



2026年5月12日

各 位

会社名 横 浜 丸 魚 株 式 会 社
代表者名 代 表 取 締 役 社 長 小 島 雅 裕
(コード番号：8045 東証スタンダード市場)
問合せ先 執行役員管理統括部長 小 畑 和 洋
(TEL. 045-459-2921)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2026年度から2028年度までの3ヵ年の中期経営計画「横浜丸魚グループ中期経営計画 2026～Transform & Growth～」を策定し、2026年5月12日開催の取締役会において決議いたしましたので、お知らせいたします。

本計画では、「Face To Face With ～横浜丸魚グループは、何事にも真正面から向き合い、真摯に対応します～」をスローガンに掲げ、「移り変わる」時代に柔軟に対応し、グループの役員及び従業員一人一人が高い目標および「変化を恐れない」という新たなマインドセットを持ち、当社が目指す姿に到達できるよう、持続的な成長と発展に努めてまいります。

概要につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上



2026年4月(第91期)～2029年3月(第93期)

丸魚グループ 中期経営計画

横浜丸魚グループ新中期経営計画 2026
～Transform & Growth～

横浜丸魚株式会社

東証スタンダード市場(証券コード:8045)

発行日:2026年4月1日

新中期経営計画2026を策定するにあたり

前中期経営計画(2024-2026)の3年間は、人口の減少や地球温暖化に伴う海水温上昇による漁獲量の減少、物流2024年問題など、当社グループを取り巻く環境は変化し、業績に大きな影響が生じました。2025年4月、約8年間続いた黒潮大蛇行が終息したものの、当社への影響度は依然として不透明であり、集荷及び販売競争の激化は継続し、非常に厳しい環境下に晒されております。

このような「移り変わる」時代に柔軟に対応し、グループの役員及び従業員一人一人が高い目標および「変化を恐れない」という新たなマインドセットを持ち、多様化する顧客ニーズに応じていくことで、持続的な成長と発展を目的に「横浜丸魚グループ新中期経営計画2026 ~Transform & Growth~」を策定いたしました。

当社はもうすぐ創立80周年を迎えます。グループ間連携を活かし、集荷力の強化、海外取引の強化、販売力の強化、水産物流通の強化を実現させます。丸魚グループの総力を結集し、グループシナジーを発揮することで、多様化するニーズに確実に応えられるよう当社グループ一丸となって「Face To Face With~横浜丸魚グループは、何事にも真正面から向き合い、真摯に対応します~」を実践し、ステークホルダーの皆様にも認められ、応援される企業を目指してまいります。

横浜丸魚グループ最高経営責任者
横浜丸魚株式会社 代表取締役社長

小島 雅裕





1. 会社概要 4

2. 前中期経営計画の振り返りと課題の整理 8

3. 新中期経営計画2026 14

会社概要

経営理念

私たちは、水産物流通システム創造企業として、社会が求める豊かな食生活に貢献し続けます。
私たちは、安全で良質な商品と、心に感じるサービスにより、お客様に満足を提供し続けます。
私たちは、人を大切にする経営によって、質の高い企業活動を展開し、存在し続けます。

事業所

本社

横浜市神奈川区山内町1
横浜中央卸売市場内

川崎北部支社

川崎市宮前区水沢1-1-1
川崎中央卸売市場北部市場内

設立

1947年10月30日

資本金

15億4,186万円

代表者

代表取締役社長 小島 雅裕 (こじま まさひろ)

事業内容

生鮮水産物及び、水産物加工品の集荷、販売
不動産の所有及び賃貸

グループ会社

株式会社ハンスイ、川崎丸魚株式会社、
館山丸魚株式会社、株式会社横浜魚市場運送

従業員数

(連結) 277名、(単体) 132名 (2026年3月現在)(パート含む)



