

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

世界中の人々の「おいしい笑顔」のため、安心安全の食を提供

◆平成 25 年 3 月期決算(連結)の概要

常務 山根清文

当期の売上高は 325 億 89 百万円(前期比 7.0%減)となり、期初予想を 36 億 83 百万円下回った。売上総利益は 41 億 43 百万円(同 0.6%増)、売上総利益率は 12.7%(同 0.9 ポイント増)である。販売費および一般管理費は 37 億 33 百万円(同 7.0%減)となった。これは物流費 97 百万円減少、退職給付費用 54 百万円減少のほか、全社一丸となって取り組んだ経費削減によるものであり、結果的に営業利益は 4 億 9 百万円(同 289.0%増)となった。経常利益は、持分法適用関連会社の業績悪化により投資損失 3 億 52 百万円を計上し、9 百万円(同 88.2%減)となった。当期純損失は 1 億 27 百万円となっている。

品目別の売上高は、コーヒー・飲料部門が 102 億 62 百万円(前期比 6.2%減)、食品部門が 197 億 64 百万円(同 5.3%減)、海外事業部門が 25 億 62 百万円(同 20.5%減)となった。品目別に見ると、コーヒー生豆はコーヒー生豆相場の下落に伴い販売価格が低下した。加工食品は、国内メーカーの常温食品と冷凍食品が減少した。農産および食品開発は、果物缶詰の不振、玉葱の輸入価格の高騰により減少した。海外事業部門では中国向け輸出が減少している。

売上高構成比は、コーヒー生豆が 16.9%、コーヒー加工品が 9.6%、茶類が 4.6%、加工食品が 25.3%、水産および調理冷食が 18.3%、農産および食品開発が 17.0%、海外事業部門が 7.9%となった。

利益増減要因を見ると、売上総利益率が 12.7%となり、前期比 0.9%増加した。内訳は、コーヒー・飲料部門で 2.8%の増加、食品部門では増減はなく、海外事業部門で 0.3%増加している。コーヒー生豆とコーヒー加工品の利益率増加の要因は、コーヒー生豆相場の下落による仕入コストの減少によるものである。

当期のニューヨーク市場におけるコーヒー相場の推移を見ると、平成 24 年 4 月は 1 ポンド当たり 178.69 セントで始まったが、上期には平均 170.05 セントで推移した。下期に入り平均 149.18 セントになり、5 月には 136.53 セントまで下落した。現在は 125 セントになっている。

連結貸借対照表では、資産合計は 192 億 30 百万円(前期比 15 億 41 百万円減)となった。これは主に現金および預金が 2 億 56 百万円、売上債権が 6 億 88 百万円、棚卸資産が 1 億 61 百万円減少したことによる。負債合計は 116 億 50 百万円(同 13 億 96 百万円減)となった。これは主に借入金 11 億 17 百万円減少、仕入債務が 2 億 82 百万円減少による。純資産合計は前期末比 1 億 45 百万円減少して 75 億 79 百万円となった。これは主に当期純損失 1 億 27 百万円による。

連結キャッシュフローについては、営業活動により得られた資金は 11 億 96 百万円となった。これは、売上債権の減少 6 億 88 百万円、棚卸資産の減少 1 億 61 百万円による。投資活動の結果使用した資金は 27 百万円となった。主に有形固定資産の取得による支出 18 百万円による。財務活動の結果使用した資金は 14 億 74 百万円となった。主な要因は、借入金の収支による支出 11 億 17 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 2 億 95 百万円減少して 25 億 74 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(株) (“TACR”)の平成24年12月期の業績は、コーヒー生豆相場の影響により、売上高は前期比10.9%減の116億71百万円、経常損失5億78百万円、当期純損失8億78百万円となった。当社の持分比率は40.1%であるため、持分法投資損失は3億52百万円となっている。

◆平成26年3月期通期見通し(連結)

売上高は346億80百万円、売上総利益は43億46百万円、営業利益は3億34百万円、当期純利益は5百万円を計画している。持分法の投資損失を1億32百万円見込んでいるため、経常利益は1億13百万円としている。品目別売上高については、コーヒー・飲料部門は113億13百万円、食品部門は203億9百万円、海外事業部門は30億56百万円を予想している。

◆中期的展望

平成25年3月期を総括すると、「GO GO PLAN」の2年目として、挑戦「Check & Action」をテーマに掲げて活動した。その結果、単体ベースでは売上高約323億円、営業利益3億60百万円、当期純利益約2億30百万円となり、当初予想に対して未達となった。その要因は、コーヒー相場の下落により販売単価が下がった結果、売上が落ちた。しかし一方でコストが下がっているため利益が上がり減収増益の決算となった。連結ではTACRがやはりコーヒー相場下落の影響を受けて当期純損失を計上し、それに伴う持分法投資損失が響き、1億27百万円の欠損となった。なおTACRは今期、適正な在庫を持ち、生産技術の向上とコストダウンをテーマに堅実な経営を行い、同社の単体では黒字転換できる予定である。

