2021年3月期決算概要

2021年5月25日
株式会社　魚力
証券コード：7596

UORIKI Co., Ltd.

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

本資料に関する注記事項

本資料に記載されております内容のうち、歴史的事実でないものは、魚力の将来に関する見通しおよび計画に基づいた将来予測です。

これらの将来予測には、リスクや不確実な要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績などは、記載の見通しと異なる可能性があります。

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

目次

UORIKI Co., Ltd.

1. 2021年3月期決算概要

① 連結損益計算書
② 既存店前年比の推移（売上高）
③ 既存店前年比の推移（客数・客単価）
④ 販売費及び一般管理費
⑤ 見通しとの差異の原因及び対応
⑥ 2021年3月期 連結業績見通し

2. 事業概要

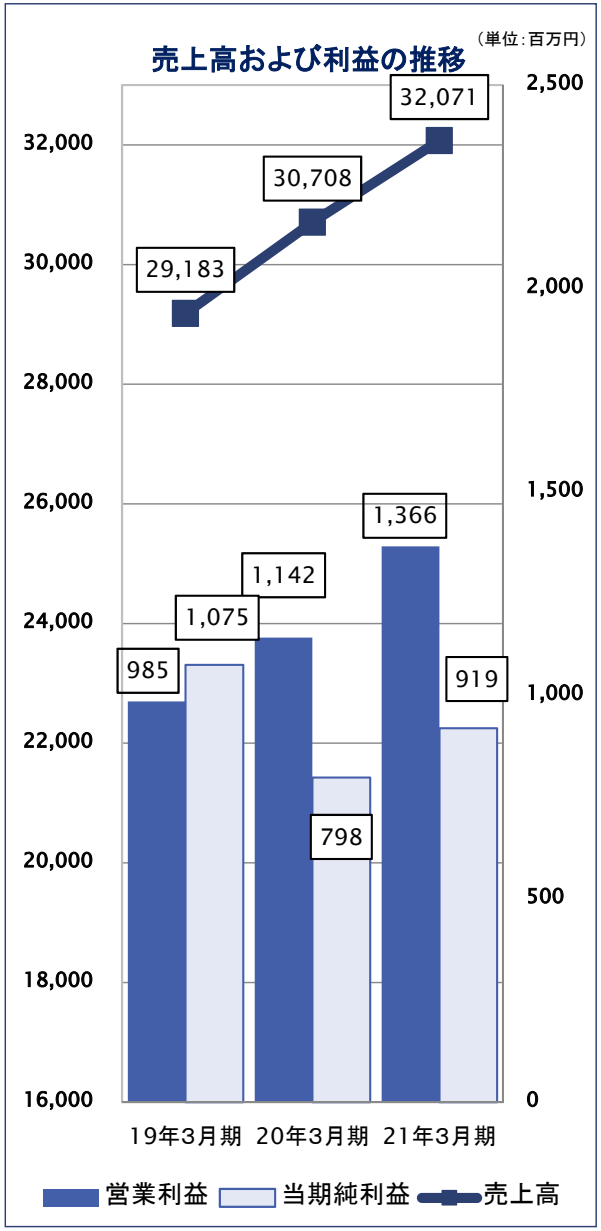
① 会社概要
② 水産業界の動向Ⅰ
③ 水産業界の動向Ⅱ
④ 事業展開（小売事業）
⑤ 事業展開（飲食事業）
⑥ 事業展開（卸売事業）

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1－① 連結損益計算書

UORIKI Co., Ltd.

（単位：百万円，％）



連結損益計算書	2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期				備　　考
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	前期比	対前期増減	
売上高	29,183	100.0	30,708	100.0	32,071	100.0	104.4	+1,363	魚力＋508　魚力商事＋885 JFS▲71
売上総利益	11,686	40.0	12,384	40.3	12,794	39.9	103.3	+410	魚力＋364　魚力商事＋77 JFS▲25
販売費及び一般管理費	10,701	36.7	11,242	36.6	11,427	35.6	101.7	+185	魚力＋234　魚力商事▲0 JFS▲40
営業利益	985	3.4	1,142	3.7	1,366	4.3	119.7	+224	魚力＋130　魚力商事＋78 JFS▲23
営業外収益	496	1.7	198	0.6	1,358	4.2	685.0	+1,159	持分法投資利益＋56 為替差益＋21 補助金収入＋1,048
営業外費用	2	0.0	11	0.0	1,057	3.3	－	+1,045	補助金収入＋1,047
経常利益	1,479	5.1	1,329	4.3	1,668	5.2	125.5	+339	
特別利益	377	1.3	169	0.6	93	0.3	55.1	▲76	投資有価証券売却益▲76
特別損失	231	0.8	229	0.7	392	1.2	171.2	+163	減損損失＋176
税前利益	1,625	5.6	1,269	4.1	1,368	4.3	107.8	+99	
法人税等	549	1.9	464	1.5	449	1.4	96.7	▲15	
非支配株主に帰属する当期純利益	0	0.0	6	0.0	▲0	0.0	－	▲6	
親会社株主に帰属する当期純利益	1,075	3.7	798	2.6	919	2.9	115.2	+121	

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

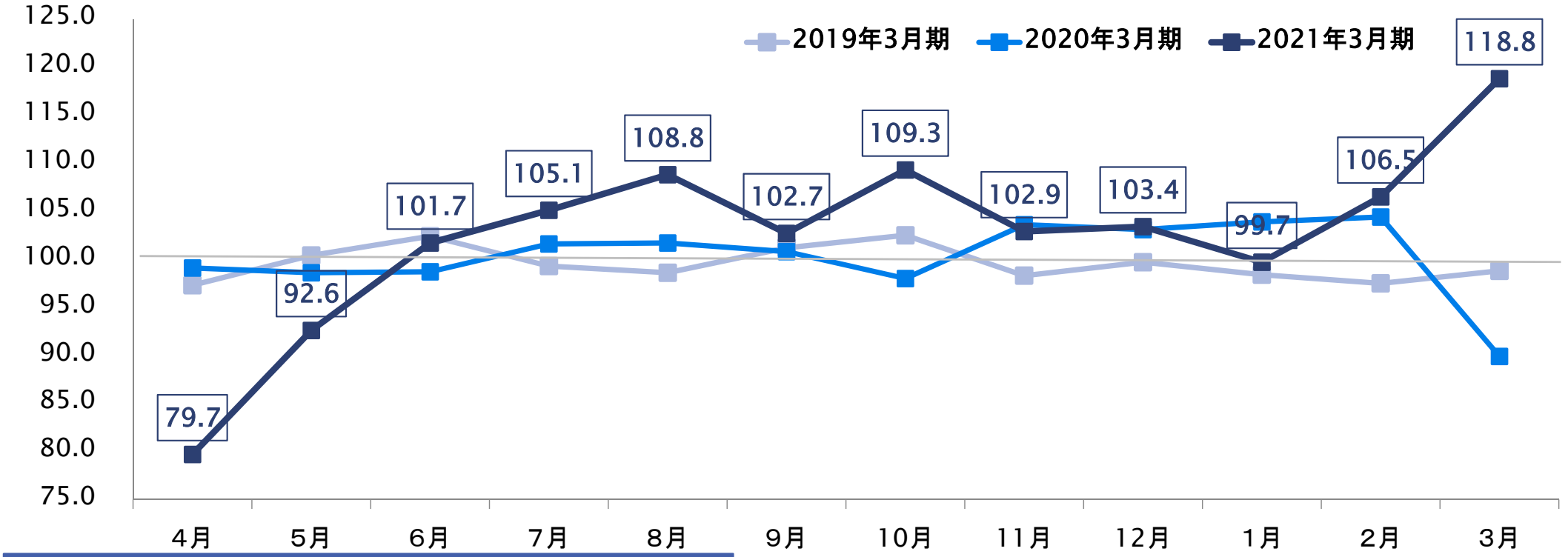
JFS：日本フィッシャリーサポート

1－② 既存店前年比の推移（売上高）

UORIKI Co., Ltd.

■ 売上高

（単位：%）



■ 既存店売上高前年比103.5%（年度平均）の要因

- 売上高は、4月、5月第1回緊急事態宣言下新型コロナの影響を強く受けたが、6月以降当社は食料品を取り扱うためいわゆる巣ごもり需要の追い風も受け回復
- まとめ買いの傾向から、客単価が前年を大きく上回った
- なお、2021年4月は123.5%。新型コロナの影響が無い2年前と比べても100%を上回っている

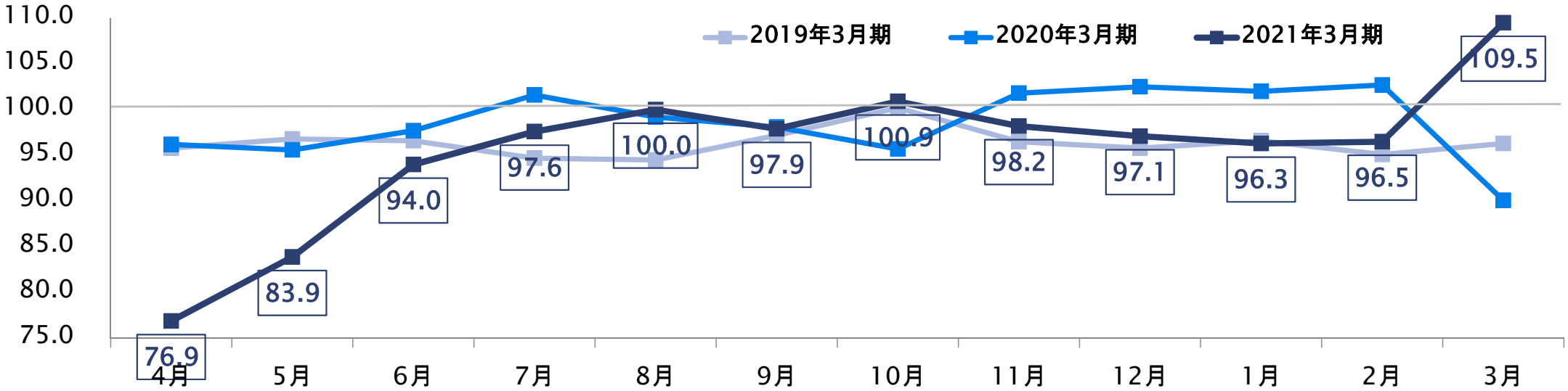
Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1－③ 既存店前年比の推移（客数・客単価）

UORIKI Co., Ltd.

