

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

「食」の供給を通じて人々と喜びを共有する会社を目指す

◆平成 24 年 3 月期第 2 四半期決算概要

常務 山根清文

売上高は、前年同期比 4.0%の増収の 170 億 91 百万円と、ほぼ期初予想通りの結果となった。しかし、売上総利益は同 8.0%減少、売上総利益率は同 1.6ポイント低下の 12%となった。販売管理費及び一般管理費は同 3.9%減少となった。その主な要因は、貸倒引当金繰入額が前年同期比 1 億 26 百万円減少したことである。以上の結果、営業利益は前年同期 94 百万円から 0.8 百万円へと減少した。経常利益は持分法投資利益の増加による営業外収益 12 百万円、手形売却損の減少に伴う営業外費用減少 15 百万円により、30 百万円となった。四半期純利益は、法人税等調整額マイナス 64 百万円の計上により、1 億円となった。

品目別売上高(連結)については、飲料関係は 53 億 83 百万円(前年同期比 21.6%増)、食品関係は 115 億 82 百万円(同 2.2%減)、その他部門は 1 億 25 百万円(同 27.0%減)となった。コーヒー生豆は販売数量の増加および相場高騰に伴う販売単価の上昇により 46.3%の増加、常温食品はイタリア産オリーブオイル、国内メーカー商品の海外向け輸出減少により 5.3%の減少となった。冷凍食品は水産加工品、鶏肉加工品の増加により 1.6%の増加、食品原料は生鮮野菜およびトマト加工品の減少により 2.9%の減少である。品目別売上高の構成比は、コーヒー生豆 18.7%、飲料製品および原料 12.8%、常温食品 25.6%、冷凍食品 26.4%、食品原料 15.8%、その他 0.7%となっている。

売上総利益率の低下の内訳は、飲料関係で 6.1ポイント低下、食品関係で 0.2ポイント上昇、その他 2.4ポイント上昇である。飲料関係の利益率低下の要因は、コーヒー生豆相場の高騰によるコスト上昇分の販売単価への一部転嫁遅れによるものである。食品関係の利益率上昇要因は円高による仕入コストの減少である。

連結貸借対照表の主な増減については、資産合計は前期末比 22 億 40 百万円増加して 210 億 78 百万円となった。主な増加要因は、売上債権増加 10 億 26 百万円、コーヒー生豆の単価上昇による棚卸資産増加 6 億 18 百万円である。負債合計は前期末比 23 億 19 百万円増加して 136 億 21 百万円となった。主な要因は、仕入債務 2 億 32 百万円、在庫の増加に伴う借入金増加 8 億 98 百万円である。純資産合計は同 79 百万円減少して 74 億 56 百万円となった。四半期純利益 1 億円、配当金の支払い 77 百万円、繰延ヘッジ損益の減少 92 百万円などが増減要因である。

キャッシュ・フローについては、営業活動によるキャッシュ・フローは 15 億 12 百万円の支出、投資活動によるキャッシュ・フローは 2 億 47 百万円の支出、財務活動によるキャッシュ・フローは 20 億 66 百万円の収入となった。以上の結果、現金等の四半期末残高は期首に比べて 3 億 7 百万円増加して 21 億 79 百万円となった。

通期の見通しについては、売上高は 344 億 65 百万円(前期比 1.6%増)を予想している。重点商品の販売拡大、顧客との取り組み強化、海外事業の拡大に注力する。利益面では、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)と計画している。不良債権・商品廃棄等のロスのゼロ化、コスト削減、伸張商品・成長マーケットへの選

択と集中により利益確保を目指していく考えである。品目別売上高では、コーヒー生豆は前期比 36.4%増加、飲料製品および原料は同 8.2%増加、常温食品は同 11.6%減少、冷凍食品は同 1.5%増加、食品原料は同 9.1%減少、その他は同 14.0%減少を予想している。

◆上半期の総括

社長 森本 茂

当上半期は、コーヒーの赤字が収益の足を引っ張り、増収減益という結果となったが、コーヒーは相場の変動が非常に激しい商品であり、今回の結果については、原料高騰に見合う製品価格の値上げが出来なかったことが最大の要因である。総括の主なポイントは、円高というコストダウン要因はあったものの、それを上回る仕入価格の上昇があり、売上総利益率が 1.6 ポイントの下落となったことである。またコーヒーの大手量販店向け OEM 契約価格が低く、売れば売るほど損が拡大するという状況であった。相場が上昇する中、先物予約を進めたが、販売が進まず在庫が膨張(前年同期比 12 億円増)、借入金も増加した。さらに震災等の影響もあり、外食向けが引き続き低調、外食向け食材販売が減少した。一方で、スーパー向け惣菜、給食、メーカー向け原材料販売は伸びた。現在は円高と放射能問題の逆風の中、担当者によるきめ細かい証明書作成、海外で生産した日本食を第 3 国に輸出する作業で回復に向かっている。

