

2750 石光商事

森本 茂 (モリモト シゲル)

石光商事株式会社社長

売上高 500 億円に向け、海外事業の拡大を図る

◆平成 24 年 3 月期決算(連結)の概要

常務 山根清文

当期の売上高は 350 億 42 百万円(前期比 3.3%増)となり、期初予想を 5 億 77 百万円上回った。売上総利益は 41 億 18 百万円(同 5.4%減)、売上総利益率は 11.7%(同 1.1 ポイント低下)となった。コーヒー生豆相場が高騰し、販売価格への転嫁が一部で遅れた。販売費及び一般管理費は、貸倒引当金繰入額のマイナス 1 億 6 百万円と人件費等の削減により、40 億 12 百万円(同 4.0%減)となった。結果、営業利益は 1 億 5 百万円(同 39.4%減)、経常利益は 81 百万円(同 51.7%減)、当期純利益は、1 億 52 百万円(同 20.1%減)となった。

品目別の売上高は、飲料関係が 106 億 94 百万円(前期比 15.6%増)となった。そのうちコーヒー生豆は、販売数量の増加、相場高騰に伴う販売単価の上昇により、63 億 19 百万円(同 33.4%増)となった。飲料製品および原料は 43 億 75 百万円(同 3.3%減)となった。

食品関係は 239 億 76 百万円(前期比 1.6%減)となった。うち常温食品は、イタリア産オリーブオイルの売上減少と国内メーカー商品の海外向け輸出の減少により、87 億 33 百万円(同 3.2%減)となった。冷凍食品は、水産加工品と鶏肉加工品の増加により 93 億 6 百万円(同 5.0%増)、食品原料は、生鮮野菜とトマト加工品の減少により 59 億 36 百万円(同 8.6%減)となった。

その他の売上高は 3 億 71 百万円(前期比 21.6%増)であった。

売上高構成比は、コーヒー生豆 18.0%、飲料製品および原料 12.5%、常温食品 24.9%、冷凍食品 26.6%、食品原料 16.9%、その他 1.1%である。

売上総利益率は、飲料関係で 4.1 ポイント低下、食品関係で 0.1%上昇、その他で 0.3%低下した。飲料関係の利益率の大幅な低下の要因は、コーヒー生豆相場の上昇分を販売価格へ速やかに転嫁できなかったことによる。当期のニューヨーク市場における相場の推移を見ると、昨年 4 月の 1 ポンド当たり 281.72 セントから、5 月には 300 セントを超え、その後も高水準で推移した。下期に入ると緩やかに下降し始め、本年 3 月に 186.09 セント、今期に入り 4 月は 178.69 セントとなった。

◆財政状態および平成 25 年 3 月期の通期業績予想

連結貸借対照表では、資産合計は、主に売上債権が 14 億 23 百万円増加したことにより、207 億 72 百万円(前期比 19 億 33 百万円増)となった。負債合計は、主に借入金が増加したことにより、130 億 46 百万円(同 17 億 44 百万円増)となった。純資産合計は、その他の包括利益累計額が 1 億 19 百万円増加し、77 億 25 百万円(同 1 億 88 百万円増)となっている。

連結キャッシュ・フロー計算書については、営業活動によるキャッシュ・フローは 1 億 17 百万円となった。これは、税金等調整前当期純利益 95 百万円、仕入債務の増加 6 億 65 百万円、たな卸資産の減少 8 億 35 百万円、売上債権の増加 14 億 37 百万円によるものである。投資活動によるキャッシュ・フローはマイナス 3 億 24 百万円となっ

た。有形固定資産の取得による支出が3億27百万円あった。財務活動によるキャッシュ・フローは11億65百万円となった。主な要因は、借入金の収支による収入14億97百万円、社債の償還による支出1億80百万円、配当金の支払額77百万円である。以上により、現金等の期末残高は期首より9億59百万円増加し、28億31百万円となった。

なお、持分法適用関連会社である東京アライドコーヒーロースターズ(株)の平成23年12月期の業績は、売上高131億2百万円(前期比41.6%増)、経常利益2億63百万円(同72.9%増)、当期純利益1億26百万円(同99.1%増)となった。当社の持分比率は40.1%であるため、50百万円を営業外収益に取り込んでいる。

平成25年3月期通期は、連結で売上高362億72百万円(前期比3.5%増)、売上総利益46億83百万円(同13.7%増)、営業利益6億55百万円(522.5%増)、経常利益6億18百万円(同662.1%増)、当期純利益3億88百万円(同155.0%増)を見込んでいる。

品目別売上高については、コーヒー生豆は前期比0.2%増、コーヒー加工品15.0%増、茶類5.0%増、加工食品4.1%減、水産および調理冷食7.5%増、農産および食品開発3.3%増を予想している。また、海外事業部門において15.6%の増収を見込んでいる。

◆中期的展望と施策

社長 森本 茂

平成24年3月期は、売上高500億円に向けた中期経営計画「GO GO PLAN」の初年度として、営業力の強化、管理体制の強化をテーマに予算を策定した。しかしながら、3月11日の東日本大震災により環境が一変し、自粛ムードの中で外食が敬遠され、節約志向、低価格志向が進んだ。一方でコーヒー生豆の相場が暴騰し、利益が圧迫された。また、これまで順調に伸びてきた日本食の輸出が、放射能問題による輸入規制や円高で大変厳しい状態に陥った。在庫は期初の40億円が8月には53億円まで増加し、借入金増加の要因となった。その後、最重要課題として在庫圧縮に注力した結果、期末には35億円に減少した。