Face To Face With

横浜丸魚グループは、
何事にも真正面から向き合い真摯に対応します。

事業内容

水産卸売事業を中核事業に位置付け、神奈川県を中心に水産物の安定供給を行っております。

事業内容

水産物卸売事業

横浜市及び川崎市中央卸売市場並びに川崎市地方卸売市場において水産物の卸売をする事業

横浜丸魚株式会社

川崎丸魚株式会社

水産物販売事業

中央卸売市場等から仕入れた水産物を量販店及び外食産業等へ販売する事業

株式会社ハンスイ

館山丸魚株式会社

運送事業

水産物の運送等の事業

株式会社横浜魚市場運送

不動産等賃貸事業

賃貸マンション等の不動産賃貸の事業

横浜丸魚株式会社

主要取扱商品

塩干加工品



塩干いくら



塩干鮭

冷凍品



冷凍蟹



冷凍海老

鮮魚品



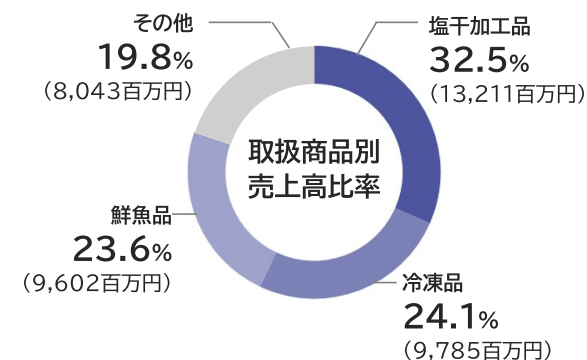
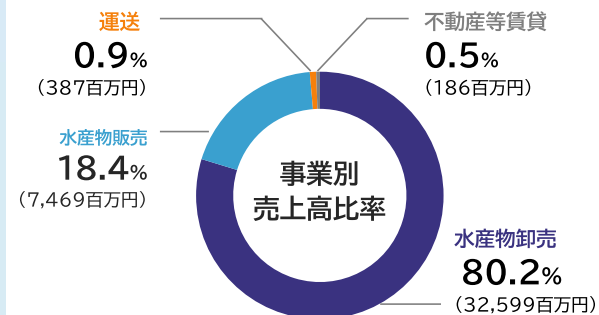
サンマ



