

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

コーヒー相場高騰で売上微増も費用増加で大幅減益

◆当期連結決算の概要

常務 山根清文

平成 23 年 3 月期連結決算は、売上高 339 億 31 百万円(前期比 4.0%増)となり、ほぼ期初予想どおりとなった。売上総利益 43 億 54 百万円(同 1.5%減)、売上総利益率は 12.8%(前期実績 13.5%)に低下した。これは、主としてコーヒー相場の高騰に伴う仕入価格上昇によるものである。

販売管理費 41 億 80 百万円となり、前期比 7.9%の増加となりました。その主な増加要因は、退職給付費用が 1 億 16 百万円の増加、運送料や保管料等の物流費増加である。この結果、営業利益は 1 億 73 百万円(前期比 68.3%減)となった。経常利益は 1 億 67 百万円(同 67.8%減)である。

特別利益では固定資産売却益 2 億 43 百万円、特別損失では固定資産除却損 33 百万円、生命保険契約変更損 62 百万円、法人税等 1 億 32 百万円を計上し、当期純利益は 1 億 90 百万円(前期比 48.4%円減)となった。

売上高は、コーヒー生豆の販売数量増加及び相場高騰に伴う販売単価の上昇により増加した。また食品の原料では輸入野菜の販売が特に第 2 四半期以降、顕著に増加している。売上総利益は第 2 四半期までは前期より増加していたが、第 3 四半期以降は減少傾向となった。販売管理費が各四半期とも前期比増加となった結果、営業利益、経常利益とも前期比減少となった。

◆コーヒー相場、1 年で 2 倍超上昇

品目別売上高(連結)を見ると、飲料関係 92 億 49 百万円(前期比 6.6%増)、食品関係 243 億 76 百万円(同 3.3%増)、その他 3 億 5 百万円(同 12.6%減)となった。

飲料関係のコーヒー生豆 47 億 25 百万円(前期比 19.0%増)は販売数量の増加や相場高騰に伴う販売単価の上昇により増加し、飲料製品および原料 45 億 24 百万円(同 3.9%減)では飲料向け紅茶が減少した。

食品関係では、常温食品 90 億 25 百万円(前期比 0.4%減)、冷凍食品 88 億 59 百万円(前期比 2.4%減)で、国内メーカー商品の国内販売および輸出が減少した。食品原料 64 億 91 百万円(同 18.9%増)では、輸入野菜が増加した。

売上総利益率が 12.8%(前期実績 13.5%)に低下した要因として、飲料関係で前期比 3.4 ポイント低下、食品関係では同 0.2 ポイント上昇、その他で同 0.9 ポイント上昇となった。コーヒー生豆と飲料製品および原料の利益率低下の要因は、円高以上の急激なコーヒー相場の高騰を販売価格へ速やかに転嫁ができないことである。

ニューヨークコーヒー相場は、平成 22 年 4 月の 1 ポンド当たり 133.20 セントから平成 23 年 3 月には 272.07 セントまで上昇している。今期に入り、4 月 281.72 セント、5 月 274.53 セントで推移している。

連結貸借対照表では、資産合計 188 億 38 百万円(前期比 10 億 37 百万円増)が棚卸資産の増加 14 億 51 百万円、売上債権の増加 4 億 42 百万円によって増加している。負債合計 113 億 2 百万円(同 8 億 7 百万円増)は借入金の増加(社債を含む)7 億 63 百万円によって増加している。

また、利益剰余金の1億13百万円増、その他の包括利益累計額の1億14百万円増によって、純資産合計は75億36百万円(前期比2億29百万円増)となった。

連結キャッシュフロー計算書では、営業活動によるキャッシュフローマイナス16億73百万円(前期実績14億5百万円)となった。投資活動によるキャッシュフロー1億3百万円(同マイナス1億円)、財務活動によるキャッシュフロー6億22百万円(同マイナス2億43百万円)の結果、現金等期末残高18億71百万円(同28億21百万円)となった。

持分法適用関連会社(東京アライドコーヒーロースターズ(株))の平成22年12月期業績は、売上高92億56百万円(前期比1.7%減)、経常利益1億52百万円(同46.8%減)、当期純利益63百万円(同56.8%減)と減収減益の結果となった。当社の持分比率は40.1%であり、25百万円を営業外収益として取り込んでいる。

平成24年3月期の連結業績予想については、売上高344億65百万円(前期比1.6%増)、売上総利益46億9百万円(同5.8%増)、営業利益4億85百万円(同179.3%増)、経常利益4億17百万円(同148.8%増)、当期純利益2億9百万円(同10.0%増)を計画している。

売上高では、重点商品の販売拡大、顧客との取組強化、海外事業拡大による営業強化を推進する。利益面では、不良債権や商品廃棄等のロスのゼロ化、業務改革によるコスト削減、得意先・商品の選択と集中により利益を確保していく。