平成25年3月期は、①既存事業の見直し、②新しい取り組み、③海外事業の拡大という三つの課題に取り組んでいく。

第1の「既存事業の見直し」は、特にコストダウンと生産性の向上を目指すものである。まず、子会社の決算業務、各支店が個々に行っていた経理業務、債権・債務管理業務を本社に集約し、人員の効率化を図る。次に、物流・受発注業務のアウトソーシング化によりコストダウンを図る。アウトソーシング化については、東京支店における先行実験が完了し、既に九州地区は西日本食品受発注業務センターに委託した。7月末には中部地区の移行が完了する予定である。

社内調査で、営業員がペーパーワークに忙殺されており、顧客対応など本来の営業活動に費やす時間は一日の35%に過ぎないという結果が出た。営業活動強化のため、物流・受発注業務のアウトソーシング化で生じたマンパワーを営業サポートとして生かすこととした。また、スマートフォンを利用して行動管理や工程管理を行い、営業活動を効率化する。

さらに、カテゴリーごとの営業利益管理を行っていく。商品や取引先の構成、SCMの見直しを進め、今期の目標である営業利益率2.0%を達成する。

第2の「新しい取り組み」としては、新商品の開発、新規顧客開拓、情報システムの新規導入に注力する。新商品開発にはかねてより積極的に取り組んでいる。コーヒー・飲料部門では、前期はコーヒーバッグの新ラインに3億円の投資を行った。高速包装機に加え、自動集積ラインを導入した結果、価格競争力が更に強化された。フィルターバッグの設備も新たに導入した。これによりアイスコーヒーの需要拡大を図る。また、インスタントティー、インスタントコーヒーにも新製品が加わり、工業用原料やリテール用のOEM製品も増加している。

食品部門において、調理冷食では外食・惣菜向けの商品開発が進んでいる。「スチームチキン」は、煮込みや揚

げ物など用途の広い商品である。水産も、外食・惣菜・給食向けの商品で実績を上げている。新商品では、ペルー料理の「セビツェ」をベトナムで製造し、アメリカへの輸出を開始した。農産については、生鮮素材から加工品へのシフトが進んでいる。大手の惣菜チェーン店向けに、大根でおでんや煮物用に味つけした商品などを開発している。

以上のような新商品開発とともに新しいチャネル開拓も進み、取引先の構成は大きく変わりつつある。海外事業では中国やタイの拠点をベースにした仕事に加え、日本食材の新しい輸出先や、アジアで開発した商品を第三国へ輸出する三国間貿易が増加している。

情報システムについては、輸出入業務が増加していることから、国内業務との連携をスムーズに行うための新貿易システムを導入する。また、スマートフォンをベースにした営業支援システムの導入も準備中である。

第3の「海外事業の拡大」は、当社の成長戦略の重要な柱と位置づけている。本年2月、中国に石光商貿(上海)有限公司を設立した。コーヒーと食品の現地販売ならびに輸出入を事業内容としており、5月から営業を開始した。上海で開催したコーヒーのプレゼンテーションでは予想以上の反響があり、その後の営業活動においても実りある商談ができています。タイでは、目下、現地駐在員がマーケットを調査中である。既に日本をベースにした輸出入では実績があるが、現地の食品流通や、タイをベースにした ASEAN 各国における事業展開の可能性を検討した上で、秋には現地法人化の是非を決断する。日本食の海外輸出についても、引き続き新しい取引先の開拓に積極的に臨んでいる。「世界の人々と「食」の喜びを共有する」ことにより、「GO GO PLAN」を実現したいと考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

海外の取引について、どのようなリスクヘッジを講じているか。

輸出の場合は貿易保険の適用がある。調査会社のレポート、現地での面談を通して取引すべきかどうかを検討し、社内稟議をへて決定している。

コーヒー価格の変動に関して、ヘッジはあるか。

ニューヨークとロンドン市場で先物を契約することがヘッジになるわけだが、近ごろは従来の需給バランスと全く違ったところで市場が動いている。一方、国内市場ではコスト上昇分を売価に転嫁できない。この売値のヘッジというのはなかなか難しいところであり、顧客と交渉を続けるほかに手が無い。

今期の予想において、コーヒー豆価格は幾らと見込んでいるか。

予算作成時には180セントを予想していた。現状は更に下落している。

為替の変動は、業績にどのように影響するのか。

ボリュームとしては輸入のほうが大きいので、円高はコストダウンに働く。個別に言えば、原料については日々の為替を折り込んだ価格でオファーするため、変動の影響は余りない。一方で、イタリア食品や調理食品などは為替を固定した値付けとなっているので、円高によるメリットを受ける。月間、ドル決済は約1,000万ドルくらいだが、円高のメリットを受ける分野は2割くらいだろう。

(平成24年6月8日・東京)

* 当日の説明会資料は以下のHPアドレスから見ることができます。

<http://www.ishimitsu.co.jp/system/wp-content/uploads//2012/06/7bd5ed90a0d8bc1cdc9ca64d0324e8372.pdf>