エビスダイ

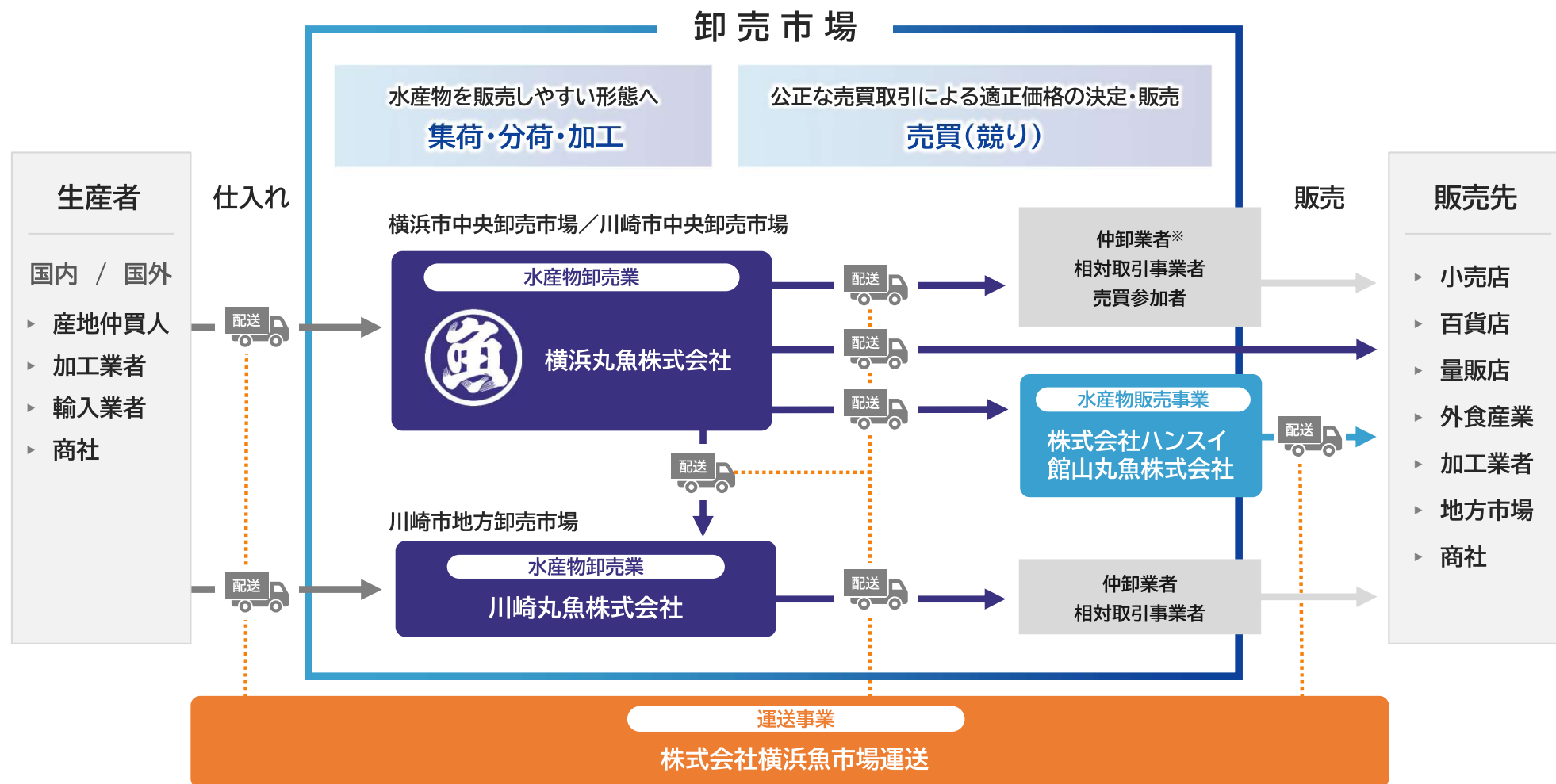
2026年3月期

売上高 40,643百万円



事業系統図

当社グループは消費地市場を支えております。国内外の生産者等から商品を仕入れ、仲卸業者や小売店を通じて消費者へ販売しております。また当社グループの横浜魚市場運送が横浜中央卸売市場から販売先までを中心に配送を行っております。



