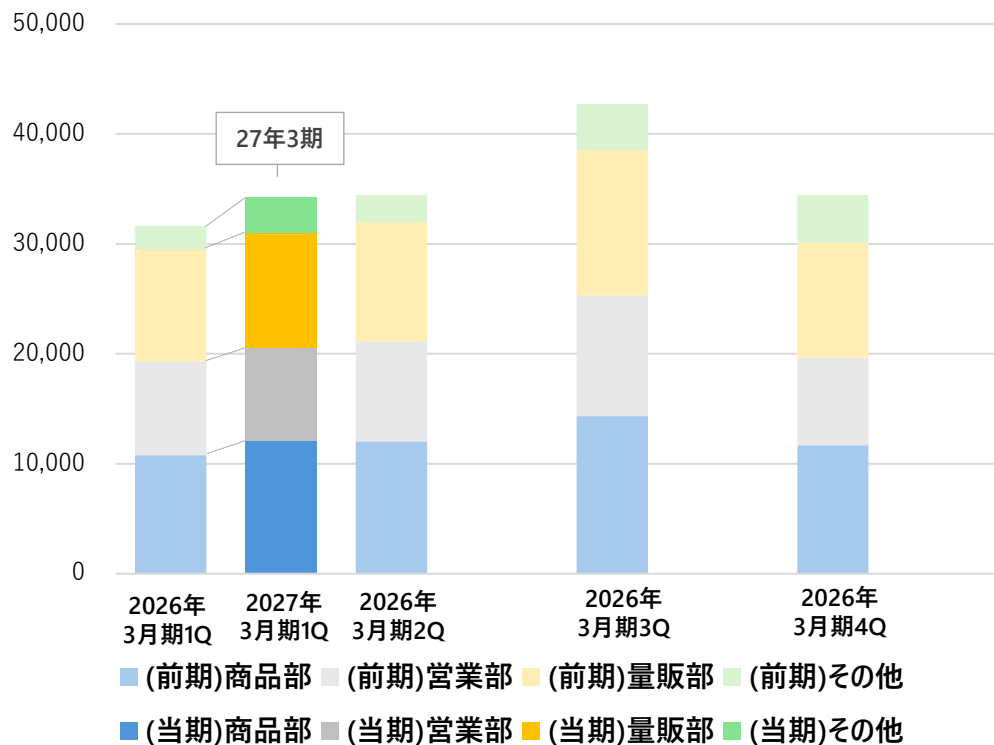
部門区分： 株式会社 ショクリュー

(商品部) 国内外から冷凍エビなど水産物を幅広く調達し、積極的な外販を行うほか社内部門への商品を供給する。

(営業部) 自社加工品を含む各種水産物を外食・ホテル・居酒屋・中小スーパー・鮮魚専門店などの顧客に販売する。

(量販部) 自社加工品を含む各種水産物を大手スーパー業態・百貨店等の顧客に販売する。

2027年3月期 売上高推移（＊）（百万円）



(＊) 売上高には外部顧客向け売上ほかにセグメント間売上高を含む

(商品部)

円安、中東情勢の悪化によるコストや経費の上昇が続き、利益の確保が難しくなる中、売上は新規アイテムの販売や大手外食への販促を進め、昨年を上回った。

(営業部)

関東圏の東日本支社では鮮魚販売などの販促により売上、利益とも伸長した。中部地区・関西地区・西日本地区の売上はおおむね前年並みを維持した。

(量販部)

原料から加工し販売先へ提案する囲い込みを進めた結果、売上は伸長した。運賃などのコスト上昇により利益面は厳しいものの、仕組み作りを行い顧客への販売を強固なものにした。