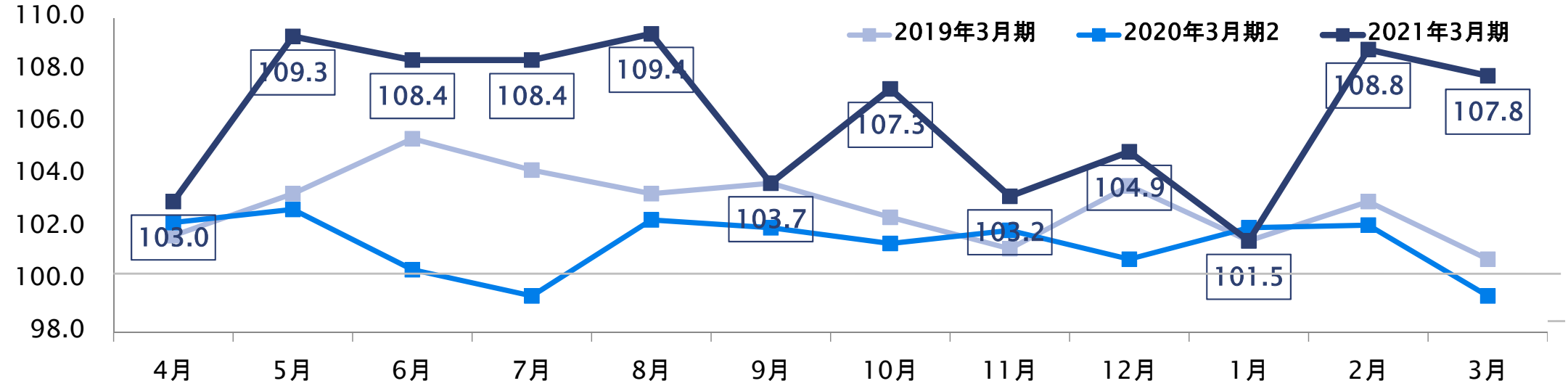
■ 客数

（単位：%）



■ 客単価

（単位：%）



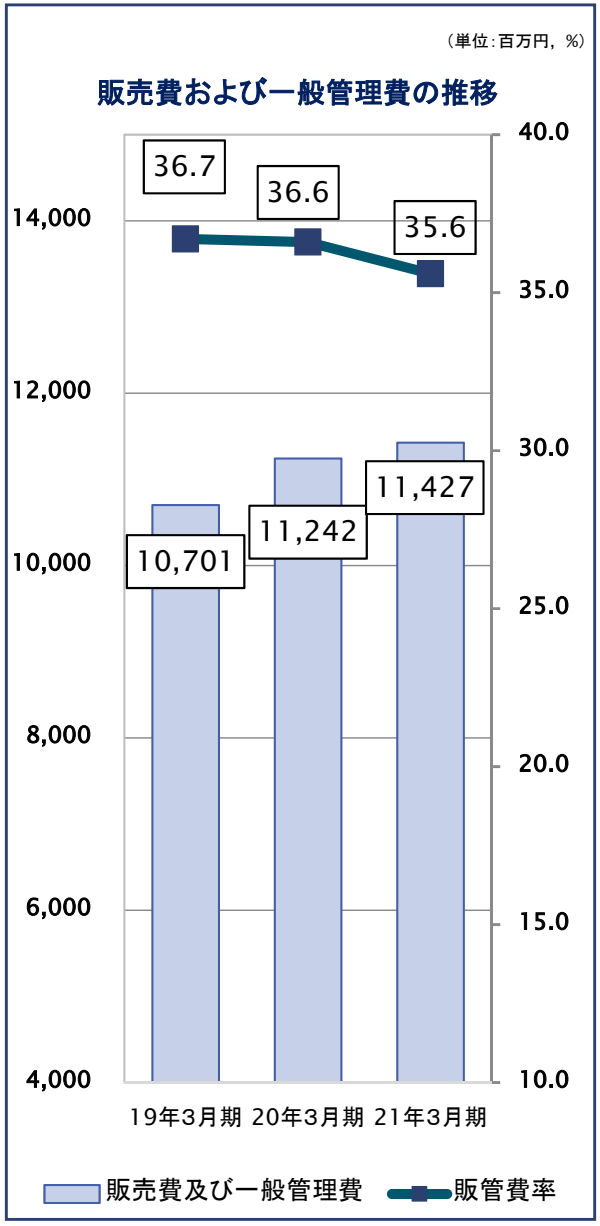
※ 客数・客単価は、既存店舗の内集計可能な店舗の数値を目安として開示しておりますので、既存店全体を表したものではありません。

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1－④ 販売費及び一般管理費

UORIKI Co., Ltd.

（単位：百万円，％）



販売費及び一般管理費の内訳（主要科目）	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期			備　　考
	実績	実績	実績	前期比	対前期増減	
人件費	5,163	5,480	5,606	102.3	+125	魚力＋143（店舗オペレーション改善により通常の給与が削減される一方、賞与は増額対応）
運賃・保管料	31	33	37	110.6	+3	
テナント経費	153	152	153	100.8	+1	
資材経費	225	232	251	108.3	+19	
販売促進費	159	167	140	84.0	▲26	販促活動を抑制
修繕費	62	48	56	115.9	+7	
備品消耗品費	94	80	139	172.8	+58	魚力飲食新店による増加
水道光熱費	390	384	366	95.4	▲17	経費削減／節約努力
衛生費	106	103	105	101.5	+1	
支払手数料	358	412	494	119.9	+81	魚力新店、クレジット取扱増による増加
レジ委託費	466	516	554	107.4	+38	魚力新店による増加
減価償却費	282	281	277	98.8	▲3	
地代家賃	2,634	2,674	2,555	95.6	▲118	魚力新店による増加の一方、新型コロナ影響による最低保証賃料一時免除など
その他とも合計	10,701	11,242	11,427	101.7	+185	

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1－⑤ 見通しとの差異の原因及び対応

UORIKI Co., Ltd.

要因区分	2021年3月期当初業績見通しとの差異の原因 （業績見通しは2020年7月に開示）	2022年3月期における対応
売上高	・売上高が見通しを上回った –既存店売上高前年比は見通しを上回った （鮮魚店にいわゆる巣ごもり需要） – 出店は計画を上回った（見通し6店→実積10店） – 退店は概ね計画通り（同5店→同6店） – 魚力商事売上高は見通しを上回った	・各店舗安心・安全で営業を継続できるよう努力 ・今後は、巣ごもり需要の追い風は弱まる。 魚屋の原点に回帰。「旬の生」商品、品質で売場を差別化 ・新規出店は慎重に検討。必要であれば退店を行う ・所謂eコマースなど新たな販売手法・ルート開拓へ取り組む
売上総利益	・魚力商事のウエイトが高まったため連結の売上総利益率は見通しを下回ったが、魚力、魚力商事いずれも単体の売上総利益率は見通しを上回った。増収効果とあわせ、売上総利益が見通しを上回った	・仕入、物流コスト増に対応しバイイングパワーに磨き ・鮮魚専門店としての加工技術を活かした付加価値商品づくり。仕入先と連携し定番品の強化を図る ・発注精度の向上、生産数量の適正化、早期段階値引きの徹底による廃棄の削減
販管費	・売上高の伸長に伴い、店舗運営費、地代家賃などがが見通しを上回ったため、販管費は見通しを上回った。但し、販管費率は見通しを下回った	・効率的店舗オペレーションの定着、強化 ・特に飲食店舗について物流合理化を含め営業利益の黒字化を図る
営業外収益	・持分法投資利益(最上鮮魚)が見通しを上回った ・有価証券運用で見通しを上回る利息・配当金を計上 ・補助金収入を計上したが、漁業者支援緊急対策事業費(営業外費用)と同額	・マーケット変動が大きくなっていることから手堅く運用。投資タイミングを慎重に見極める
特別利益	・有価証券で見通しを上回る売却益を計上	・マーケット変動が大きくなっていることから手堅く運用。投資タイミングを慎重に見極める
特別損失	・飲食店を中心に見通しを上回る減損損失を計上 ・有価証券売却益を活用し所謂含み損を処理	・既存店の業績改善に引き続き取り組み ・店舗減損損失は保守的に見込んでいる

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1－⑥ 2022年3月期 連結業績見通し

UORIKI Co., Ltd.