※仲卸業者とは・・・特定の農産物や水産物に特化し、卸売業者から仕入れ、購入を希望している卸売市場外の小売業者・飲食店に卸す業者のこと

1. 会社概要 4

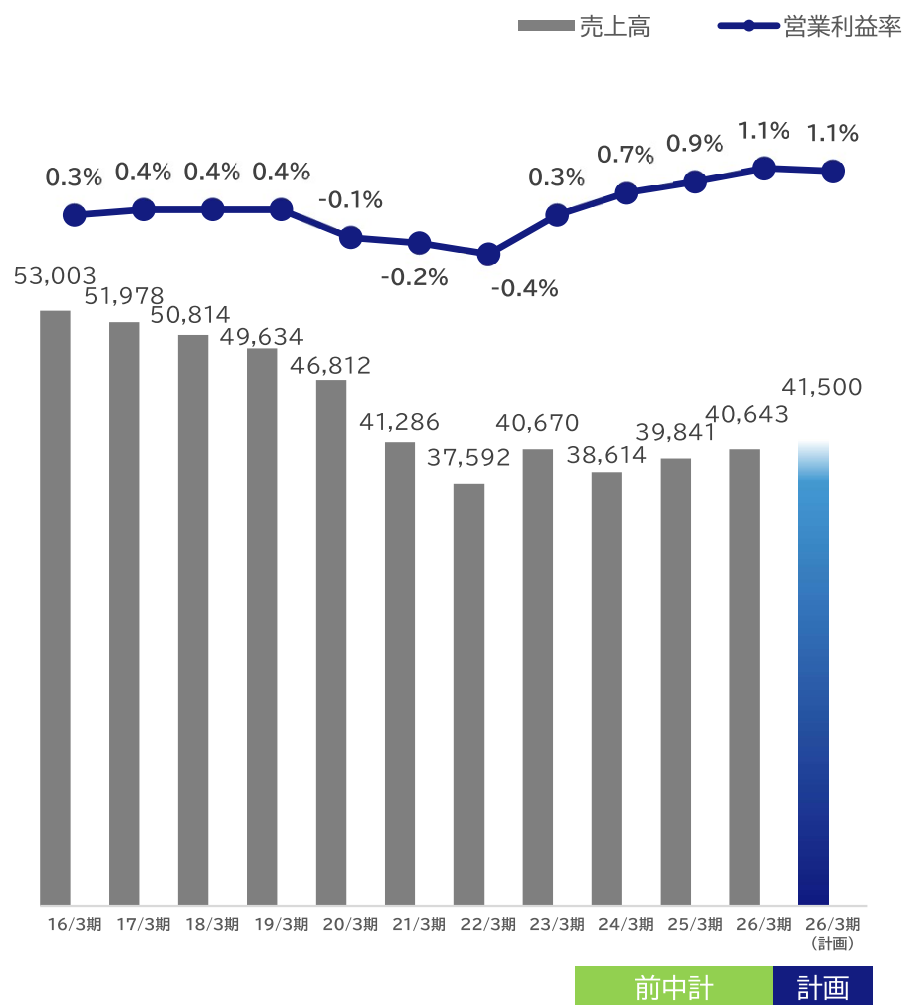


2. 前中期経営計画の振り返りと課題の整理 8

3. 新中期経営計画2026 14

2. 前中計の振り返りと課題の整理(定量面)

- 既存顧客の見直しにより、稼ぐ力(営業利益率)が改善しましたが、売上高は未達となりました。
- 目標であるROE3.0%を達成しました。



2026/3期	計画 (2023年4月時点)	実績	計画比
売上高	42,300	40,643	▲3.9% (▲1,657)
営業利益	200	462	+131.2% (+262)
営業利益率	0.5%	1.1%	+0.6pt
親会社株主に帰属 する当期純利益	400	612	+53.1% (+212)
自己資本比率	67.9%	67.9%	±0pt
ROE	3.0%	3.2%	+0.2pt
DOE	1.3%	1.1%	▲0.2pt

2. 前中計の振り返りと課題の整理(定性面)

- 当社グループ間や顧客との関係性の強化が図れ、改善できた点も多かったが、市場環境の変化への対応力はまだまだ発展段階と認識しております。
- 中でも漁獲量の減少による取扱量の減少への対応に向けた戦略の実行が課題と認識しております。

重点施策

成果

次期中計の課題

① 集荷力の強化

集荷先への計画的な調査を実施し、グループ内で分析、活用する体制を構築



- 積極的な訪問により集荷先との繋がりはより強固に
- 当社の強みであるグループ間連携による効率的な集荷も実現

- 漁獲量の減少による集荷物量の減少
- 顧客(漁業者)の高齢化による後継者不足と荷主ニーズの把握
- 豊洲を意識した産地意識拡大
- 重点出荷者に対し当社グループとしての集荷力強化策提案

② 海外取引の強化

当社の豊富な商品力を武器に、消費量が高まる海外市場へのアプローチ



- タイにおけるジャパンセレクトションへの出展をはじめ、東南アジアを中心に現地を調査

- 有望な海外マーケットが多数存在するが、事業化が複雑(通関業者を介する必要あり)

③ 販売力の強化

多様化する顧客ニーズを捉えた商品開発・提案により、顧客満足度の向上を図り、より良い関係性を構築



- 量販店等の新規出店に伴い販売量が増加
- 低利益率商売の見直し
- 物流費の上昇を物流効率化により吸収

- 新設した加工事業の営業面・利益面での課題

事業環境の認識

- 物価高騰や人口減少、漁獲量減少等当社グループにとって逆風となる要素が多く、市場を取り巻く環境は常に変化しております。
- 一方、黒潮大蛇行の終息や海外需要の高まり等、追い風となり得る変化もあります。

経済情勢

- 資源・エネルギー価格の高騰及び物価上昇に伴う購買意欲の低下（賃金上昇が追い付かない）
- 世界の政治経済の不安定さが増していることでの日本経済の与える影響
- 円安による輸入商材の値上げ

