

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・飲料部門中心に回復、成長戦略でさらなる高みへ

◆2016年3月期決算概要

常務 山根 清文

当期連結決算は、売上高 395 億 92 百万円(前期比 37 億 9 百万円増、10.3%増)、売上総利益 43 億 50 百万円(同 6 億 79 百万円増、18.5%増)、売上総利益率 11.0%(同 0.8 ポイント増)となった。販売費および一般管理費は 40 億 78 百万円(同 2 億 42 百万円増、6.3%増)で、これは主として物流費 70 百万円、人件費 75 百万円、退職給付費用 63 百万円の増による。営業利益は 2 億 71 百万円(同 4 億 36 百万円増)、経常利益は 4 億 25 百万円(同 5 億 65 百万円増)で、これらは主として持分法による投資利益 2 億 9 百万円(同 1 億 69 百万円増、418.5%増)が寄与している。親会社株主に帰属する当期純利益は 3 億 82 百万円(同 5 億 34 百万円増)であった。

品目別の連結売上高は、コーヒー・飲料部門は 141 億 37 百万円(前期比 18.1%増)、食品部門は 218 億 80 百万円(同 5.1%増)、海外事業部門は 35 億 74 百万円(同 15.2%増)となった。コーヒー生豆はプレミアムコーヒー、コーヒー加工品はコーヒーバッグ、飲料事業は飲料メーカー向けの紅茶原料が好調であった。食品では、加工食品はイタリアンが減少したが、フルーツ缶詰は伸びた。水産および調理冷食は、水産のエビは減少したが、調理冷食の鶏加工品は増加している。農産はレタスや水煮野菜、冷凍野菜等が順調であった。海外事業部門はアジア向けの輸出が続伸した。

売上総利益はコーヒー・飲料部門で 3.5%増加し、食品部門では 0.8%減少となった。コーヒー生豆は、コーヒー相場が低下し、プレミアムコーヒーが増加したことにより、利益率が改善した。なお、ニューヨークコーヒー相場は、2015 年 4 月は 1 ポンド当たり 139.34 セントで、上期は平均 129.89 セントで推移したが、今年 1 月には 117.01 セントまで低下した。しかし、3 月には 125.74 セントに上昇し、現在は 139 セント台となっている。

連結貸借対照表を見ると、資産合計は 203 億 75 百万円(前期比 4 億 86 百万円増)で、現金および預金が同 3 億 59 百万円増、売上債権が同 3 億 62 百万円増、投資その他の資産が同 2 億 96 百万円増、一方、たな卸資産が同 5 億 11 百万円減少している。負債合計は 129 億 21 百万円(同 4 億 24 百万円増)で、主として仕入債務が同 2 億 84 百万円増、その他が同 4 億 65 百万円増、長期借入金と同 51 百万円増、一方、社債が同 1 億 50 百万円減少している。結果として、純資産合計は 74 億 54 百万円(同 62 百万円増)であった。これは主として利益剰余金の同 3 億 68 百万円増に対して、その他の包括利益累計額が同 3 億 7 百万円減少したことによる。

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はたな卸資産の減少により 8 億 46 百万円、投資活動によるキャッシュフローは有形固定資産取得等による支出 1 億 23 百万円によりマイナス 1 億 94 百万円であった。財務活動はマイナス 2 億 95 百万円で、これは主に借入金の収支による支出 52 百万円、社債の償還による支出 1 億 50 百万円、配当金の支払が 15 百万円となっている。結果として、現金およびその同等物の期末残高は期首より 3 億 58 百万円増加の 21 億 64 百万円であった。

また、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2015年12月期業績は、売上高113億82百万円(前期比130.2%増)、経常利益3億62百万円、当期純利益2億92百万円(同291.8%増)、投資利益は2億9百万円(同518.5%増)となった。