（単位：百万円，％）

連結業績見通し	2021年3月期		2022年3月期			
	第2四半期累計実績	通期実績	第2四半期累計		通　期	
			見通し	前期比	見通し	前期比
売上高	14,402	32,071	15,800	109.7	33,500	104.5
営業利益	442	1,366	460	104.0	1,410	103.1
経常利益	584	1,668	630	107.8	1,700	101.9
当期純利益	429	919	420	97.8	980	106.6

■ 見通しの前提

・新型コロナに関し、拡大の収束を合理的に見通すことはできないが、2021年3月期の実績を踏まえ、現時点で入手可能な情報は予測に基づき公表

■ 見通しの根拠

・既存店売上高は対前年比 99～100%を見込む
・新規出店として、略確定物件を見込む
・特別損失として店舗の減損損失を見込む
・特別利益として有価証券売却益を見込む

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2- ① 会社概要

UORIKI Co., Ltd.

■ 会社概要

名　称	株式会社魚力
本社所在地	〒190-0012 東京都立川市曙町二丁目8番3号　新鈴春ビル6階
創　業	1930年4月1日
設　立	1984年12月1日
資 本 金	15億6,362万円（2019年3月末現在）
代 表 者	代表取締役社長　　山田雅之
従業員数	470名　（2020年3月末現在） （注）他に嘱託社員が 32名、常時雇用するパートタイマーが 686名（1人1日8時間換算）
事業内容	・鮮魚及び寿司の小売事業 ・飲食事業(寿司飲食・海鮮居酒屋)

■ 主な子会社

魚力商事株式会社	豊洲市場を拠点とする国内外卸売
日本ﾌｨｯｼｬﾘｰｻﾎﾟｰﾄ株式会社	青森県西津軽郡深浦町を拠点にﾍﾞﾆｽﾞﾜｲｶﾞﾆ卸売

■ 持分法適用関連会社

株式会社最上鮮魚	九州地区鮮魚小売大手（本社：北九州市）

■ 資本業務提携

株式会社ヨンキュウ	鮮魚販売、餌料・飼料販売、養殖用稚魚の生産・販売
東都水産株式会社	豊洲市場卸売業者(荷受)大手

■ 沿革

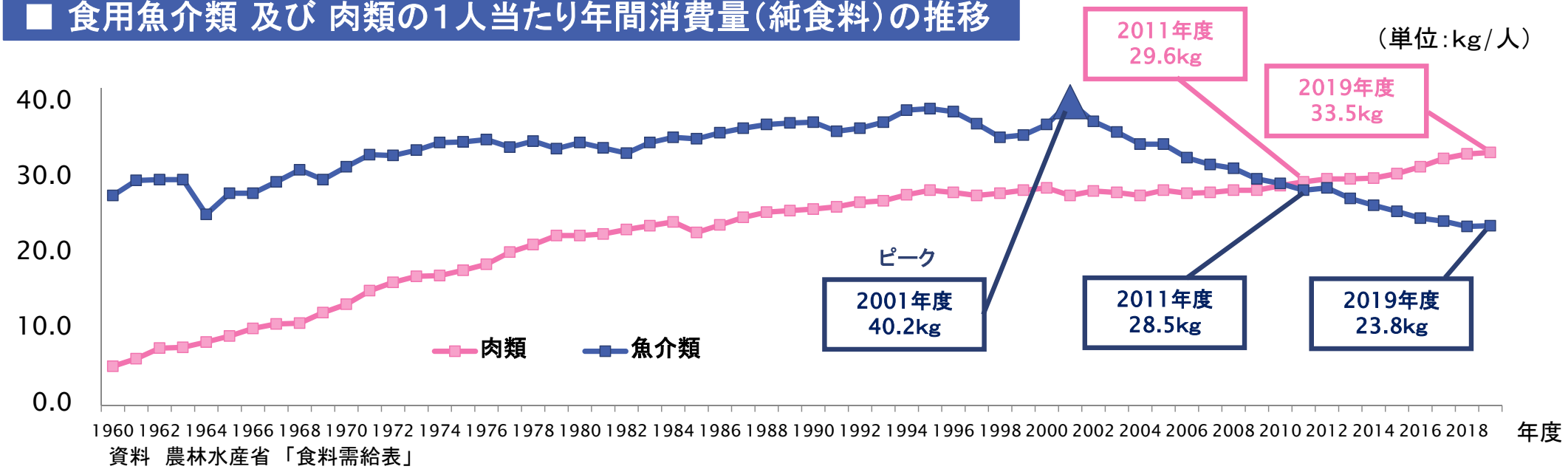
1930年 4月	魚力商店創業（東京都立川市）
1966年 7月	立川第一デパートに開店（現在閉店）
1973年 2月	東京魚市場買参協同組合加入
1984年12月	力水産株式会社設立（その後株式会社魚力へ商号変更）
1988年 8月	商品センターを西多摩郡瑞穂町に開設
1990年 5月	本社を東京都昭島市に移転
1998年 6月	本社を東京都八王子市に移転
1998年11月	日本証券業協会に株式を店頭登録
2003年 3月	東京証券取引所市場第二部上場
2008年 2月	米国に現地法人ウオリキ・フレッシュ・インクを設立
4月	ウオリキ・フレッシュ・インク営業開始（米国内水産物卸業）
2012年2月	㈱ヨンキュウとの資本業務提携実施
6月	㈱大田魚力を設立（その後、魚力商事㈱へ商号変更）
2014年9月	本社を東京都立川市に移転
2015年3月	東京証券取引所市場第一部指定
2016年5月	伊藤忠商事㈱による第三者割当増資引受に伴いウオリキ・フレッシュ・インクが持分法適用会社へ異動
2018年4月	ウオリキ・フレッシュ・インク臨時株主総会において解散決議
8月	米国事業統括子会社Uoriki America Inc.及び卸売事業会社Uoriki Seafoods LLCを設立
10月	㈱最上鮮魚の株式を取得
11月	日本フィッシャリーサポート㈱を設立
2019年9月	東都水産㈱との資本業務提携実施

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2- ② 水産業界の動向 I

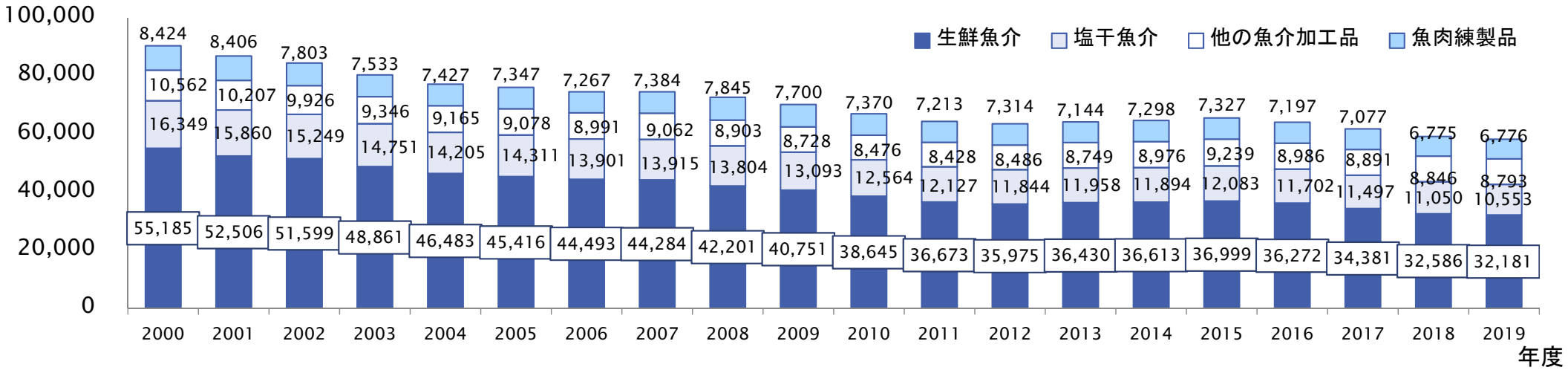
UORIKI Co., Ltd.