社会環境

- 国内の人口減少による魚食国内消費減少
- 飲食店における新規出店数の増加（コロナ後より増加）
- 食の安全と健康意識への高まり

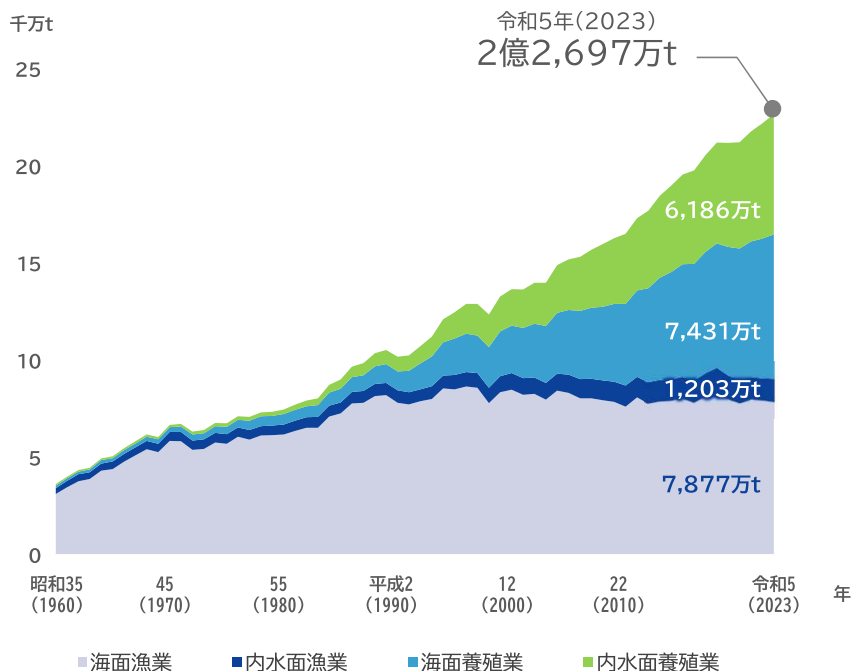
水産物卸売市場

- 市場外流通割合の高まり
- 海水温上昇による漁獲量減少
- 黒潮大蛇行の終息による海洋環境への影響
- 海外需要の高まりによる輸出量の拡大（≡国内商流の減少）
- 先進国で唯一魚食が減少。米の値上がりが魚離れに拍車
- 場内大型冷蔵冷凍施設の老朽化

事業環境の認識(参考情報)

- 世界の漁業・養殖業の生産量は増加傾向であるものの、日本における1人当たり食用魚介類消費量は食生活の多様化や人口高齢化も相まって減少傾向です。
- 一方、中国やインドネシア等の新興国については、生活水準の向上に伴い、1人当たり食用魚介類消費量も増加傾向であります。

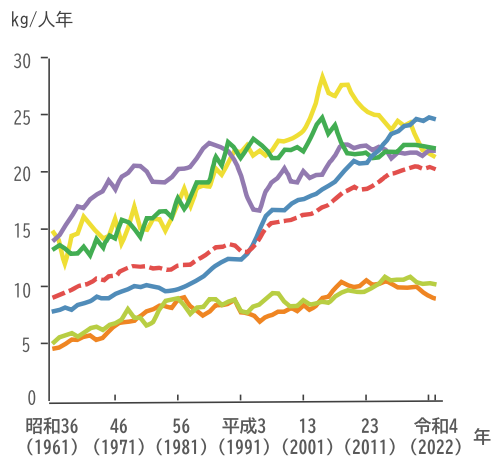
世界の漁業・養殖業生産量の推移



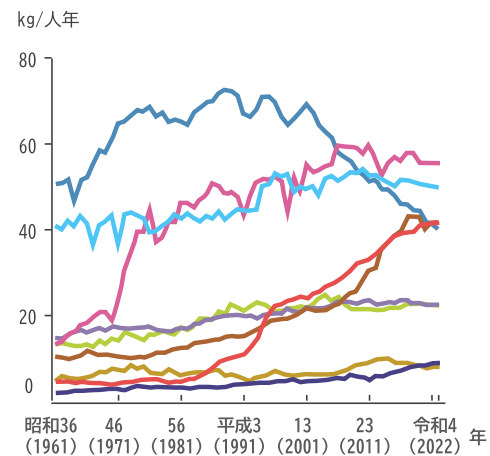
出典：水産庁ホームページ『(1)世界の漁業・養殖業生産』の図表4-1世界の漁業・養殖業生産量の推移を基に当社で作成
(https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/r06_h/trend/1/t1_4.1.html)

世界の1人1年当たり食用魚介類消費量の推移(粗食料ベース)

地域別



主要国・地域



出典：水産庁ホームページ『(2)世界の水産物消費』の図表4-6 世界の1人1年当たり食用魚介類の消費量の推移(粗食料ベース)を基に当社で作成
(https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/r06_h/trend/1/t1_4.2.html)