< 当第1四半期の損益状況 >

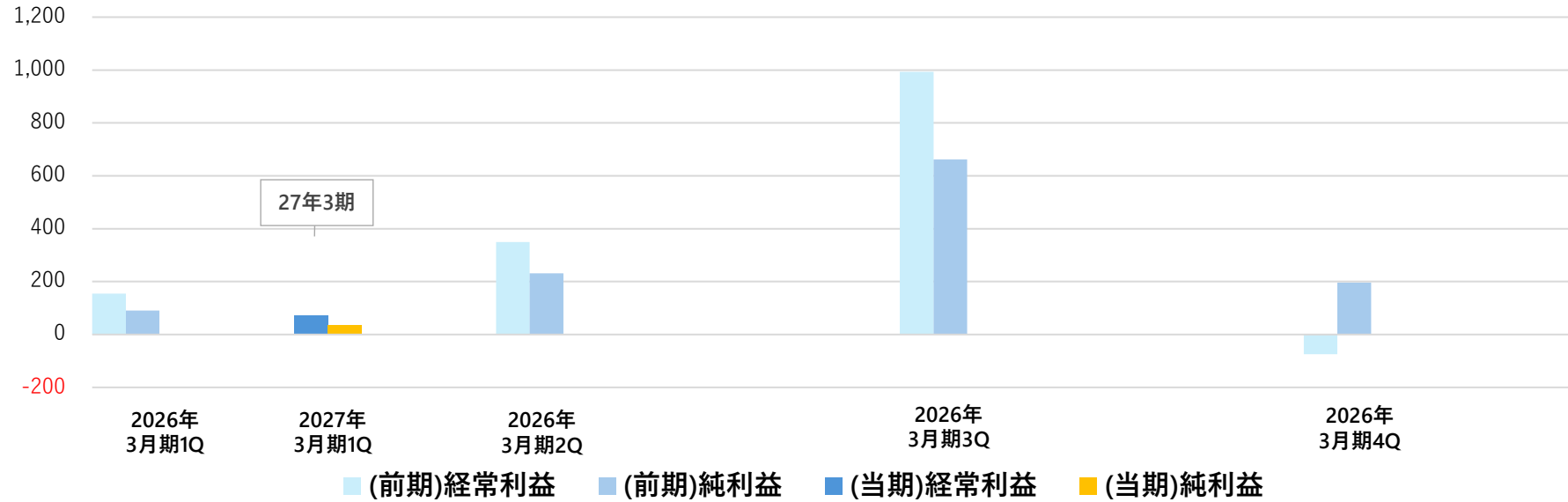
適正な在庫管理に努めたほか、各部門での適正な販売価格の設定を徹底するなどに取り組んだものの、利鞘の縮小や人件費などの上昇もあり前年同四半期比減益。今後の経費増も懸念される。

< その他 >

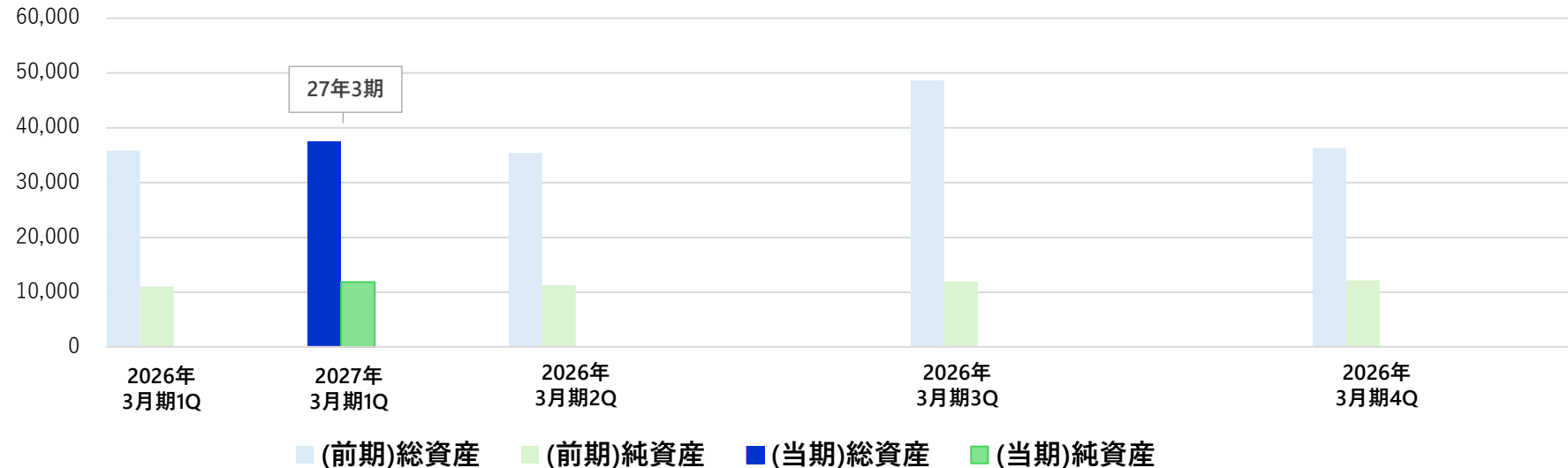
拠点整備については、ベトナム現地法人の営業を開始した。また、北米における既存取引先との連携強化を図った。