■ 食用魚介類 及び 肉類の1人当たり年間消費量(純食料)の推移



資料 農林水産省 「食料需給表」

■ 魚介類の一世帯(総世帯)当たり年間支出額の推移



資料 総務省 「家計調査」

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

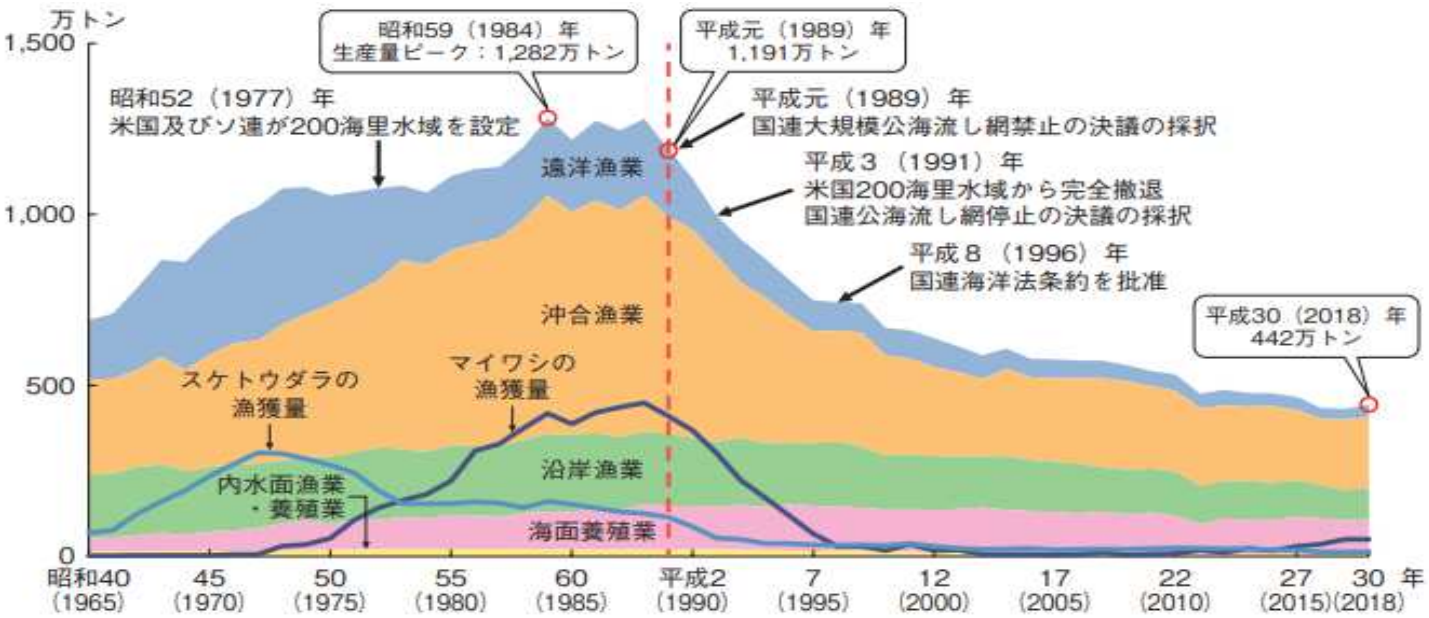
2- ③ 水産業界の動向Ⅱ

UORIKI Co., Ltd.

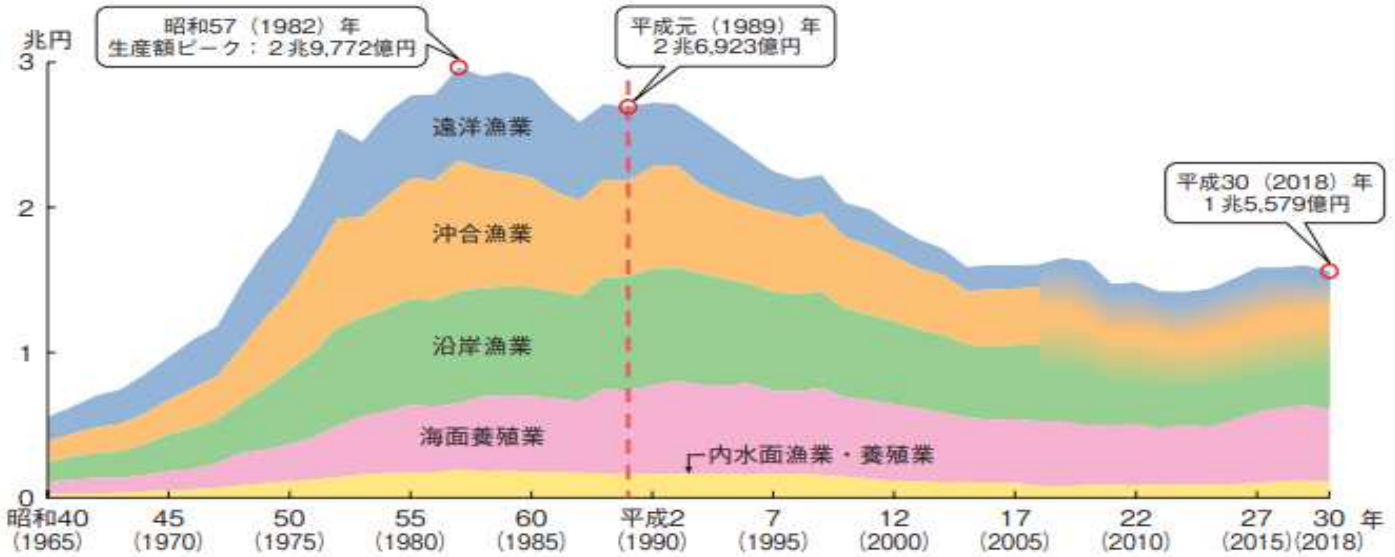
■ 漁業･養殖業の生産量および生産額の推移

出典　農林水産省「水産白書」水産の動向

生産量



生産額



Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2- ④ 事業展開(小売事業)

売上高 28,636 百万円
(構成比 89.2 %)(前年比 102.6 %)
※2021年3月期外部売上高

UORIKI Co., Ltd.

■ 鮮魚販売

＜概要＞
- 当日仕入、当日売切りを基本とした販売政策
- 豊富なアイテム数
  (一般のスーパーマーケットでは、生魚の比率は3割程度、鮮魚売り場のアイテム数は180程度、当社では生魚の比率は5割程度、鮮魚売場のアイテム数は220程度)
- 強い仕入力と情報力を背景とした低価格の実現
- 鮮度の良い商品と旬を提供する対面販売コーナー(通称エキサイティングコーナー)を設置し、お客様の調理加工のご要望に対応

対面販売コーナー

お刺身販売コーナー

■ テイクアウト寿司

＜概要＞
- 鮮魚専門店の特徴を生かした新鮮な生ネタや旬の魚を使用した江戸前寿司を提供、スーパーマーケットや回転寿司との差別化を図る
- 従来は鮮魚売り場に併設していたが、単独店を駅ビル、駅ナカに出店

■魚力海鮮寿司: にぎり・のり巻等の江戸前寿司

■かげん: 江戸前寿司、NYCスタイルのロール寿司

■Sushi力蔵: 江戸前寿司、NYCスタイルのロール寿司、サラダ感覚の丼ぶり

寿司専門店

ちらし寿司

ロール寿司

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2- ⑤ 事業展開(飲食事業)

売上高 540 百万円
(構成比　1.7 %)(前年比 74.7 %)
※ 2021年3月期外部売上高

UORIKI Co., Ltd.

■ 海鮮魚力

- 豊洲直送の旬の魚を提供する海鮮居酒屋
- 個室を設置した落ち着いた雰囲気の店
- 魚と相性のよい厳選したこだわりの本格焼酎、地酒、旬の魚が盛り沢山の海鮮料理を提供

■ 魚力食堂

- 魚力の鮮魚店と連動。共通配送、鮮魚店厨房での加工などにより、旬のお魚を使った丼ぶりや定食をリーズナブルな価格で提供
- チェーン展開を目指す

魚力食堂
さかな屋の旨い魚の店

■ 魚力鮨

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2- ⑥ 事業展開(卸売事業)

売上高 2,827 百万円
(構成比 8.8 %)(前年比 140.8 %)
※ 2021年3月期外部売上高

UORIKI Co., Ltd.

■ 魚力商事

＜事業内容＞
・豊洲市場を拠点とする国内外卸売
＜国内取引先＞
・ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ、地方荷受業者、飲食店、加工業者
・最上鮮魚
＜海外取引先＞
・米国ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ、米国卸売会社、米国飲食店(和食)

■ 日本ﾌｨｯｼｬﾘｰｻﾎﾟｰﾄ

＜事業内容＞
・青森県西津軽郡深浦町を拠点にﾍﾞﾆｽﾞﾜｲｶﾞﾆ卸売
＜取引先＞
・地方荷受業者、水産商社、飲食店
・魚力

高鮮度凍結魚 (丸魚)

高鮮度凍結魚 (フィーレ)

豊洲市場

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

中期経営計画

2021年5月25日
株式会社　魚力
証券コード：7596

UORIKI Co., Ltd.

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

本資料に関する注記事項

本資料に記載されております内容のうち、歴史的事実でないものは、魚力の将来に関する見通しおよび計画に基づいた将来予測です。

これらの将来予測には、リスクや不確実な要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績などは、記載の見通しと異なる可能性があります。

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

目次

UORIKI Co., Ltd.

中期経営計画

1．前計画（2018-2020年度）の分析

2．中期経営計画（2021-2023年度）の骨子

3．中期経営計画における基本戦略

参考　- 2030年の当社の姿：国内外で活躍する「魚」総合企業

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1. 前計画(2018-2020年度)の分析

UORIKI Co., Ltd.

損益状況　計画・実績比較

(単位:百万円)

	2018年度 計画	2019年度 計画	2020年度 計画	2020年度 実績	2020年度 比較
売上高	29,200	31,100	33,000	32,071	▲929
営業利益	770	900	960	1,366	+ 406
経常利益	900	1,030	1,080	1,668	+ 588
当期純利益	750	710	750	919	+ 169

業態別期末店舗数　計画・実績比較

(単位:店数)

	2018年度 計画	2019年度 計画	2020年度 計画	2020年度 実績	2020年度 比較
鮮魚	64	68	72	65	▲7
寿司テイク	15	15	15	11	▲4
飲食	11	12	13	14	+ 1
計	90	95	100	90	▲10

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

1. 前計画(2018-2020年度)の分析

UORIKI Co., Ltd.

(1)スクラップ・アンド・ビルドと店舗オペレーション改善の結果、営業・経常・当期純利益は計画達成

① 店舗のスクラップ・アンド・ビルドに取り組む中、計画を上回る19店を退店したため、売上高は計画に及ばず

② 不採算店舗12店の退店により年間100百万円を超える営業損失を解消、更に、新型コロナウイルスの影響を受ける中で人員の再配置、勤務シフトの創意工夫など店舗オペレーション改善を進め、利益面では計画を大幅に超過達成した

(2)魚力商事(株)の業績伸長。会社の核となる事業へ成長しつつある

① 2020年度、新型コロナウイルスの影響により米国向け輸出が一時的に停滞したが、復調。地方スーパーマーケット、地方荷受、㈱最上鮮魚(持分法適用関連会社)向け売上が伸長している

② 魚力商事㈱の売上高、営業利益はともに最終年度(2020年度)において計画比大幅にプラスとなり、グループ業績に貢献している。新たな中期経営計画でも注力する

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

中期経営計画
(2021-2023年度)

UORIKI Co., Ltd.