今後の取り組むべき課題

新中期経営計画2026の策定にあたり、取り組むべき課題は以下のように認識しております。

01 高付加価値商品の提供

- 販売先の多様なニーズに沿った商品の提供
- 当社グループとして強みのある商品を提供

03 国内漁獲量減少・人口減少への対応

- 海外商社からの仕入れ
- 出荷者の選択と集中
- 養殖事業者との連携強化

05 環境変化に伴う新しい取り組みの推進

- 神奈川県産養殖事業等への支援
- ふるさと納税返礼品や海外輸出等の新市場の開拓

07 外食向けの販売促進

- 当社グループの販売流通ルート拡大
- 観光地等外食向け商材の販売拡大

02 海外需要への対応

- 急騰する海外需要に沿った自社商品の提供
- それぞれの地域と環境に合わせた商品の提案

04 グループ連携力を活かした集荷力と販売力の向上

- 販売先のニーズの深掘り
- DXを活用した販売戦略
- 神奈川県に特化した荷主の構築(神奈川県産のブランド化)

06 グループの再編と商品保管設備の構築

- グループ間人財交流による業務フロー改善
- 神奈川県内に新たな大型冷蔵冷凍施設を設置し、スムーズな物流機能を構築

1. 会社概要 4

2. 前中期経営計画の振り返りと課題の整理 8



3. 新中期経営計画2026 14

新中期経営計画2026の位置づけ

○ 経営理念

私たちは、水産物流通システム創造企業として、社会が求める豊かな食生活に貢献し続けます。
私たちは、安全で良質な商品と、心に感じるサービスにより、お客様に満足を提供し続けます。
私たちは、人を大切にする経営によって、質の高い企業活動を展開し、存在し続けます。

○ Vision

長期ビジョン「MARUOO VISION2030」

私たちは「水産物卸売事業を通じた社会貢献」「長期的視点の経営」
「人を大切にする経営」を重視し、顧客や取引先と共に新しい価値を提供し、持続的な成長を目指します。

○ 新中期経営計画2026

『横浜丸魚グループ新中期経営計画2026 ~Transform & Growth~ 』

- ① 集荷力の強化
- ② 海外取引の強化
- ③ 販売力の強化
- ④ 水産物流通の強化



「Face To Face With」
横浜丸魚グループは、何事にも真正面から向き合い、
真摯に対応します。

経営課題を踏まえた施策

新中期経営計画2026を策定し、社会的責任「水産物の安定供給」に努めるとともに、様々な環境変化に対応し続ける企業を目指します。

前中計の課題

- 漁獲量減少による集荷量減少
- 需要が高い海外への対応
- 加工事業の業績改善



事業環境の変化

- エネルギー価格等の物価高騰
- 人口減少による魚食消費減少
- 新規出店数(飲食店)の増加
- 海水温上昇による漁獲量減少
- 黒潮大蛇行の終息
- 海外需要の高まり
- 場内大型冷蔵冷凍施設の老朽化

新中期経営計画2026 ~Transform & Growth~

財務目標

売上高 **44,000**百万円
(26/3期実績:40,643百万円)

営業利益 **600**百万円
(26/3期実績:462百万円)

R O E **4.0%**
(26/3期実績:3.2%)

重点施策

1. 集荷力の強化
2. 海外取引の強化
3. 販売力の強化
4. 水産物流通の強化

対応する当社の課題認識

- 高付加価値商品の提供
- 海外需要への対応
- 国内漁獲量減少・人口減少への対応
- グループ連携力を活かした集荷力と販売力の向上
- 環境変化に伴う新しい取り組みの推進
- グループの再編と商品保管設備の構築
- 外食向けの販売促進

新中期経営計画2026目標

- 2029年3月期においては、営業利益率1.4%、ROE4%達成を目指します。

目標数値

(単位:百万円)