単位：百万円

2027年3月期 利益推移



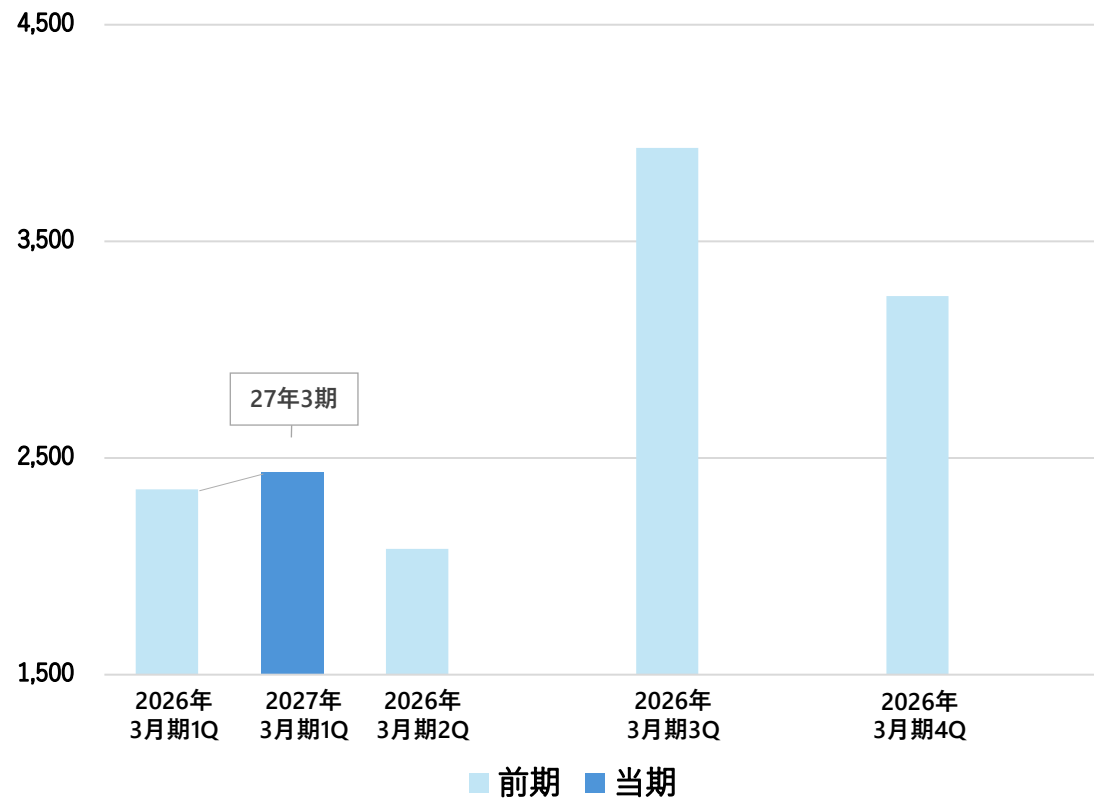
2027年3月期 資産規模推移



養殖事業について

部門区分：株式会社 兵殖、株式会社松浦養殖

2027年3月期 第1四半期 養殖事業の売上高推移(*) (百万円)



< 養殖の事業環境 >

養殖ブリ業界は、前年度の市場単価の高騰に起因する需要減少から、販売単価は下降する傾向にあった。当第1四半期では、今春のブリの稚魚であるモジャコの不漁が確定的となったこと等により下降スピードは緩やかなものとなった。

一方、更なる円安等の影響により餌料価格が上昇し始めていることなどのため、生産コストの上昇は避けられない状況になっている。

< 株式会社兵殖の事業状況 >

養殖事業の要となる兵殖は九州（大分・宮崎・長崎）、四国（高知）に養殖漁場を設け、ブリを主体に生産・加工・販売を実施している。ブリの販売は上記のような状況で行われたため、売上高は前年を若干上回る結果となった。

