

2026 年 3 月期第 2 四半期(中間期) 決算説明会 質疑応答要旨

開催日	2026 年 11 月 12 日(水)
登壇者	代表取締役社長 池見 賢
	専務執行役員 小梶 聡(加工食品セグメント担当)
	常務執行役員 熊本 義宣(食材流通セグメント担当)
	常務執行役員 河田 格(水産資源セグメント担当)
	常務執行役員 小関 仁孝(経営企画財務部門担当)

Q. 来期の利益ドライバーは何か。

今後の成長、そして当社にとって業績を元に戻す上での鍵は水産資源セグメントである。2022 年度には約 70 億円の利益を計上していたが、2024 年度は 39 億円の損失となった。現在は、資源管理のあり方や事業体制、事業運営の方法について検討を進め、回復に向けた対応を図っている。今年度はすでに一定の効果が出始めており、業績も回復傾向にある。今後、この分野には一層注力していく考えである。

Q. 水産資源セグメントの中でも利益ドライバーとなるのは北米ユニットと考えてよいか。

世界的に天然水産資源が枯渇傾向にある中で、安定した北米の水産資源の強みをどう生かすかが重要な課題である。特に北米では、すりみやフィレといった一次加工(川上領域)の比率が高く、今後はカニカマなどの最終製品(川下)分野の比率をどう上げていくかが鍵となる。また、養殖ユニットについても、天然水産資源に代わる新たなタンパク源として技術革新を進め、収益性の高い事業体質への転換を図る。漁業ユニットについても、資源管理の徹底と船舶設備の効率化を進めることにより、天然魚を持つ企業が優位に立てる体制をめざす。

Q. 北米ユニットについて、カニカマ工場の増設によって、来期は川上・川下の両方で利益貢献を狙うという理解でよいか。紀文食品との提携が貢献してくるのか。

ご認識のとおり、川上・川下の両方を合わせ、全体として利益を創出していく。また、カニカマ製品だけでなく、すりみ関連製品は多岐にわたっており、そうした分野にも積極的に投資していく考えである。

紀文食品さんは特に日本における強力な開発パートナーである。スケソウダラの一市場である米国において、現地にある原料をどう拡大していくかが今後のポイントでもある。

Q. 養殖事業の考え方、事業ポートフォリオ上の位置づけ、収益力の強化について。高水温対策として魚種拡大の検討も進めているのか。

天然水産資源の枯渇に対応する代替事業と位置づけており、クロマグロ、ブリ、カンパチの3魚種が主力であるが、特に国内のブリ・カンパチ事業は近年の天候不順により影響を受けていた。また、飼料などの製造コスト上昇に対しては、技術革新を進めて全体的なコスト削減を図るとともに、天然魚としての価値を高めていくことが重要である。

今年の3月に公表したが、スギのような高水温環境でも成長の早い魚種の手扱いも開始している他、海外での養殖事業の展開についても検討を進めている。すでに指示を出しており、実際は次期中期経営計画のテーマになる可能性はあるが、現中計中にも進めていけるようにしたい。

Q. 水産資源セグメントの下期業績見通しについて、「慎重に見ている」とのことだが、どの程度保守的にみているのか、どのラインを想定しているか。

水産資源セグメントは上期で10億円の利益を計上したが、通期では営業利益6億円を計画しており、下期は赤字を見込んでいる。赤字を見込む背景にはいくつかのポイントがある。まず、カツオ事業(漁業)の操業稼働率低下が挙げられる。昨年からの操業や流通が思うようにいかず、業界全体で赤字傾向にある。今年はある程度回復しているものの、安定性に欠けるため慎重に見ている。また、ニュージーランドの漁業は今期好調に推移しているが、下期の稼働低下を想定しており、現時点では期初予算水準の維持を見込んでいる。

Q. 水産商事ユニットの国内の事業について、業界が苦戦している中、当社は今期の利益水準が高い。外部環境の風潮と当社の自助努力、そして来期に向けた見通しについて解説してほしい。

水産商事は、他社に劣らぬ強みをもつ分野であると自信を持っている。多様な魚種を取り扱うため各魚種の相場変動において全体的なリスクヘッジができています。また顧客ニーズや産地の情報を的確に把握し、相場が下降した際には在庫を薄くして備えるなど、リスク対応ができる体制が整っている。足元では魚価の高止まり感があるが、仮に下落しても手持ちの在庫評価減の範囲にとどまり、逆に言うと今後の原料安につながるため、短期的なプラスマイナスはあるが、全体的に大きな影響はないとみている。

Q. 以前、水産商事ユニットの国内事業について、実力値として営業利益 40～45 億円という水準を解説していたが、市況の高止まりもある中で当社の在庫管理の徹底などによって実力が底上げされているという理解でよいのか。

ユニット全体の底上げとしては、特に欧州事業の利益拡大が大きい。日本では、魚の水揚げの減少やマーケットが弱く買い負けするなど、国内事業が大きく底上げすることは難しいが、最低限の利益を確保できる体制を構築している。

Q. タイのペットフード事業について、関税の影響による販売数量減はあるか。また業界全体で単価が弱含んでいるが、当社は影響を受けていないか。

米国への販売における関税影響は限定的である。当社はプレミアムペットフードに特化しており、多くの場合は価格転嫁で十分対応可能とみている、プレミアムペットフード市場は CAGR 約 7%の成長が続いており、影響は軽微と考えている。

Q. 中期経営計画におけるキャッシュフローは 3 年間で 1,500 億円としているが、今期は利益見通しを引き上げ、かつ、水産物在庫の管理も徹底していることで、営業キャッシュフローも利益以上の上振れを想定しているのか。

営業キャッシュフローは一昨年度から 500 億円を超える水準を維持している。トレーディング中心かつ資金需要の高い畜産事業の見直しも進めており、今後もこの水準で創出できると考えている。

以上

※当文書は説明会での質疑応答をすべて記録したものではなく、マルハニチロ株式会社が編集を加えております。