※ 連結ベース	実績				目標	
	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2029/3期	2026/3期比
売上高	40,670	38,614	39,841	40,643	44,000	+8.2%
営業利益	122	277	354	462	600	+29.8%
営業利益率	0.3%	0.7%	0.9%	1.1%	1.4%	+0.3pt
親会社株主に帰属する当期純利益	377	409	508	612	800	+30.7%
自己資本比率	67.1%	68.0%	68.7%	67.9%	68.0%	+0.1pt
ROE	3.0%	2.9%	3.1%	3.2%	4.0%	+0.8pt
DOE	1.1%	1.2%	1.2%	1.1%	1.2%	+0.1pt

株主還元方針

- 当社グループは、株主様への利益還元を経営の最重要政策の一つとして位置づけ、M&Aや設備投資等に必要な資金を確保しつつ、安定的且つ継続的な累進的配当の実施を基本方針とし、連結自己資本配当率(DOE)1.2%を目安に配当を実施いたします。
- 「横浜丸魚グループ新中期経営計画2026~Transform & Growth~」の期間においても、上記基本方針に基づき、一時的な業績変動に左右されることなく、配当維持または増配を実施する累進的配当を行ってまいります。
- 創立80周年を迎えるに際し「株主様にも当社の取扱商品をおいしく食べてもらう」等の新たな優待制度の検討をし、株主価値向上を図ります。

重点施策1. 集荷力の強化

漁獲量減少等への対応として、グループ連携力を活かした効率的な集荷および高付加価値商品の提供を目指します。

1. 集荷力の強化

多様化する消費傾向に合った資源確保

- 自社製造商品(加工、養殖含む)による資源確保
- ニーズに合った商品確保のための出資



取引価格の適正化を推進

- 漁獲量・取扱量減少に伴う適正な価格改定の実施
- 新たな高付加価値品に適した価格帯の形成
- 優先的に出荷に応じる荷主をターゲットとした荷主の選択と集中

丸魚グループ連携力の活用

- グループ情報連携による効率的な集荷体制の構築
- 人材交流による新たなフィールドで取引先を開拓
- 漁協とのネットワーク強化による神奈川県産に特化した仕入れ網の確保

荷主、出荷者のニーズを把握し、
豊洲市場を意識した
産地とのつながりを強化

各魚種担当者だけではなく
当社グループとして集荷力
強化策を重点荷主にアピール

重点施策2. 海外取引の強化

- 健康志向の高まりにより水産物消費量の増加が著しい海外諸国を中心に事業拡大を図ります。
- 一つの国に絞らず、ビジネスチャンスがある国に対し、積極的なアプローチを行います。

