



2026年5月14日

各位

会社名 築地魚市場株式会社
代表者名 代表取締役社長 山崎 康司
(コード番号 8039 東証スタンダード)
問合せ先 取締役常務執行役員
管理本部長 大竹 利夫
(TEL 03 - 6633 - 3510)

「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」の進捗状況について

当社は、「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」に関する東京証券取引所からの要請を踏まえ、その現状分析と評価、進捗状況について下記のとおり報告いたします。

記

1. 指標等の推移

当社グループの過去の評価及び現状分析に用いた指標等は以下のとおりであります。

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
ROE	3.7%	3.2%	4.4%	5.7%
売上高純利益率	0.4%	0.3%	0.5%	0.6%
総資産回転率	3.4回転	3.4回転	3.8回転	3.7回転
財務レバレッジ	2.8倍	2.7倍	2.6倍	2.7倍
株価 ※	2,752円	3,475円	3,905円	3,980円
時価総額	6,152百万円	7,796百万円	8,663百万円	8,849百万円
PBR	1.00倍	1.22倍	1.33倍	1.25倍
PER	27.5倍	38.2倍	30.4倍	22.9倍
ネットDER	0.68倍	0.48倍	0.62倍	0.39倍

※期末日時点での株価を表示しております。

2. 現状分析と評価

当社グループの現状分析と評価は以下のとおりです。

ROEについては、2023年3月期から2026年3月期の各連結会計年度において、投資有価証券売却益等の特別利益の影響を受け親会社株主に帰属する当期純利益の変動により推移しております。

今年度において、水産物卸売業の改善の兆しが見られましたが、連結子会社において多額の貸倒引当金繰入額等を計上したこともあり、結果として例年並みの水準となりました。債権管理については、グループ全体の問題として対応してまいります。

ROEの要因分解では、売上高純利益率が改善はしておりますが、依然として低水準であり、本業である水産物卸売業における収益力の不足が要因であると認識しております。

PBRについては1倍超を維持しており、PERについては市場平均とされる15倍を上回っており、当期純利益を安定的に確保・拡大させることが課題であると考えております。

3. 方針及び目標

当社グループは、資本コストと株価をより一層意識した経営をとおして持続的な成長と収益性の向上を図っております。これを実現するために、2024年4月より中期経営計画をスタートさせ、積極的な営業活動、それに向けた諸施策を進めてまいりましたが、一部進めていた計画を断念せざるを得ず、引き続き業容の拡大に向けた対応を進めていくとともに、物流の合理化やDXの活用を一層進め、サービス品質と収益力向上に取り組んでいきます。

こうした施策を推進し、当社グループは、旧来型の荷受会社から広範な機能を有する販売会社への転換を図ることにより、引き続きROE向上を目指しながら社会及び市場から選ばれ続ける企業グループを目指します。

4. 具体的な取組み（中期経営計画「MF-2026」の2年目のレビュー）

2024年度よりスタートいたしました中期経営計画「MF-2026」に掲げたアクションプランの進捗状況について下記のとおり報告いたします。

① 生鮮水産物の取扱拡大および冷凍水産物の加工製造販売事業の強化

新規取引先の開拓においては、継続的な営業活動により新たな出荷者との取引が拡大し、あわせて販路の多様化も進めております。

また、グループ会社である共同水産㈱（消費地加工）や㈱キタショク（産地加工）との連携について強化しており、加工魚種を増すことや、生産効率の向上に取り組んでおり、限定的ではありますが利益への貢献がみられます。

さらに原料の安定的な確保を含め、グループ一体で製品開発・販売を推進するとともに、長年取引のある水産加工会社とも情報交換等を通じて市場ニーズに即した商品展開と販売体制の強化を進めております。

② 人員採用拡大により、ダイバーシティを推進し、強靱な組織力を構築

厳しい採用環境が続く中、待遇や働き方の見直しを進めるとともに、新卒・キャリア採用の両面で人材確保に注力しております。

大学求人イベントや水産高校、専門学校への訪問に加え動画配信やホームページ刷新による情報発信の強化、採用の間口拡大に取り組んでおります。

また多様な人材活用を通じて、業務改善を進め、組織全体の生産性と持続的成長を支える組織づくりを推進しております。

③ 物流 2024年問題への対応を踏まえた、市場内外の物流効率化を推進

市場内外の物流効率化とグループ内商流の集約を継続して進めております。営業サポート室の設置により一定の成果を得られているものの、労務費の上昇等により物流コストは増加傾向にあります。DX化を含め、物流の効率化・合理化は当社単独での対応は困難であることから、業界団体等との連携を通じ、より広い視点で物流体制を構築できるよう取り組んでまいります。

以上