また、今後の販売については、末端消費現場で見られる高値疲れによる買い控え等により弱含みで推移する見通しである。

(*) 養殖事業の売上高合計で、売上高には外部顧客向け売上のほか、セグメント間売上高を含む

以下の開示資料等もご参照願います。

- ・「2027年3月期 第1四半期 決算短信」について
2026年8月14日開示分をご参照願います。

1. 大阪市水産市場における主要取扱水産物の価格推移
2. 市場外水産物卸売事業の営業環境の推移
3. 養殖事業の営業環境の推移

＜主要水産物価格動向＞

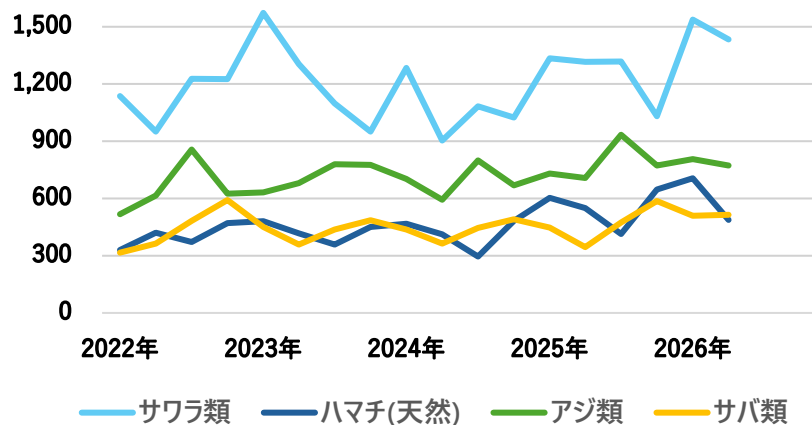
（生鮮魚種）魚種により単価変動は異なる。アジ類やサワラ類は下降、ハマチも上昇から反転下落。サバ類は今後の資源管理の観点から、収量への影響などが今後の懸念となる。

(養殖魚種) ブリ単価は最高値圏内で緩やかに低下。マダイは引き続き変動幅小さく安定推移。一方、ウナギはしばらく続いた高値圏からの下落後、下げ止まる。

（冷凍魚類）本マグロの単価は今後上昇することが想定される。ホタテは海外向け商材としての需要から国内向け出荷量が減少、高値上昇が目立つ。鮭・鱒類は引き続き安定横ばい。

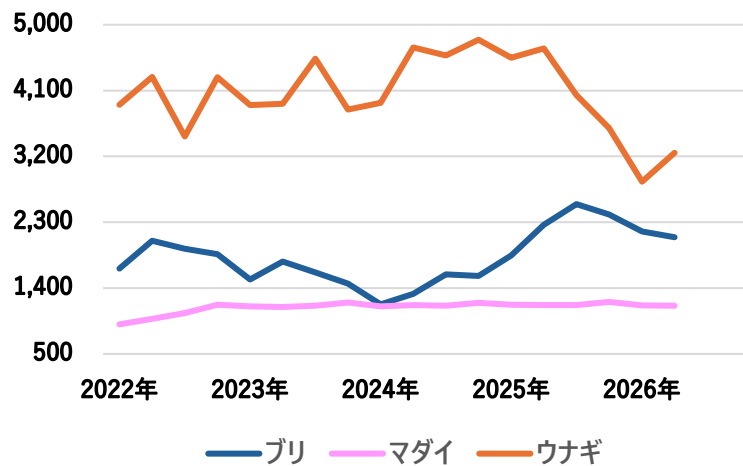
曆年4半期末月

主要な生鮮魚種の単価推移（円/kg）



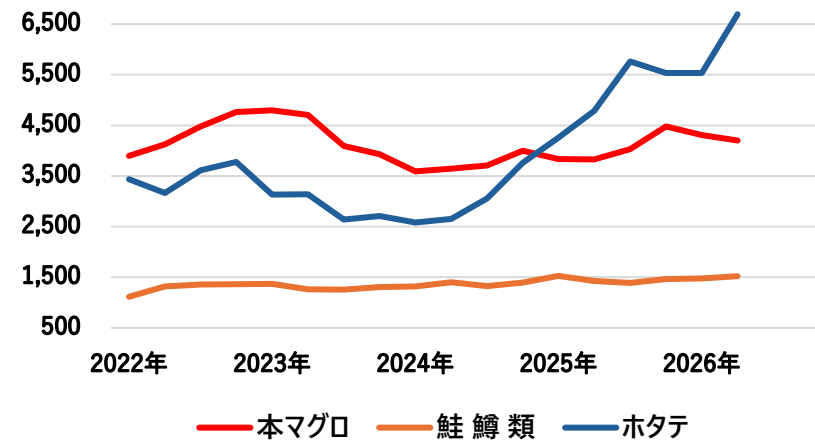
曆年4半期末月

主要な養殖魚種の単価推移（円/kg）



曆年4半期末月

主要な冷凍魚類の単価推移 (円/kg)

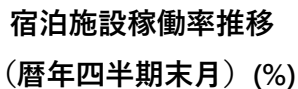


<利用統計について>

単価推移は大阪市水産市場分の四半期末月の月中平均単価を当社で加工して使用（大阪市の市場データ（本場・東部市場の市場データの合算分））。なお、直近の四半期月分については、市場の日次データで補正し推計。