2. 海外取引の強化

東南アジアのパートナーシップ獲得

- 水産物消費量の増加が著しい東南アジアへの販売に強みを持つ企業とのパートナーシップを獲得
- 東南アジア新拠点での自社製品の製造、販売

- これまで他社に委託してきた販売商品の自社製造・加工・養殖を推進
- MEL※などの国際認証を活かし、サステナビリティを意識した取り組み

その他、海外への積極的なアプローチ

- 海外におけるジャパンセレクション出展を皮切りに台湾、タイ、インドネシア等を中心とした積極的なアプローチ
- 量販店の海外出店に伴う積極的な商品提案

- 自社で輸出業務を行えるような体制づくり
- 量販店をターゲットに海外新規出店または既存店に対しニーズに合った商品提案の実施

※MEL(マリンエコラベルジャパン)・・・国際的に認められている日本発の水産エコラベル認証制度

<https://www.melj.jp/>

重点施策3. 販売力の強化

- 消費者の意識変化や飲食店の新規出店数増加等の環境変化への迅速な対応を行います。
- 当社グループとして強みのある商品の提供を行います。

3. 販売力の強化

加工事業追加による新たな収益基盤の確保

- 市場内に新設した加工事業による高付加価値商品の推進(利益率向上)
- 小売店に留まらず、ふるさと納税返礼品や海外輸出等の新市場の開拓

横断的販売力の強化

- 川崎丸魚販促チーム×本社マーケティング部連携により全社各部署の商品を横断的に販売、販売機会の拡大を狙う

養殖魚の販売強化

- 安定した販売が見込める養殖事業者との連携強化
- 神奈川県産養殖事業等への支援

グループ会社の見直し

- 水産物販売事業の立て直しや販売拠点の見直し

重点施策4. 水産物流通の強化

- 場内大型冷蔵冷凍施設の老朽化等の物流保管環境変化への迅速な対応を行います。
- 水産物流通システム創造企業として保管から物流までの新体制を構築します。

4. 水産物流通の強化

大型冷蔵冷凍施設の再整備

- 神奈川県内に新たな大型冷蔵冷凍施設を設置し、スムーズな物流機能を構築
- 県内高速道路整備等に合わせ新たな販売地域を開拓

※大型冷蔵冷凍施設運営についてはアウトソーシング化を検討中

▶ 湘南方面に大型冷蔵冷凍施設を設置し、湘南地区、小田原、箱根、伊豆等に向けた販路拡大も行う

地方卸売市場との連携

- 神奈川県内で必要な市場となるために、県内及び県外の地方卸売市場との連携を強化
- 海業や大学等との連携強化のため活動支援を実施

▶ 県内、県外問わず産地市場、地方市場との連携を密に行い、集荷から物流、販売と横浜、川崎市場の価値を高めていく

サステナビリティ経営を目指して～水産業への貢献～

持続可能な水産業および地域活性化を目指し、ESG/SDGsへの貢献に向けた取り組みを推進します。

01 未利用魚と低利用魚の利用促進への取り組み

水揚げが少ない、サイズが小さい等の理由で流通されない未利用魚、低利用魚を商品化し、漁師の所得向上と神奈川の沿岸漁業を持続可能にするための取り組み
(学校給食や新商品に未利用魚を活用することで、海洋資源の有効活用とフードロスの削減に貢献)

02 海洋資源についての食育活動やお魚料理教室への取り組み

水産庁が定めたさかなの日の賛同メンバーとして、小学生以上を対象に学習を通じた食育活動やお魚料理教室を実施。成長と健康に必要な日本の魚食文化を伝え続ける取り組み



食育活動の様子

03 稚魚放流事業への取り組み

漁業資源の回復や維持、生態系の保全など漁業の持続可能性を高めるための取り組み

04 かながわ海業への参画(神奈川県環境農政局農水産部)

海業※への認知度・理解度を高め、身近なものとして捉えてもらうことを目指し、かながわ海業シンポジウム等へ賛同し、かながわの水産業と地域活性化への取り組み

(※)水産庁が推進している海や漁村の地域資源の価値や魅力を活用する事業



稚魚放流の様子

当社が達成を目指す
8つのゴール



サステナビリティ経営を目指して～人的資本～

- 常に変化する事業環境の中で企業価値向上のためには、従業員の成長は重要な要素です。
- 労働基準法改正を見据えて、人事制度の改革を進め、従業員のライフワークバランスの充実を図りつつ、高い専門性およびスキルを習得できる環境を醸成し、企業の競争力強化に繋がります。

ライフワークバランスの充実

職場環境の整備

- ▶ 女性従業員が活躍しやすい職場
- ▶ 職務に応じた勤務時間と休暇取得体制の再整備

従業員のありたい姿の明確化

- ▶ キャリアビジョンや目標を明確化
- ▶ 経営理念や方針を浸透させ、前向きな姿勢と行動力を高め、会社と社員の価値観を揃える

人事評価制度の明確化

- ▶ 努力と業績と貢献度を適切に評価

従業員一人当たりの平均残業時間

2025年度	2026年度(目標)	2028年度(目標)
21.53時間/月	20時間/月	15時間/月

従業員一人当たりの平均休暇取得日数

2025年度	2026年度(目標)	2028年度(目標)
7.16日/年	12日/年	15日/年

従業員のスキル習得

教育・研修の充実

- ▶ 食品表示検定、お魚マイスター、とと検、衛生管理者、防火防災管理者、食品衛生責任者、社外外部研修等

外部教育、研修参加人数

2025年度	2026年度(目標)	2028年度(目標)
13名	15名	20名

当社が達成を目指す
8つのゴール



IR情報ご利用にあたって

当資料に掲載しているIR情報は、当社の財務情報、経営指標等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。

また、当資料への情報の掲載は、投資勧誘を目的にしたものではありません。

実際に投資を行う際は、当資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定は皆様ご自身のご判断で行うようお願いいたします。

掲載情報に関して

当資料に掲載している情報に関して、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合によって生じた障害等に関し、事由の如何を問わずに一切責任を負うものではありません。

将来の見通しについて

当資料に掲載している情報の一部には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。