◆2017年3月期通期業績

今期通期連結業績予想は、売上高380億円(前期比15億92百万円減、4.0%減)、売上総利益44億70百万円(同1億19百万円増、2.7%増)、営業利益4億円(同1億28百万円増、47.1%増)、経常利益3億円(同1億25百万円減、29.5%減)、当期純利益は確定拠出年金の導入による特別損失2億38百万円の発生を見込んでいたため、50百万円(同3億32百万円減、86.9%減)と予想している。今期は事業運営体制の整備・強化として、営業力の強化、業務効率の向上、リスク管理と対応力の強化、品質管理の充実に取り組み、高付加価値商品の取り扱い増加とコストカットにより、目標を達成していきたい。

◆今期取り組みと今後の展望

社長 森本 茂

2016年3月期個別業績は、売上高392億3百万円(前期比37億8百万円増)、営業利益2億30百万円(同4億40百万円増)、当期純利益1億87百万円(同3億51百万円増)と、黒字転換できた。当期は前2015年3月期の問題点を踏まえ、4つの対策を実行した。まず、経営刷新室を新設して相場リスクや在庫管理などの管理ルールを明確にし、その進捗を点検、指導した。次に、利益率回復のため、単品ごとの粗利管理を行う一方、コスト構造を明らかにして、仕入先、販売先双方に対して粘り強い価格交渉を行った。また、商品と取引先の見直しで注力すべきものと撤退すべきものを明らかにし、めり張りをつけた営業活動を行った。そして、品質管理体制を強化し、ロスの発生を防いだ。これらの対策を実施した結果、キャッシュフローは2期連続のマイナスから8億50百万円プラスに改善することができた。

今期の個別予算は、売上高376億円(前期比16億円3百万円減)、営業利益3億円(同69百万円増)、当期純利益40百万円(同1億47百万円減)を目指していく。商品群別売上高では、内容の健全性で利益をより重視するため、コーヒー生豆44億96百万円(同24億67百万円減、35.4%減)、飲料事業23億15百万円(同39百万円減、1.7%減)、農産54億70百万円(同24百万円減、0.4%減)と、3カテゴリーが減少する見込みである。

当社の伝統的な基幹商品であるコーヒー生豆は、2015年3月期に欠損を招いた反省から、相場リスクの徹底管理をはかるとともに、相場変動の影響を受けにくいプレミアムコーヒーに重点を置いた販売を継続していく。ただ、競合他社も同様の施策を行っており、当社は他社との差別化をはかるとともにプレミアム性をより一層高めた商品に絞り込みを行った。その結果、販売数量は若干減少する見込みである。コーヒーバッグはコーヒー加工品の中で最も付加価値性が高い商品であり、今後も成長が続く最重要商品と位置付けている。前期に増設した全自動高速包装機はほぼフル稼働となっているが、今期はシフト見直しと東京アライドコーヒーロースターズへの委託生産により生産の最適化をはかり、予算を達成する見込みである。飲料原料では、価格競争の激しいバルク紅茶や果汁の販売を見直す一方、当社の独自技術を発揮できるインスタントコーヒー、インスタントティーに注力する。研究開発室が確立した味覚センサーによる味と香りの最適化技術が大手飲料メーカーから評価され、受注が増えている。

加工食品の中のフルーツ缶詰とイタリアンは当社の伝統的商品であるが、近年その販売は停滞している。その中で従来喫茶素材としていたフルーツ缶詰を製菓材料や老人保健施設向けにリニューアルしたところ、新たな販路開拓に成功し、大きく伸びている。イタリアンも同様に、ブランド価値を再定義することで新たな需要を掘り起こすべく準備を行っている。農産は、当社が目指すべき企業像として掲げる「THE GLOBAL FOOD MERCHANDISER」を具現化する最有力カテゴリーとして今後も力を入れていく。当社自身が原料から最終製品までのプロセスをコン

トロールすることで高付加価値商品が外食向けメニューやコンビニ、量販の惣菜として採用されており、順調に伸びている。水産カテゴリーの中心商品であるエビは相場の影響を受けやすく、単価下落により販売額は減少しているが、加工度を高めた商品の拡販により利益は増加している。最近のヒット商品では販売先の手間を省くような加工をした伸ばしエビがヒットし、大いに利益貢献している。一方、調理冷食はチキン加工品が中心商品であるが、コンビニや量販の惣菜や外食チェーンのメニューとして大口採用が増え、販売額は大きく伸びている。