今年は歴史的な大事件が頻発し、想定外のことが日常的に起こりうると実感した年であり、企業の対応力が試された 1 年でもあった。これらの事件が、経営・企業体質の転換を迫っているといえる。変化に対して機敏に対応できる身軽な体制を作ること、また、商品や顧客の更なる見直し、特に多くの商品のコモディティ化に伴い、その見切りや付加価値商品への転換が必要とされ、迅速な対応をしていかななくてはならない。

◆下半期の施策

下期は、コーヒーのマイナス要因がなくなるため、利益の回復が見込まれる。通期ではほぼ当初計画通りの売上・利益になると見ている。しかし、コーヒーの価格がいまだ高値であることから、需要動向がどうなるかが不安材料となる。為替変動や欧州の債務問題なども予断を許さない状況であり、不透明な環境ではあるが、下期に向けて重点施策に取り組んでいく。第 1 に、在庫圧縮が最大の課題である。今期末時点で 40 億円以下とする目標に向けて、全カテゴリーの担当者が取り組んでいる。現段階では、ピーク時から見ると 5 億円ほどの圧縮がなされている。第 2 に、商品・顧客の見直しである。156 社の仕入先と 159 社の販売先との、取引の継続性について検証している。いずれも、売上・利益に与える影響度は 1%未満である。第 3 に、コーヒーの取組先として、生豆の販売先であるロースターと焙煎豆の販売先である飲料メーカーとの品質管理・商品開発での協力体制が進んでいる。第 4 に、食品については、水産・農産・調理冷食・加工食品のカテゴリーを強化カテゴリーとして取り上げており、全社横断的な販売活動を展開中である。第 5 に、海外事業については、上海で現地法人の設立を申請済みであり、2 月中には認可される見込みである。中国では、コーヒーの生豆の販売と、食品の輸出入および中国国内販売を計画している。また、タイでも現地法人の準備を進めており、ヨーロッパ・アメリカ・南米でも新規の取引先の開拓を行っている。

◆中期的展望

5 年後に売上高 500 億円企業を目指す新事業計画「GO GO PLAN」は、当社の将来あるべき姿を目指し、会社を変革していく主旨で策定された。「GO GO PLAN」の進捗については、コーヒー事業は、原料から最終製品まで一貫した品質管理体制を作っていくことを目的としている。コーヒー生豆は、ブラジル・中米・アフリカ・アジアなど産地ごとにエリア担当者を任命し、顧客ニーズに合わせた品質向上を図っている。コーヒー加工品については、成長ジャンルであるパーソナルユースのコーヒー(コーヒーバッグ)に注目し、この市場でのトップを目指し、昨年度より 3

億円弱の設備投資で最新機器を導入、生産能力の向上を図っている。また、インスタントコーヒーの充填ラインを物流センター(大阪)内に設置、生産の効率化と生産能力拡大を図っている。コーヒーの品質向上を支えるのが当社の研究開発室の仕事である。最新鋭の分析機 GCMSMS の導入により、農薬や香味成分の分析がさらに高度なレベルとなった。近赤外線分析機や味覚センサーなどの新しい設備導入の結果、大手の飲料メーカーや業務用食品メーカーからの共同研究・共同開発の依頼が多く寄せられるようになった。

食品部門の進捗は、調理冷凍食品、農産、水産、加工食品のカテゴリーに分けてそれぞれの専門性をさらに深めていく取り組みを行っている。従来は外食産業向け食材が中心であったが、近年はスーパーの惣菜コーナー向け素材、老健施設向けメニュー提案、給食業者向け食材などが増加してきている。農産カテゴリーは、生鮮野菜から一次加工品、最終製品までを取り扱っている。生鮮野菜は国内市況に大きく左右されるため、安定性に欠け、当社の輸入野菜の需要が拡大することがある。農産・水産ともに、食品メーカー向け、外食セントラルキッチン向け加工原料として、一次加工した製品が増加している。

「GO GO PLAN」の中で最も当社が期待しているのが海外事業である。食品輸出は原発事故の放射能問題や円高で出鼻をくじかれた形となったが、原産地証明や放射能分析証明書などきめ細かい対応をすることにより、輸出先の承認を得て徐々に回復している。また、海外産日本食がヨーロッパ・アジアで採用される、三国間貿易が増加しており、食品輸出ビジネスは回復基調である。上海オフィスは 2 月中に認可が下りる予定であり、コーヒー生豆販売からスタートしていく計画である。タイでは、現地ディストリビューターに出資し、バンコク市内の外食・中食のビジネスを開拓中である。新しい取引先開拓に向けて、本年も ANUGA に出展し、成功を収めている。

以上の展開と内部体制固めにより、2016 年 3 月期に、売上高 500 億円、経常利益 10 億円を目指していく。

当社はこれまでも時代や環境変化に応じて会社の機能を転換してきた。創業時にはアメリカで日本から輸入した食品を販売する小売業からスタート、戦後から現在まで開発輸入を得意とするコーヒーと食品の専門商社として事業を展開してきたが、今後はこれに海外事業を加えて、「THE GLOBAL FOOD MERCHANDISER」というテーマで「GO GO PLAN」の実現を目指していく。

(平成 23 年 12 月 7 日・東京)