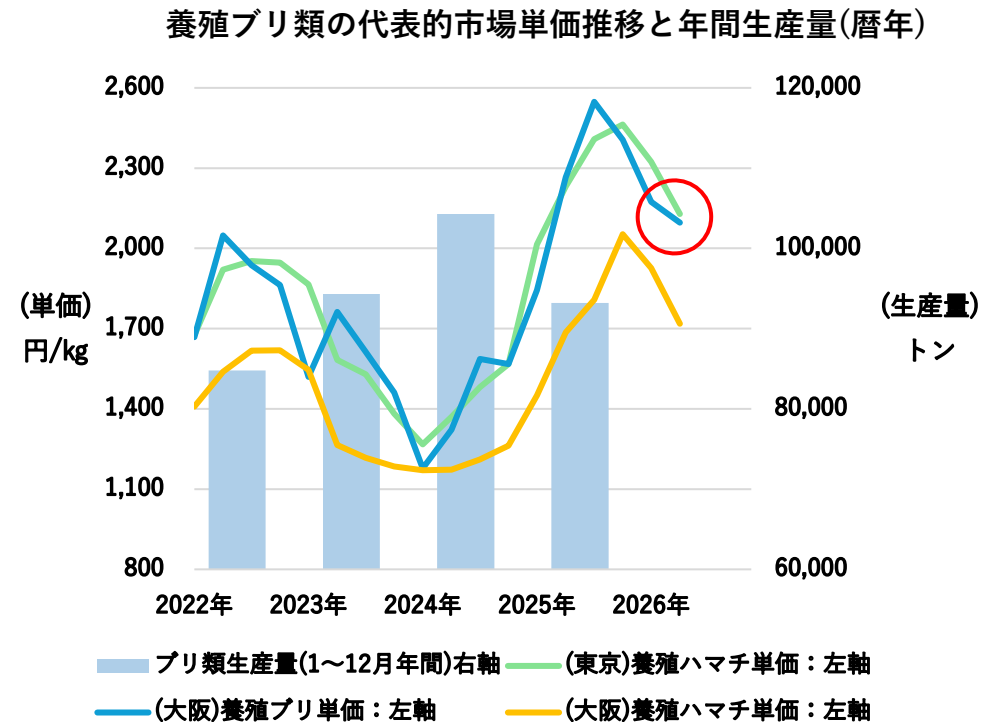
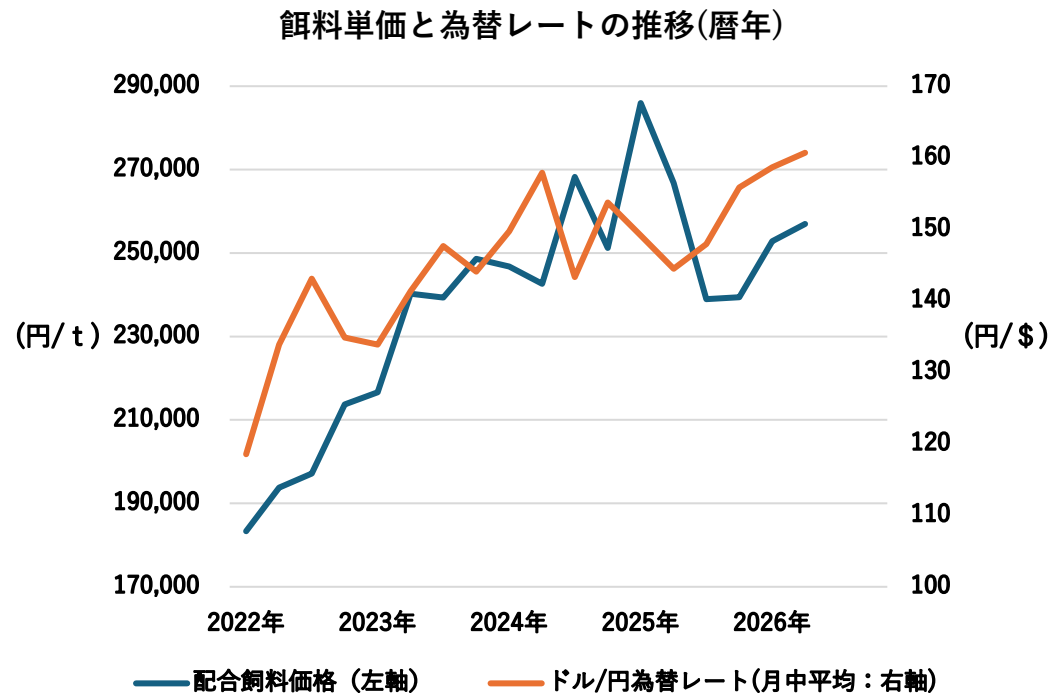
(但し、3月、6月、9月、12月の冷凍魚類の単価については、大阪市の市場データの都合で大阪市水産市場本場分を採用。そのほかの魚種については、両市場の合算分を採用。なお、直近の四半期末月分は大阪市の日次速報を当社で集計した推計値を使用。)