海外事業部門は、日本食ブームの追い風を受けて日本食材の輸出が安定して伸びている。2015年3月期は取引先の見直しを行ったために売上が若干落ちたが、2016年3月期はそれをカバーする新規顧客開拓を行い、大きく伸ばすことができた。今後は単なる取り次ぎ貿易からオリジナル商品の開発、育成へと仕事の内容を変え、付加価値性を高めていく。

海外現地法人は上海とバンコクに拠点を置き、コーヒーを中心とした需要創造活動を展開している。上海の石光商貿では、単なる原料提案にとどまらず、品質管理や工場設備とそのオペレーションなどもあわせて提案し、お客様との関係性を深めている。また、現地ロースターを対象にしたオリジン別カップングや品質基準に関する勉強会開催も定期的に行っている。THAI ISHIMITSU では、当社研究開発室がタイ王室の DoiTUNG Project に3年前からオフィシャルアドバイザーとして参画しており、コーヒー栽培から製品における品質向上に協力している。また、サードウェーブの自家焙煎カフェが増えており、われわれもプレミアムコーヒーの原料豆を販売しているが、現地原料サプライヤーにはない厳格な品質管理で高い評価を受けている。

◆新成長戦略

当社はこれまで5カ年計画「GO GO PLAN」に取り組んできたが、古い体質を引きずりながら構造改革を目指したために計画未達となった。今期からは新しい3カ年中期経営計画「S プロジェクト」をスタートしている。Sharp、Smart、Safe and secure、Sound、Sustainable の5つのキーワードで人づくりを行い、成長ドライバーの確立によって関係する人々の満足を最大化していく。また、テーマは健全体質、健全成長を掲げ、人間力、グループ力、社内インフラの強化をはかり、2020年からスタートする新成長戦略へつなげる予定である。

初年度の今期は社内体制大改革の年として、利益率と資金効率の改善と、新たな物流体制や基幹システムの構築に取り組む。経営陣も刷新し、コーヒー部門長兼研究開発室長としてコーヒー事業を黒字転換した科学者の石脇が社長へ就任する。副社長には S プロジェクト策定の中心となった経営刷新室長の中笠を起用した。この2人が新しい成長戦略の立役者として成功に導いてくれると確信している。2年目の来期は人材の戦略的育成と事業構造再編に取り組み、3年目の成長ドライバーとなるビジネスの確立を進めていく。

◆質 疑 応 答◆

プレミアムコーヒーの状況を詳しく教えてほしい。

他社も高付加価値化戦略をとっているが、それぞれの求めるプレミアム性が違う。当社は、本来のプレミアムコーヒーとスタンダードコーヒーよりもグレードが高いハイスタンダードコーヒーの 2 つを当社独自のプレミアム品として位置づけている。前者は生産国、生産地、つくり手、農園の管理方法などの物語性があり、後者はメインストリームコーヒーから当社独自の分析結果を踏まえた基準で熟度が高いものを選んでいる。このような区別により、プレミアム性の高いものを提供する取り組みを行っている。

取引先は、どのあたりを開拓していくのか。

従前からのコーヒーロースターに対して原料を供給しているが、食品メーカーや飲料メーカーに対してもグレードの高い新商品づくりの提案を始めている。量販や通販にもワンランク上のコーヒーに対する提案を行い、プレミアムコーヒーの需要を掘り起こしていく。

コーヒー相場の今期見通しや損益に与える影響はどのようなイメージか。

コーヒー相場は見通しづらく、足元でもブラジル南部のコーヒー生産地で霜害が発生するかも知れないとの噂により値上がりしている。しかし、ファンダメンタルズで大きなタイト感はなく、120セントプラスマイナス10セント程度で推移するとみている。そうした相場変動に損益が影響されない体質にするというのが当社の目指しているところであり、プレミアムコーヒー重視もその一環である。売上のボリュームはやや落ちるかもしれないが、利益面ではより高い予算を持っている。なお、ボリューム全体におけるプレミアムコーヒーの比率は、前期の 33%に対して今期は 40%としている。

(平成 28 年 6 月 9 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/ir/library/presentation/>