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2. 中期経営計画(2021-2023年度)の骨子

UORIKI Co., Ltd.

当社を取り巻く現在の経営環境を見つめ直し、これに対応するため、2021-2023年度の3カ年を対象とする新たな中期経営計画を策定する

(1)厳しい業務環境の継続

① 海外需要の増加に伴う魚価の高騰による仕入コストの増加
② 原油やエネルギー価格の上昇による物流コストの増加
③ 飲食事業において新型コロナウイルスによる来店客数の減少
④ 小売事業における人材の需要は引き続きタイト
⑤ 海外では、魚食の拡がりにより魚介類、特に高品質なものへの需要が高い
⑥ 漁業従事者の高齢化が進むなど国内漁業の弱まり

(2)基本的な考え方

① 創業100年に向け新しい可能性にチャレンジする(東証市場再編、SDGsへの取組み)
② 仕入、物流などのコスト増に対応すべく、魚力の現場第一を改めて徹底する。
特に、好適な立地に競争力のある条件で、的を絞った新規出店を行う事を徹底する
③ 人を大切にし、育てる施策を実行する
④ 安定した収益基盤に基づく株主還元により株主価値を高める

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2. 中期経営計画(2021-2023年度)の骨子

UORIKI Co., Ltd.

(3)2023年度までの目標

① プライム市場への定着、SDGsへの積極的な取り組みなど上場企業としての使命を果たし、世界基準企業への道を切り拓く

② 現状の製品や事業を成長させ売上高380億円を達成する(M&Aなどを含まない売上高)

③ 輸出を含む卸売事業を拡大し新たな収益の柱へ育てる

損益計画の概要

(単位:百万円、%)

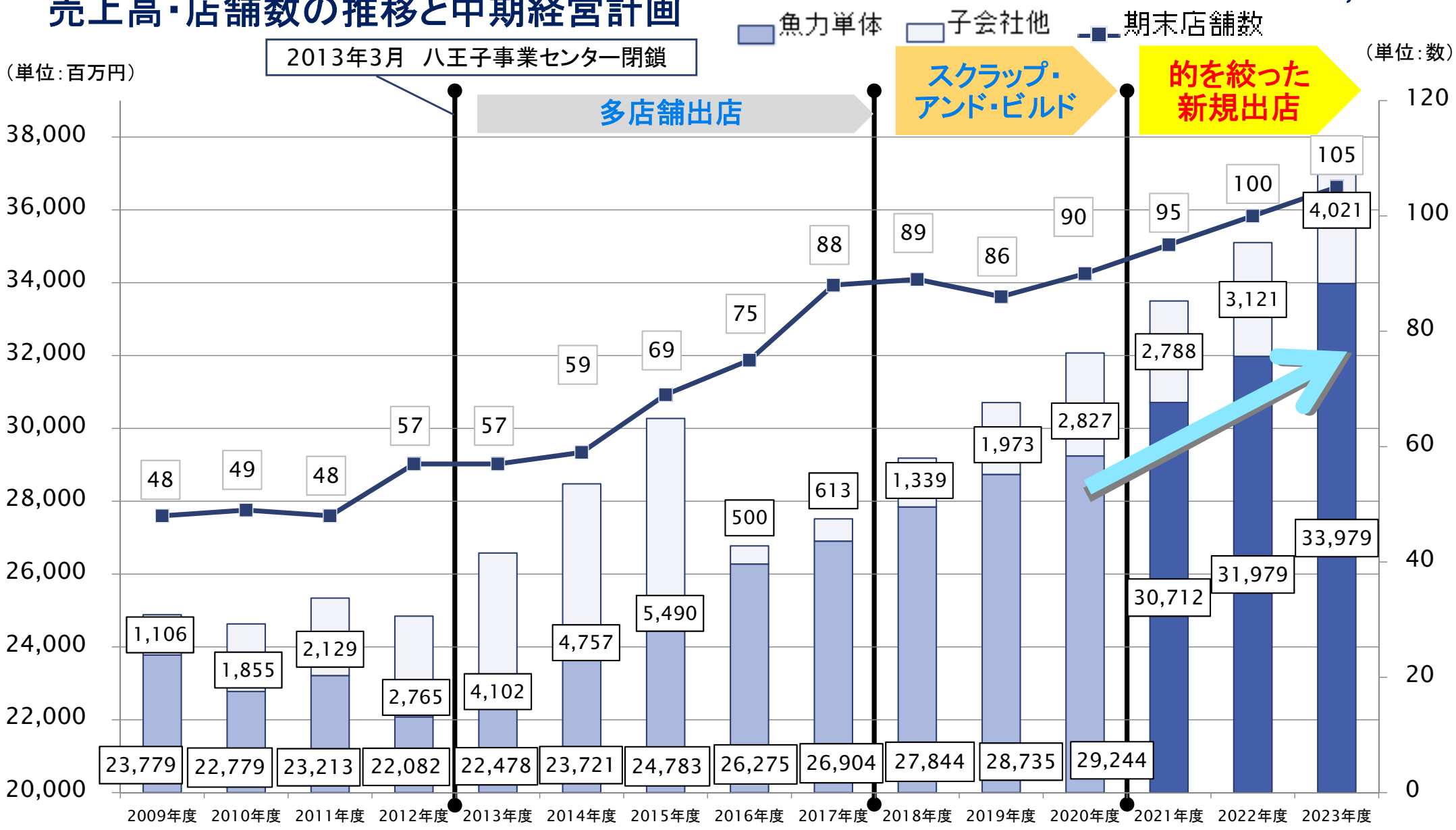
	2021 年度			2022 年度			2023 年度		
	計 画	売上比	前年比	計 画	売上比	前年比	計 画	売上比	前年比
売上高	33,500	100.0	104.5	35,100	100.0	104.8	38,000	100.0	108.3
営業利益	1,410	4.2	103.1	1,530	4.4	108.5	1,750	4.6	114.4
経常利益	1,700	5.1	101.9	1,730	4.9	101.8	1,950	5.1	112.7
当期純利益	980	2.9	106.6	1,080	3.1	110.2	1,230	3.2	113.9
1株当り純利益	70.26 円			77.43 円			88.18 円		
期末店舗数	95 店			100 店			105 店		

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2. 中期経営計画(2021-2023年度)の骨子

UORIKI Co., Ltd.

売上高・店舗数の推移と中期経営計画

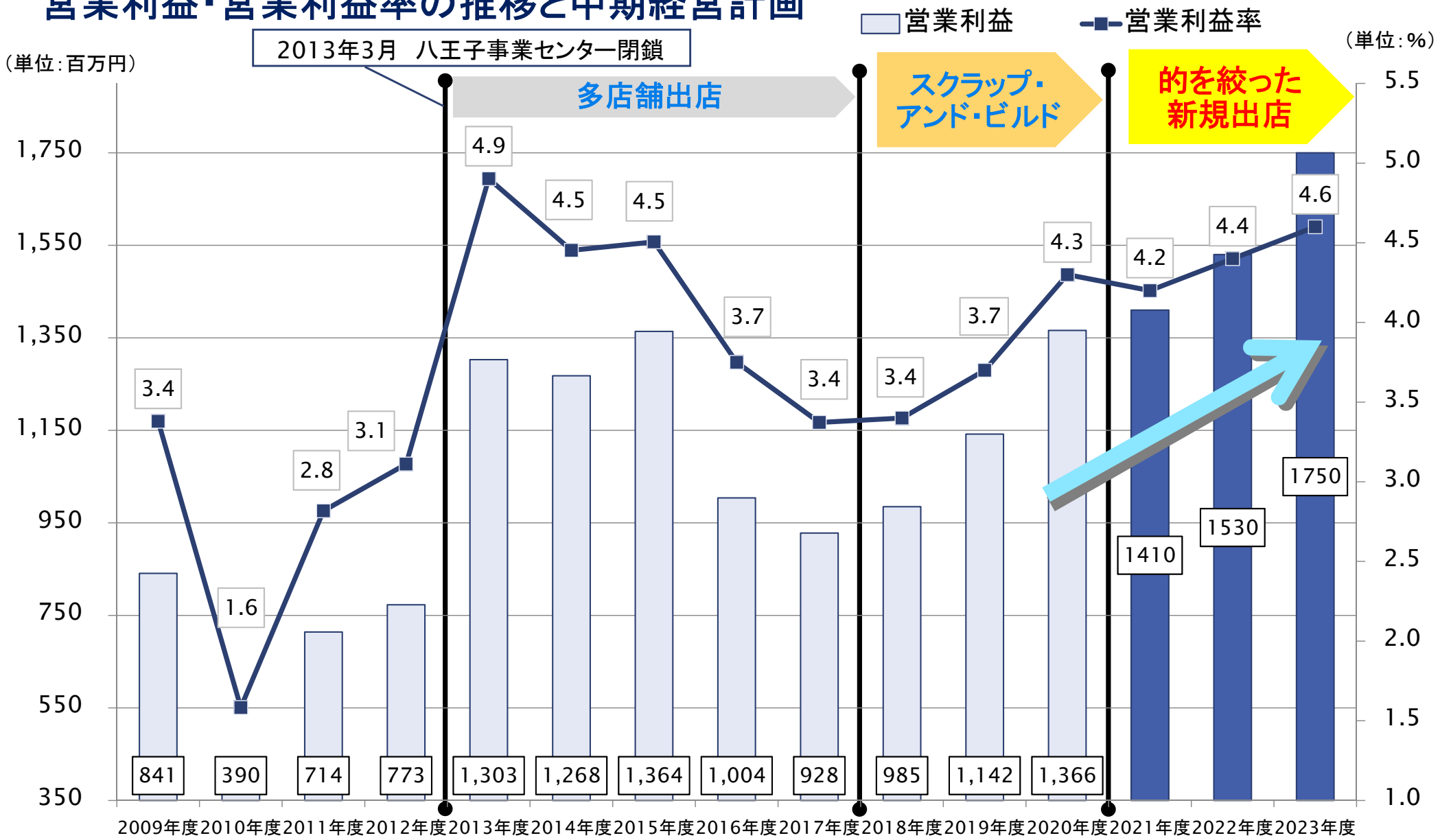


Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2. 中期経営計画(2021-2023年度)の骨子

UORIKI Co., Ltd.