- ・量販店食料品売上は、例年4半期累計額では10月～12月末分がピークになり年央6月頃まではやや低調に推移する傾向にある。近時は食料等の物価上昇の影響もあり、前年同期比で伸び悩みが見受けられる。3月以降の中東情勢の不透明感が増しており、今後の物価・消費への影響が懸念される。
- ・外食市場の動向は、インバウンド需要の継続などもあり、直近の3圏域市場の推定規模では2025年12月が2019年12月以降でのピークとなる。インバウンド旅行者については、中国からの低調さが継続するなか、中東情勢の影響なども外食消費動向への懸念材料となっている。
- ・宿泊稼働率は、例年夏場から秋にかけてピークとなる。近時は外国人観光客のインバウンド需要の下支えもあるものの、日本人の宿泊者延べ人数の頭打などから、伸び悩む。直近6月では、昨年の方博効果の剥落等の影響からか、前年同月比較で外国人・日本人ともに宿泊延べ人数は減少し宿泊稼働率も低下した。



- ## <利用統計について>

- 餌料単価は一服もつかの間、為替動向や国際的な原料不足懸念などから上昇に転じる。
- 養殖ブリの単価は2026年に入ってから下降を始めているものの、まだ高値圏に位置する。生産量と単価水準は逆相関で推移。



<利用統計について>

・ 餌料単価用の平均配合餌料価格は水産庁の統計データ（四半期末月の月中平均）、ドル/円 為替レートは日本銀行の統計データ（四半期末月の17時時点の月中平均）を使用。

なお、**ブリ類養殖にかかるコストの内訳で6~7割を餌代が占めると**されている（令和6年2月の水産庁の資料「最近の養殖業の情勢」）。

・ 養殖ブリ類の年間生産量は農林水産省の各年の漁業・養殖業生産統計データ(2025年分は2026年5月末公表見込のため未記載)、養殖ブリ・ハマチの単価は各地市場の統計による（四半期末月の月中平均単価）。

1. OUGグループ
2. グループ会社
3. 経営理念とビジョン
4. 中期経営計画2024の全体像
5. 売上高・損益 直近5年間の実績
6. 株主還元制度

OUGホールディングスの成り立ち

大阪魚市場株式会社（現OUGホールディングス株式会社）は、**1947年10月**大阪市中央卸売市場において水産物の卸売業者として創業し長年にわたり水産物の安定供給に努めてまいりました。



大阪市中央卸売市場開設時の写真

2006年10月、業界を取り巻く環境の変化に対応するため大阪魚市場株式会社は会社分割を行い、**純粋持株会社**として社名を**OUGホールディングス株式会社**に変更し、グループ経営を推進しております。

「OUG」は、旧社名のローマ字表記である「**O**saka **U**oichiba（大阪魚市場）」と「**G**roup（グループ）」の頭文字を取って表しました。



グループ主要会社の事業概要

株式会社うおいち

大阪など関西 4 中央卸売市場と 1 地方卸売市場での**集荷販売機能**を担う水産物荷受事業を中核として行っております。

株式会社ショクリュー

市場外水産物卸売事業を中核事業として、全国各地の販売拠点を活用した流通網を有し、**水産物をコアとした食品流通サービス業**を展開しております。設立1949年6月からの業歴があり、幅広いニーズに応えております。

株式会社兵殖

九州大分・長崎などで**ブリ**・マグロの**養殖事業**を展開。1962年の前身設立以来の海面魚類養殖に携わった技術力を活かし、巨大生簀でのブリ養殖など独自生産システムを活用し、事業展開をしています。

水産物荷受市場・市場外卸売市場をはじめ、養殖、食品加工、物流まで、国内連結事業会社13社を展開。
幅広い分野のお客様に、価値ある商品・サービスを提供します。



OUGグループは、社会において目指す姿を経営理念と経営ビジョンに示しました。

日本の食文化を守り、また、発展させていくために、何ができるかを考え、それぞれの事業に取り組んでいます。

グループ経営理念

水産物をコアとし、
お客様に価値ある商品とサービスを提供することにより、
食文化の発展に貢献します。

- OUGグループは、「水産物」に対する専門性・技術・ノウハウなどをグループの強みの源泉とし、お客様のニーズに対応する商品・サービスを適正な価格で提供します。
- OUGグループは、事業活動を通じて、食文化の発展に貢献することをグループのミッションと決めました。