平成26年3月期は「GO GO PLAN」の3年目として、挑戦「躍進—事業体制の強化と拡大」をテーマに掲げている。前期の反省を踏まえ、営業強化、体制強化、組織の効率化、この三つの課題に取り組んでいく。

営業強化では売る力、提案する力、組織的な販売力を強める一方、業界やマーケットの変化に応じて商品・取引先の見直しを進め、品質管理にも引き続き注力していく。今年度から新貿易システムが稼働し、2年後には新しい基幹システムを導入する予定である。人に対する教育投資とあわせて体制の強化を図っていく。組織の効率化としては、管理の人事、総務のチームを統合し、食品の食品開発を再編、コーヒー・飲料の中に飲料事業カテゴリーを創設した。

今年度の各部門別予算(個別)は、増収減益を予想している。予算作成のときのドル円相場は85円、ユーロは115円、NYコーヒー相場は1ポンド145セントだったが、3月末にはドルは95円、ユーロは125円、NY相場は135セントになったため、当初予算から若干の修正を加えている。一時は100円を超える円安になったが、直近では95円台となり、今なお不安定な状況にある。

当社はドルの決済が月間1,000万ドルほどあり、単純に計算すると為替が1円変動すると1,000万円のコストが上下することになる。ただコーヒー生豆や農産原料、水産原料などは売価も為替相場に連動するため直接的な影響はない。こういう商売が約4割あり、国内で調達している商品が約2割あるので、為替の上下で直接的に影響を受ける商品群は残りの約4割である。この商品については、目下の円安でコストが上がっているため、お客様に値上げのお願いをしている。

各部門の方針について説明すると、コーヒー・飲料部門は、コーヒーの原料生豆からレギュラーコーヒー、インスタントコーヒー、コーヒーエキスなどトータルサプライヤーとしてコーヒー産業に深くかかわっていくことを目的とする。生産農家の畠から消費国の最終製品まで当社がトータルにコントロールして最適製品を提案する体制をつくりたい。研究開発室がさまざまなコーヒーの分析データを持っており、このデータを活用した提案活動により、大手飲料メーカー、乳業メーカー、外食チェーン店等で成果が出ている。

食品部門は、これまでは加工食品、冷凍調理食品、水産、農産、食品開発の五つのカテゴリーで活動してきた。今年度から食品開発の中のトマト加工品を加工食品部門に、飲料原料をコーヒー部門の中の飲料事業カテゴリーに移管し、食品部門は四つのカテゴリーとなった。素材に対する力を掘り下げ、素材と加工と流通の最適な組み合わせでユーザーの要望に合った商品を開発するマーチャンダイズ活動を推進、「原料に強い開発型専門商社」を目指す。

前期、食品部門の中で大きな出来事として、パスタのブランドスイッチがあった。これまで30年にわたり取り扱ってきた「ラ・モリサーナ」というブランドをやめ、自社開発商品「テゾーロ・ディ・カンパーニャ」を主体に販売することとした。併せて導入した「ディ・マルティーノ」というブランドは普通のパスタの倍もする高級パスタだが、昨年秋口に販売を始め、予想外の売れ行きを示している。こだわりのレストラン、デパート、高級スーパーで採用され、順調に伸びている。

次に海外事業部門であるが、現在取引している輸出国は22カ国である。食品輸出事業はこれまで順調に伸びてきた。しかし昨年は円高と中国問題で打撃を受けたことに加え、メーカーや問屋が輸出に参入、競争が大変激化している。当社の対策としては、当社オリジナル商品を提案するとともに、中国、ベトナム、タイ等からアメリカやヨーロッパに輸出する三国間貿易を増やす。また上海とバンコクに拠点を構えたので、この二つの拠点をベースにして現地販売や近隣諸国との取引を拡大することを目指している。

海外では日本食が人気がある。単に食材を輸出するだけでは他のメーカーと同じであり、いかに日本の食文化を現地の人たちに伝えるかということの一つのテーマとし、それを通じ世界の人々に日本への理解をより深めていただこうと考えている。

海外事業部門の当面の目標は、輸出と現地法人の売上を合わせて50億円としている。将来的には100億円の事業規模にまでもっていききたい。

海外の2拠点を紹介すると、バンコクでは今年1月23日に現地法人 THAI ISHIMITSU CO.,LTD.を設立し、3月末から営業を開始した。バンコク中心部にあるシノタイタワーというビルに事務所を設け、国内販売や輸出入の仕事をしている。現地の間屋の展示会に出店し、飲食店向けに商品の販促活動をしたり、当社が中国やタイで加工した惣菜を現地のスーパーマーケットで取り扱っていただいている。従来日本向けに加工していたチキンや水産、農産加工品を第三国に輸出するための商談も積極的に行っている。