営業利益・営業利益率の推移と中期経営計画

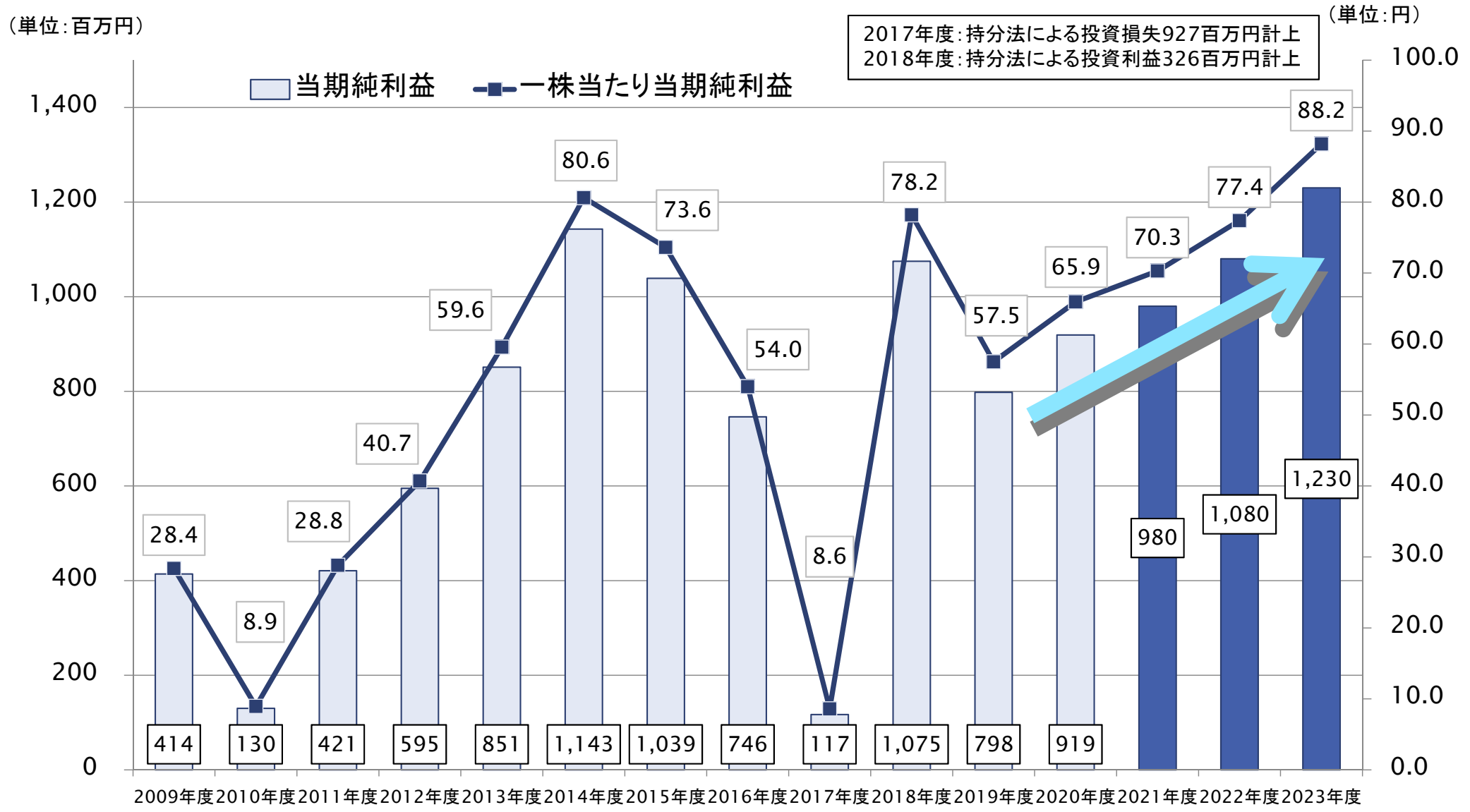


Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

2. 中期経営計画(2021-2023年度)の骨子

UORIKI Co., Ltd.

当期純利益・一株当たり当期純利益の推移と中期経営計画



Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

中期経営計画における基本戦略を以下に示す

(1)チャレンジ戦略

①世界基準の企業への道を切り拓く

② 日本の食文化を世界に普及する

③ SDGsなど上場企業としての使命を果たす

(2)仕入・販売戦略

① 鮮魚専門店のこだわりを忘れず、競争原理を活用し、より良い商品をより安く仕入れる

② 鮮魚専門店としてプロフェッショナルな店舗づくり・商品づくりを行う

③ 飲食事業の構造改革を完遂する

(3)人材戦略

① 人材の育成を図る

② 労働環境の改善、事業継続性の確保を図る

(4)財務戦略

① 配当政策(安定配当の継続)

② 優待制度の継続「魚力ファン」

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(1)チャレンジ戦略: 創業100年に向け新しい可能性にチャレンジする

① 世界基準の企業への道を切り拓く

- 東証一部からプライム市場に定着。グローバルな投資家に認められる企業となる
- グローバルに通用する、高水準のガバナンスを確立する
- 管理体制を強化し内部統制機能をレベルアップするなど体制を整備する

魚力の使命(ミッション)・将来像(ビジョン)を、プライム市場で実現する

魚力の 使命・将来像

使命(ミッション)

魚によって、世界の人々を健康で幸せにする

将来像(ビジョン)

魚食文化を守り、日本の水産業の発展に貢献する

×

プライム市場

持続的な成長と中長期的な企業価値の向上にコミットする

より高いガバナンス水準を備え、投資家との建設的な対話を中心に据える

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

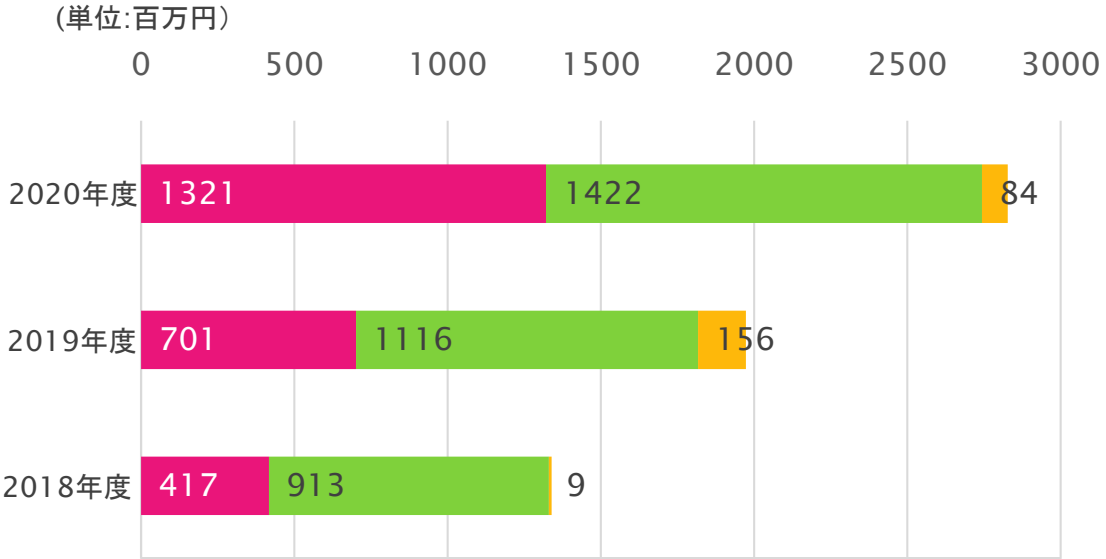
(1)チャレンジ戦略: 創業100年に向け新しい可能性にチャレンジする

② 日本の食文化を世界に普及する

- 米国東海岸における既存商流を拡大する
- 内外有力企業とのパートナーシップにより新たな販路を開拓する

米国 Wegmans社「築地祭り」にて

卸売事業売上 分布図



(単位:百万円)	2018年度	2019年年度	2020年度
海外取引先卸売売上高	417	701	1321
国内取引先卸売売上高	913	1116	1422
日本フィッシャリーサポート売上高	9	156	84

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(1)チャレンジ戦略： 創業100年に向け新しい可能性にチャレンジする

③ SDGsなど上場企業としての使命を果たす

- 最先端IT企業とのパートナーシップに基づき、トレーサビリティを備えたフードバリューチェーンを構築する

14 海の豊かさを守ろう

・海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する

海洋生態系への影響が問題視されているマイクロプラスチックの削減に向け、ポリスチレン(EPS)を原料とする発泡スチロールから、リサイクル原料100%で製造され繰り返し使用できる「チルテイナー」への切り替えを検討する。