OUGグループは、社会において目指す姿を経営理念と経営ビジョンに示しました。

日本の食文化を守り、また、発展させていくために、何ができるかを考え、それぞれの事業に取り組んでいます。

グループ経営ビジョン

新しい水産物流通サービス業を創造することによって
企業価値を最大化します。

- グループ経営ビジョンは、社会情勢や市場環境の変化に対応しながらOUGグループがとるべき行動様式であり、ありたい姿を表しています。
- 水産物流通サービス業とは、生産者から消費者までの水産物流通のトータルシステムによって、お客様に商品・サービス(役務・情報)を提供する事業です。
- わたしたちはこのグループ経営ビジョンをグループ共通の価値観とし、事業展開を進めています。

基本的な考え方 資本コストや株価を意識した経営の実現

- 資本コストを上回る資本収益性の向上
- グループの成長性向上

①重点施策

グループ行動指針の実践による行動変容

取引の主導権を握る/グループ内連携の強化/取引におけるリスクテイク



事業戦略の5つの柱

- 鮮魚事業の強化
- 商品力の強化
- 関東マーケットの深耕・拡大
- 海外事業の拡大
- サステナブルな事業活動

②経営基盤の整備・強化

財務戦略

人事戦略

システム戦略

IR戦略

品質保証システムの構築

サステナビリティ課題への対応

共通機能の高度化

2026年度(最終年度)
経営目標数値

売上高

3,550億円

経常利益

48億円

ROE

8.0%維持

ROIC

5.0%

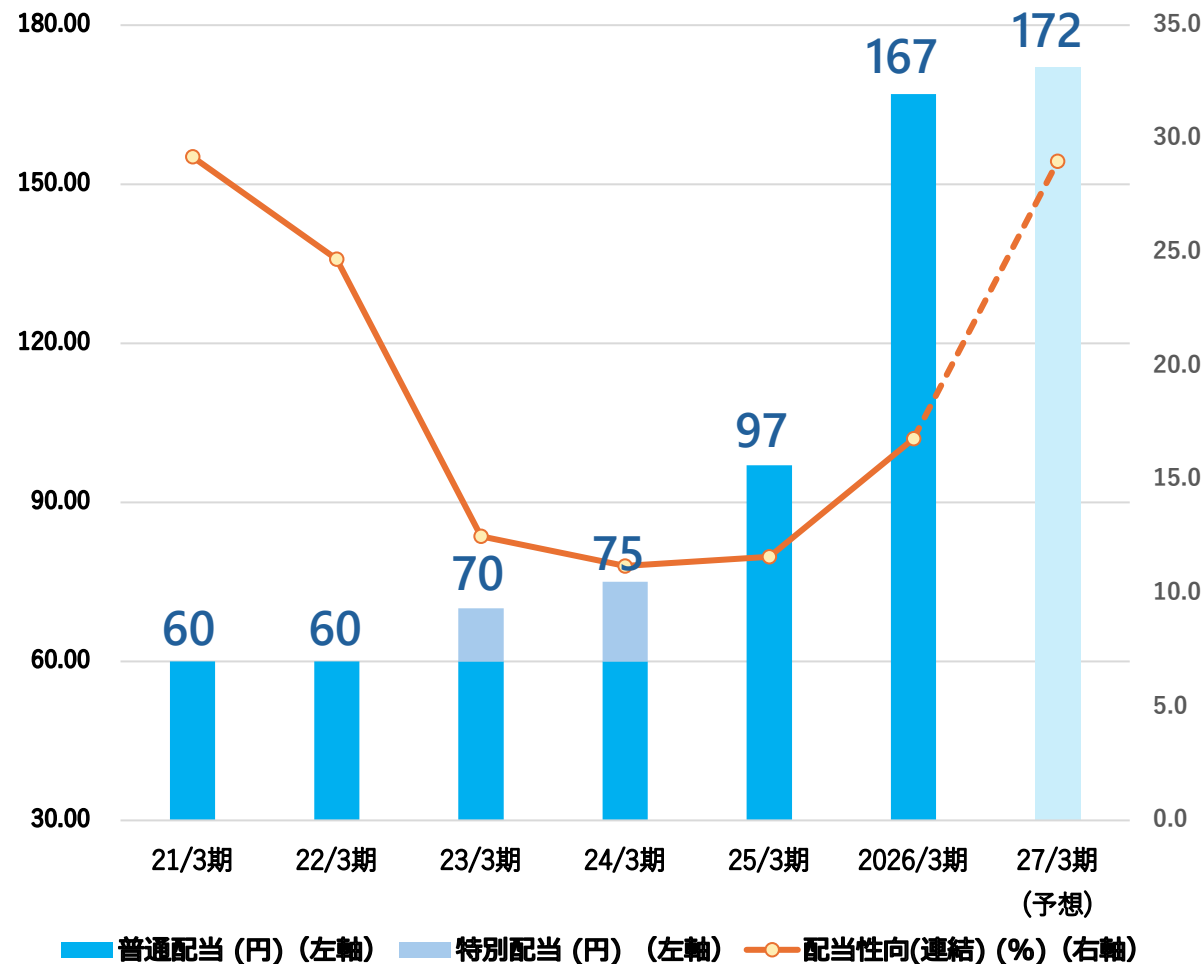
単位：百万円

		2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
	売上高	298,572	325,020	333,197	350,092	363,666
	経常利益	3,092	4,276	3,912	5,891	6,811
	当期純利益	1,344	3,078	3,618	4,527	5,379
	1株当たり 当期純利益（円）	242.50	562.03	672.22	839.57	996.63
	総資産額	78,742	81,988	91,150	90,270	96,736
	純資産額	23,841	25,927	30,994	35,555	41,436
	自己資本比率	30.3%	31.6%	34.0%	39.4%	42.8%
<注1>	自己資本利益率(ROE)	5.7%	12.4%	12.7%	13.6%	14.0%
<注2>	投下資本利益率 (ROIC)	4.3%	5.5%	4.1%	6.4%	7.5%
	株価純資産倍率(PBR)	0.64 倍	0.52 倍	0.44 倍	0.49 倍	0.53 倍
	株価収益率(PER)	11.30 倍	4.40 倍	3.80 倍	3.80 倍	4.00 倍