品目別売上高予想(連結)については、コーヒー生豆64億42百万円(前期比36.4%増)、飲料製品および原料48億96百万円(同8.2%増)、常温食品79億75百万円(同11.6%減)、冷凍食品89億90百万円(同1.5%増)、食品原料58億97百万円(同9.1%減)、その他2億62百万円(同14.0%減)を計画している。

◆震災の影響、現状では限定的

社長 森本 茂

平成23年3月期(第61期)のテーマは「緊縮と拡大の同時進行」であったが、結果的には、売上微増の一方で費用増加により大幅な減益となった。また、在庫の大幅な増加がキャッシュフロー悪化の原因となっている。

これは、コーヒー相場の高騰で在庫金額が増加したことに加え、マイルドアラビカの商品から商品の積み増しを行ったことによる。また食品関係においても、原料価格上昇への対策に加え、エビや豚肉に添加物問題が発生し、産地の輸出制限が行われたことへの対策として在庫の積み増しを行った。

当期の外的要因として、コーヒー相場の高騰、円高、猛暑、東日本大震災等が売上・利益に大きな影響を及ぼした。

震災の影響については、当社取扱商品に関連する業界の売上推移を見ると、本年1~2月はほとんどの業界が前年実績を上回っていたが、3月の地震の影響で大きな落ち込みを記録した。しかし、4月にはほぼ前年実績に戻っている状況である。

震災の被害が大きかった東北地方の割合は小さく、全体から見れば限定的である。ただ海外に関しては、いまだ日本製品に対する輸入規制が続いており、実際に半減してしまった地域もある。今後の放射能の拡散状態によっては深刻な影響を受ける可能性もあると考えている。

また、得意先への震災の影響に関しては、商品によって深刻な事態を想定せざるをえないケースもあった。例えば、大手コーヒーメーカーでは、計画停電と資材不足で工場の操業度が50%に落ち込んだところもある。関東圏の外食企業では、前年同期比30%の落ち込みだという話もあった。しかし、4月に入ると徐々に回復が見られ、5月にはほとんどの取引先が同5%前後の減少にまで回復してきている。

◆中期計画達成に向け営業・体制を強化

平成 24 年度 3 月期の業績予想は震災前に策定したものであり、震災の影響を一時は憂慮したものの、その後の回復で影響は限定的であると考え、若干の修正にとどまっている。中期経営計画についても、厳しい市場環境ではあるが予定どおり推進していく方針である。

今期は、中期経営計画「Go Go PLAN」達成のために営業と体制の強化を図っていく。平成 24 年 3 月期業績予想(個別)として、震災前に策定した予算を若干の下方修正を行い、売上高 340 億円、営業利益 3 億 70 百万円を計画しており、外食向けの食材や生鮮野菜、輸出向けの売上が減少することを織り込んでいる。

今期の変動要因としては、原発問題の進展、海外の輸入規制、夏場の天候、電力供給量、円高、コーヒー相場が挙げられる。

まず原発問題の進展によっては、国内農水産物に影響が広がり、輸入食品に対する需要が拡大すると考えられる。海外の輸入規制は今後広がる可能性があるが、グローバルな調達でカバーしていきたいと考えている。また、夏場の天候によっては飲料や輸入野菜の増加が見込まれる。

今夏の電力供給量によっては、工場の稼働率に深刻な影響を与える可能性があるが、すでに多くのメーカーが生産を関西へシフトしている。コーヒー相場がさらに上昇すると、値上げによる需要減退が懸念され、業界再編が加速する可能性もある。こうした要因をプラスに転化しながら、今期業績予想の達成を目指したいと考えている。

「Go Go PLAN」では、5 年後の目標として、平成 28 年 3 月期売上高 500 億円、経常利益 10 億円、コーヒー:食品の比率を 50:50 とすることを目指している。

体制強化の取り組みとして、営業体制をエリアマネジメントからカテゴリ・マネジメントに変更し、海外事業部門を新設した。

海外駐在については、現在、北京とバンコクに 1 名ずつ現地駐在員を配置し、現地法人設立の準備を進めている。

M&A については、コーヒー・食品関連事業に絞って積極的に情報を入手中である。また今後、コーヒー関連のグループ会社 4 社との連携をさらに強化していく。

◆質疑応答◆

海外現地法人の設立見通しを伺いたい。

現在、北京とバンコクに現地駐在員を配置しているが、中国では、コーヒーの原料や製品を販売する店舗の立地調査やコーヒーの生産に関するパートナーの選定等を進めている。バンコクでは、外食産業の食材ディストリビューターと提携し、当社が中国やベトナムで開発した食材をバンコクの外食企業に販売している。

今後はタイ、ベトナム、インドネシアといった ASEAN 諸国への販売拠点を展開していきたいと考えており、条件が整えば、今後半年から 1 年の間に現地法人を設立したい。

(平成 23 年 6 月 7 日・東京)