13 気候変動に具体的な対策を

・気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る

海外取引先への配送には船舶を利用し、製造過程と配送過程におけるCO_2排出量の削減に今後も貢献する。
また、トラックEV化を検討する。

17 パートナーシップで目標を達成しよう

・持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

国内外の水産業者・IT企業と長期的なパートナーシップを結び、SDGs達成を目指す。
日本の生産者から世界の消費者までの輸送ルートを、確実、リアルタイムかつ経済的にウォッチすることが必要。そこで当社では、世界基準トレーサビリティの構築に貢献することを中長期的なゴールに定める。

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(1)チャレンジ戦略: 創業100年に向け新しい可能性にチャレンジする

③ SDGsなど上場企業としての使命を果たす

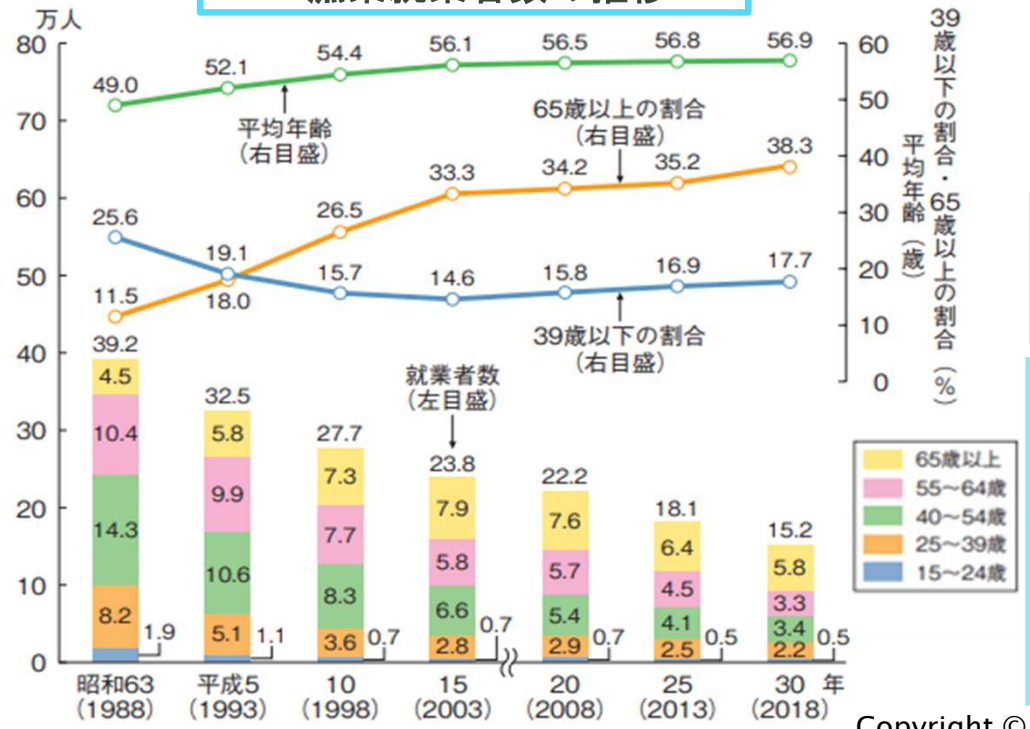
- 日本フィッシャリーサポートを通じるものなど国内の漁業者を支援する

12 つくる責任 つかう責任

・持続可能な消費と生産のパターンを確保する

水産物の持続可能な生産・消費を維持するため、新規漁業就労者の確保、漁業の再生、魚食文化の維持・発展へ貢献する

漁業就業者数の推移



出典：水産庁、「令和元年度水産白書全文」、「第2節漁業構造の移り変わり」

2018年に合弁会社設立

商号	日本フィッシャリーサポート株式会社
所在地	青森県西津軽郡深浦町

・ベニズワイガニ漁において一気通貫の新たな商流を創造し、漁業者の就業環境向上をサポート

漁船海難遺児育英会 寄付活動

公益財団法人 漁船海難遺児育英会
後援：水産庁／漁船海難遺児を励ます全国協議会

【育英会の目的】
漁業従事の事故により保護者を亡くした子弟に対する経済・社会支援、人材教育、および漁業経営の安定に寄与する。

2019年より、日本フィッシャリーサポート収益の一部を寄付。魚力も含め今後も継続し、国内漁業の維持・発展に貢献する。

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(2)仕入・販売戦略： 仕入、物流などのコスト増に対応すべく、魚力の現場第一を改めて徹底する

① 鮮魚専門店のこだわりを忘れず、競争原理を活用し、より良い商品をより安く仕入れる

- 仕入・物流コストの増加に対応し、「旬の生」商品の割合を高め、品質で差別化する
- 競争原理を活用し、バイイングパワーに磨きをかける

鮮魚専門店としての基本原則

魚力の伝統

-終身を通じて、信用を売る

魚力の原理原則

-少しでも鮮度の良いものを少しでも安く

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

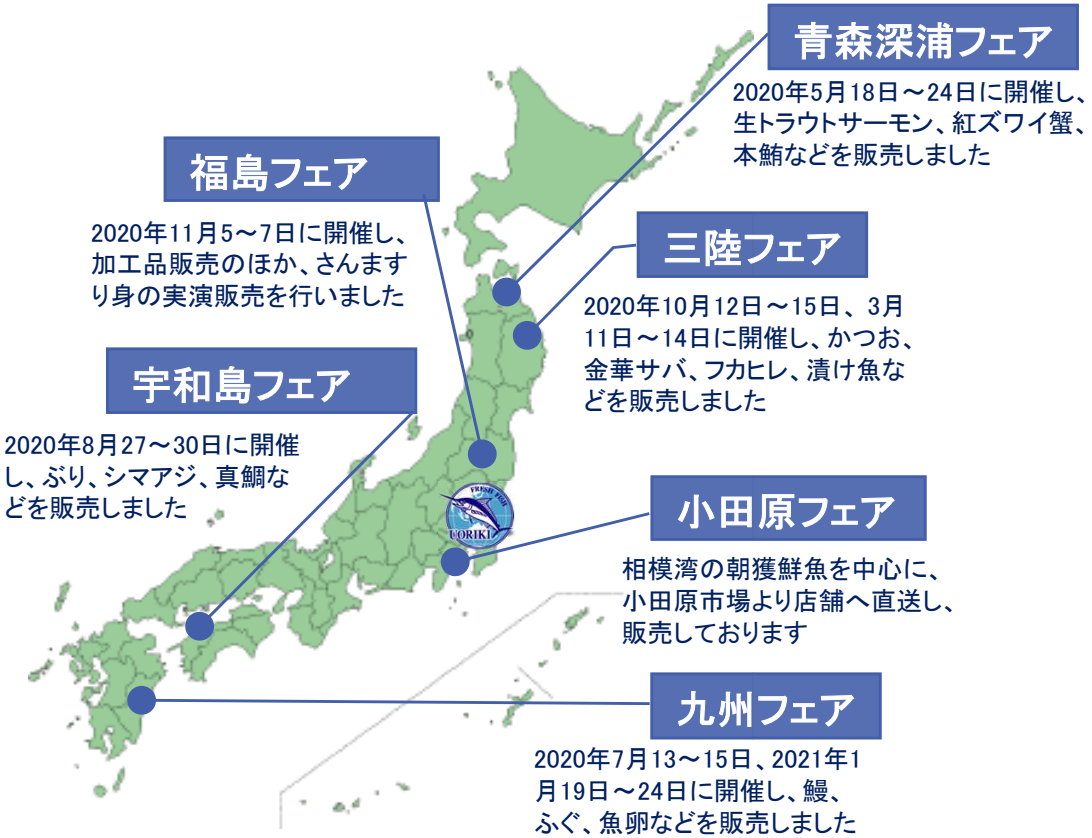
3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(2)仕入・販売戦略： 仕入、物流などのコスト増に対応すべく、魚力の現場第一を改めて徹底する

② 鮮魚専門店としてプロフェッショナルな店舗づくり・商品づくり

– 産地・漁港などとの連携による「旬」を重視し活気ある売場をつくる（産地直送フェアなど）



「旬」を重視した売場（一例）

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(2)仕入・販売戦略： 仕入、物流などのコスト増に対応すべく、魚力の現場第一を改めて徹底する

③ 飲食事業の構造改革を完遂する

- 物流合理化、店舗オペレーション見直しなどにより営業利益黒字化を図る
- 寿司店を中心とする店舗網へ再編を図る
- 好条件での出店が可能な環境であり、この機を捉え「魚力鮨」ブランドを確立する

2021年3月期 飲食事業 営業損失 319百万円

打開策

飲食事業 構造改革プロジェクト

店舗管理者

- 店舗運営の効率化
- 店舗数値管理

シェフ

- メニュー考案
- 調理技術指導

- **収益性のある、魅力的な飲食店舗へ**
- **飲食店各業態のコンセプト・オペレーションの統一とブランドの確立**

2020年からこれまでの飲食事業 社員採用実績

2020年2月	1名
2020年4月	3名
2020年9月	1名
2021年4月	1名
2021年5月	4名
合計	10名

飲食事業構造改革の基盤を築くため、優秀な人材の確保に尽力。有名和食料理店シェフはじめ優秀な飲食業経験者の採用に成功した。

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(3) 人材戦略：人を大切にし、育てる施策を実行する

① 人材の育成を図る

- 新卒社員に対し、義務教育的に研修を行う（生産地体験型実習、海外研修など）
- マネジメント層に対し、職位別にマネジメント研修を行う
- 年功的要素を廃し、役割に紐づけられた等級に基づき評価を行う人事評価制度をマネジメント層からスタッフ層に亘り導入済み。定着を図る