<注1> 自己資本利益率(ROE) = 当期純利益 ÷ 自己資本（期首期末平均）

<注2> 投下資本利益率(ROIC) = 税引後営業利益 ÷ （株主資本 + 借入金）（期首期末平均）

年間配当実施状況（1株当たり）



配当方針について

当社は2025年3月期期末配当から、中長期的な経営環境の安定強化および成長投資に必要な内部留保の確保に十分留意しつつ、連結株主資本配当率（DOE）を採用し安定的な配当水準を維持することを基本方針とし、中長期的には株主資本の増加と連結株主資本配当率（DOE）の引き上げによる配当水準の向上を目指すことといたしました。

なお、同期末からの連結株主資本配当率（DOE）は1.6%といたしました。

2026年3月期末までの2期間での財務内容の充実や利益規模の拡大などを踏まえ、2026年3月期末分の配当から連結株主資本配当率（DOE）を1.6% から2.4 %に引き上げております。

DOEとは、株主資本配当率（Dividend on equity ratio）のことで、株主資本に対し企業がどの程度の配当を行っているのかを示す財務指標です。一般に $DOE = \text{年間配当総額} \div \text{株主資本} \times 100 (\%) = \text{配当性向} \times \text{自己資本利益率 (ROE)} \times 100 (\%)$ と言われます。

株主優待制度の概要

- 贈呈基準 保有株式数別および継続保有期間別基準で贈呈
- 対象株主 1単元（100株）以上の株主様
- 基準日 毎年9月30日現在の株主名簿に記載または記録された株主様
- 贈呈時期 12月に贈呈
- 優待内容 （下図のとおり）
- 継続保有期間（3年以上）のルール
毎年9月30日および3月31日時点の株主名簿において、**同一株主番号で100株以上の保有が7回以上連続**して記載または記録されている株主様を「継続保有期間（3年以上）」の対象としております。

保有株式数	継続保有期間	優待内容
100株以上 500株未満	3年未満	3,500円相当の水産加工品(当社指定品)贈呈
	3年以上	7,000円相当の水産加工品(カタログから1品選択)贈呈 又は上記優待品相当額の寄付(※)
500株以上	3年未満	7,000円相当の水産加工品(当社指定品)贈呈
	3年以上	15,000円相当の水産加工品(カタログから1品選択)贈呈 又は上記優待品相当額の寄付(※)

7,000円相当の水産加工品（カタログ）例



ホタテ・明太子セット



アトランティック
サーモン（生食用）



味付け数の子

15,000円相当の水産加工品（カタログ）例



蒲焼うなぎ



ずわいがに



塩紅鮭切身

※寄付については、当社より、公益財団法人「漁船海難遺児育英会」に寄付させていただきます。