タイはコーヒーの生産国でもある。標高1,400~1,500メートルの山が連なる北部山岳地方では良質のコーヒーがとれる条件がある。そこへ当社の技術担当者を派遣し、農園、精製加工業者、現地のロースターを巻き込んで、タイのコーヒーをもっとおいしくするプロジェクトを立ち上げた。コーヒーの消費国としても大きな可能性のあるタイでコーヒービジネスの拡大を目指す。

上海では昨年2月、石光商貿という名前の現地法人を設立した。これまで現地のロースターを集めてコーヒーの品質に関するセミナーを開催したり、コーヒーの展示会に出展し、コーヒーの原料から最終製品までトータルに提案する事例を紹介した。スリランカの紅茶メーカーの製品を紹介したり、また酒造メーカーの代理店として、日本酒や焼酎の普及活動も行っている。更に日本や第三国へ商品を輸出する輸出代理店機能や、商品開発の仕事のほか、中国でつくった「おかき」を現地のコンビニエンスストアに提案するなど、国内販売の販路開拓にも積極的に取り組んでいる。オープンして1年が経過したが、まだまだ期待したような成果は上がっていない。早く軌道に乗せられるよう、さらなるバックアップをしているところである。

今年で3年目を迎えた成長戦略「GO GO PLAN」は、そもそも5年後に売上高500億円、営業利益10億円の事業規模にすることを目論んでいた。最近立てた見通しでは3年後の平成28年3月期、売上高432億円、営業利益7億90百万円で、まだ目標値に達していない。しかしながら、それぞれの部門が進める構造改革は着実に成果を上げている。コーヒーについて産地から最終製品までの一貫した提案体制が、大手飲料メーカーや乳業メーカーに評価をいただけるようになった。食品も各カテゴリーでマーチャンダイザーの育成が進み、量販店や外食店向け

の取引が増えている。

海外事業部門も上海とバンコクの二つの拠点を中心としてアジアでの展開が広がり始めた。これらの展開を確実に、さらにスピードアップして進めていきたい。世界中の人々の「おいしい笑顔」のために安全で健康に良い食をお届けしていく、これが当社の使命だと考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

御社の損益を左右する最大の要因はコーヒー豆の相場か。

全体の損益がコーヒー豆相場に大きく左右されない体質を目指し、長年、食品のウェートを増やしたり、構造改革に取り組んできた。ただ現実として、まだコーヒー豆相場の変動の影響を受けている。影響の受け方は仕入れ及び販売の値決めのタイミング如何であり、コーヒー生豆のビジネスはさほど影響を受けないが、加工品は影響を受ける。

コンビニにおけるカウンターコーヒーの拡大により缶コーヒー市場が縮小しているという話があるが、御社への影響はどうか。

当社としてもコンビニ向け販売を推進すべくチャレンジしている。コンビニの動きは、世の中のライフスタイル変化に即応したものと捉えており、当社としても世の中の流れに沿って対応していこうと考えている。一方、当社として偏りなくビジネスを進めるため、コンビニ周辺のところへ「コンビニ・コーヒーに負けない差別化したコーヒー」の提案を行ったりもしている。

今期中のドルとユーロとニューヨークの相場見通しをお聞きしたい。

当社は相場変動の影響を受けない体質を目指している。誰もわからない将来の相場を明言するのは適切でないが、2013 年度予算はUS\$1=95 円、€1=125 円、NYC = ¥135 を前提に策定している。このくらい弾いておけば、大きな間違いはないのではないかと考えている。

タイのプロジェクトについて、もう少し具体的にお聞きしたい。

タイはコーヒーの産地国であるが、そこで一般的に飲まれているコーヒーは必ずしも美味しくない。日本から美味しいコーヒーを持ち込もうとしても関税率 90%と非常に高く困難である。同国のコーヒー生産が専ら北部の山岳地帯で行われ、それには地元の人達の貧困問題を解消するといった崇高な目的が込められており、タイの王室からもサポートを受けている。中にはいいコーヒーもある。そうした状況を踏まえ、当社グループは、自らの知見を活かし、生産農家における栽培、精製プロセス、ロースティング、各段階で品質改善を提案し、いいコーヒーが安定して作られるようにする。すなわち「タイのコーヒーを美味しくするプロジェクト」を立ち上げている。タイ現地法人はそれに積極的に関わり、改善された美味しいコーヒーを同国内で販売推進すると共に、輸出することを考えている。

円安のためパスタの値上げ交渉をするということだが、どのような段階まで来ているのか。

パスタ、オリーブオイルなどイタリア関係の商品が円安の影響を受けており、先月早々からお客様に値上げの話をしている。今月末までを猶予期間として、7 月から新しい値段にするようお話しているが、ほとんどのお客様にご了解をいただいている。

円安による値上げの率はどのくらいか。

1割から2割程度である。

(平成 25 年 6 月 7 日・東京)