新卒義務教育計画　～優秀な人材は、5年間で店舗管理者へ～

年次	レベル	カリキュラム（一例）
1年目	知　る	ビジネスマナー、加工・販売技術（基礎）、売場管理(基礎)　、コンプライアンス（基礎）、衛生管理
2～3年目	分かる	加工・販売技術（中級）、売場管理(中級)　、コンプライアンス（中級）、備品発注、在庫管理、原価計算、クレーム対応
4～5年目	出来る	仕入・販売・販促計画立案、商品発注、店舗経営数値管理、労務管理、リスクマネジメント

② 労働環境の改善、事業継続性の確保を図る

- ITを活用した店舗作業の効率化、作業効率を行う
- 事業継続計画（BCP）の整備と訓練を行う

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

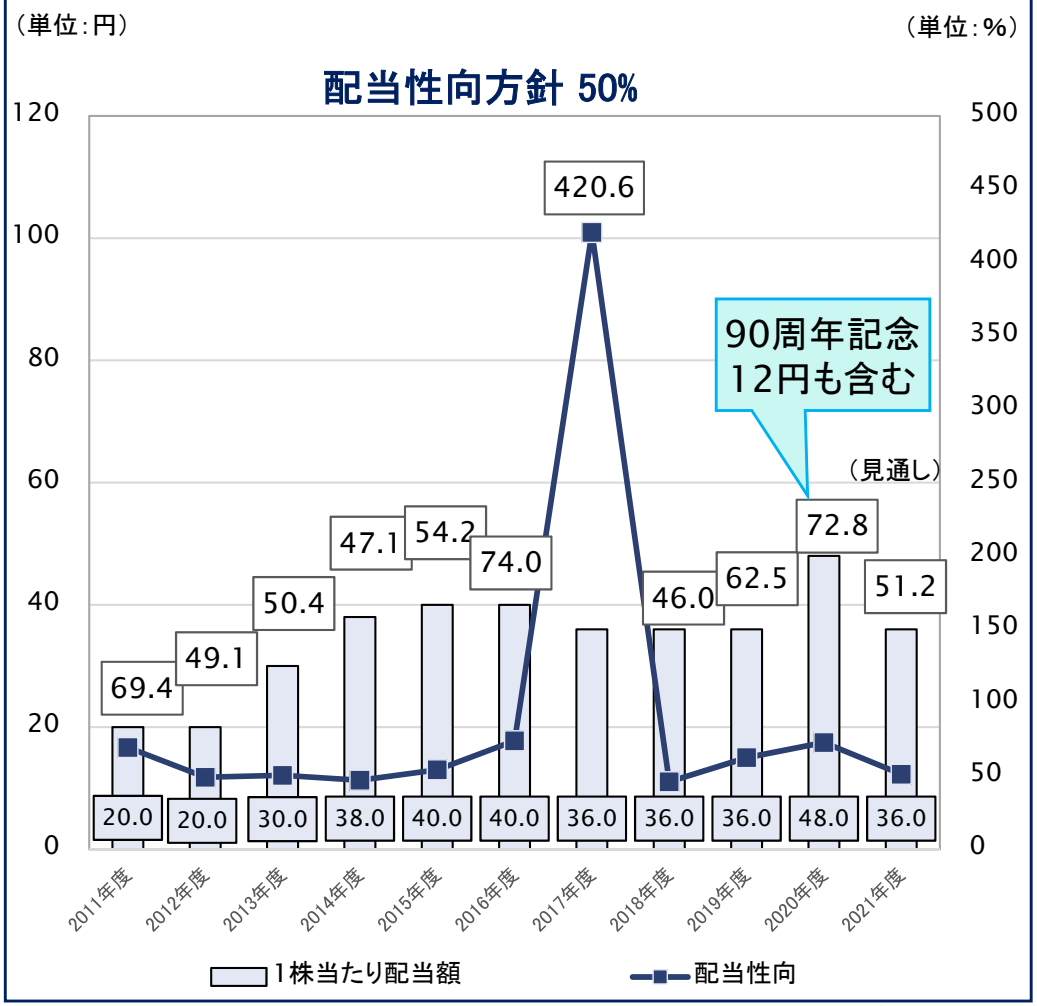
3. 中期経営計画における基本戦略

UORIKI Co., Ltd.

(4)財務戦略:安定した収益基盤に基づく株主還元により株主価値を高める

– コーポレート・ガバナンスコード各原則に基づき、株主重視及び公平性の観点から施策を検討・決定する

連結配当性向方針に基づく安定配当の継続



優待制度～「魚力ファン」の拡大

株主優待制度の継続

当社は、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高めるため、2018年に株主優待制度を再開いたしました。今後も、中長期的に保有していただく株主様を増やし、更なる企業価値の向上を目指すべく、株主優待制度を継続いたします。

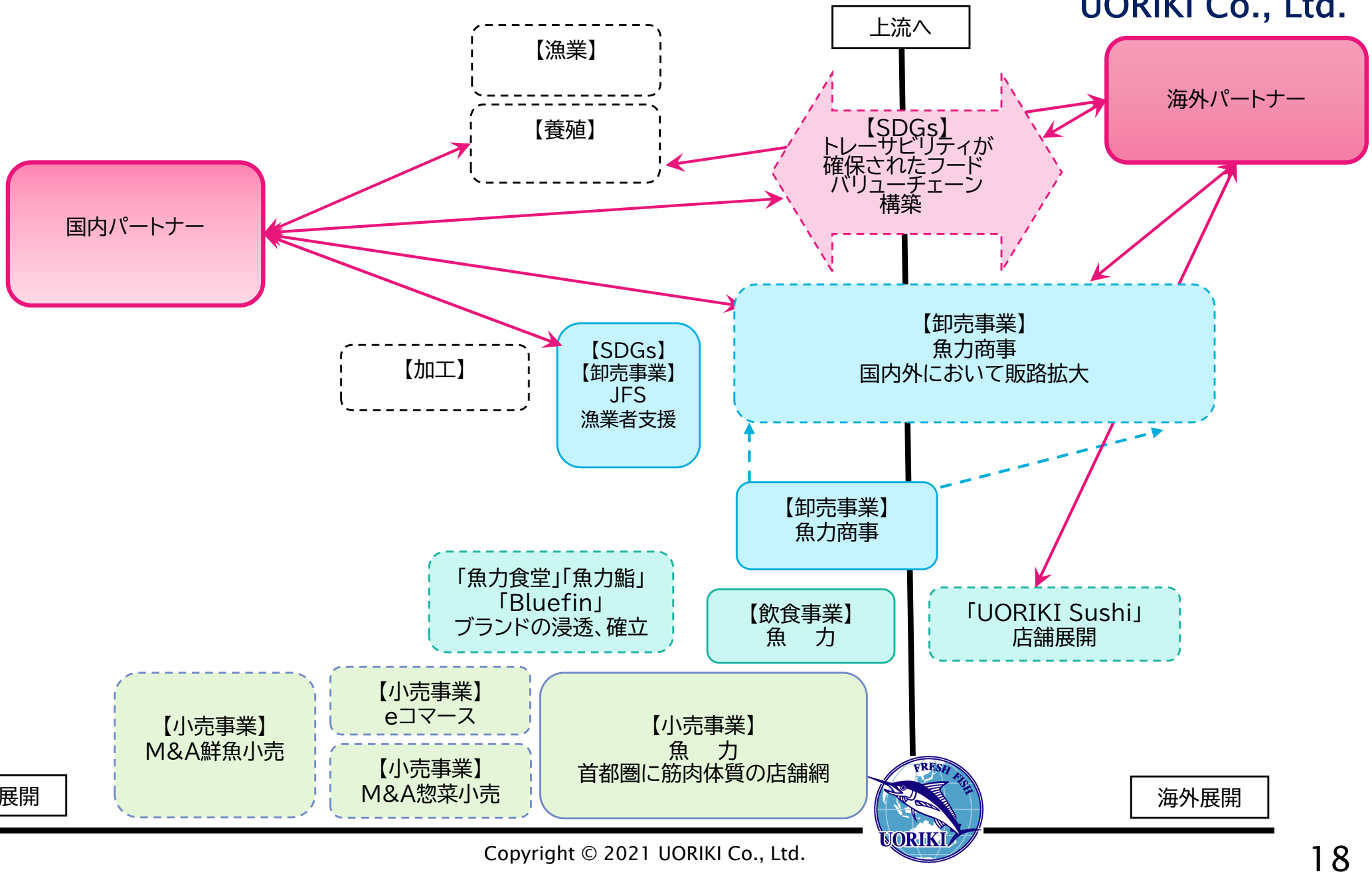
2020年度
株主優待(一部例)

保有株式数	保有期間	優待内容
100株以上　300株未満	3年未満	2,000円相当の海産物
	3年以上	3,000円相当の海産物
300株以上　600株未満	3年未満	4,000円相当の海産物
	3年以上	6,000円相当の海産物
600株以上　1,000株未満	3年未満	7,000円相当の海産物
	3年以上	10,000円相当の海産物
1,000株以上	3年未満	10,000円相当の海産物
	3年以上	14,000円相当の海産物

Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.

参考 – 2030年の当社の姿：国内外で活躍する「魚」総合企業

UORIKI Co., Ltd.



Copyright © 2021 UORIKI Co., Ltd.