

3361 トーエル

中田 みち (ナカタ ミチ)

株式会社トーエル社長

独自の物流を基盤にLPガスと水という 異色の事業構成で成長

◆独自の物流効率化を推進

当社は創業以来、安全・安心をモットーに徹底したコストの削減に努め、独自の物流の合理化を推し進めながら顧客のニーズに応えてきた。内陸での充填を廃止し、湾岸輸入基地から直接配送する「湾岸直送システム」に加え、23トントレーラーでの大型輸送や6トンバルク車の採用で輸送の効率化を図っており、LPガス容器の軽量化を図るため、業界初の60キロアルミ容器を採用した。

平成18年に誕生したピュアウォーター「アルピナ」は、長野の大町工場で生産されている。平成21年には、急増するニーズに対応すべく第2工場を建設したが、さらに今年10月には、最新鋭設備の第3工場の建屋が完成した。輸送コストについては、車両の大型化により大幅な削減を実現しており、これにより、リーズナブルな価格での提供が可能となった。

コールセンターでは、1日に6,000件以上の受注や問合せに対応しており、GPSやPDA端末を活用して、迅速かつ正確に効率良く顧客のニーズに応えている。また、オペレーターが長期で勤務できる環境を整えるべく、事業所内保育施設「ローズ保育園」を新設した。50キロワットの太陽光発電をコールセンターの屋上に設置しており、その他の各工場、ストックヤード、営業所においても、順次、設備を整えていく予定である。

新たな事業としては、鳥浜ストックヤードに水耕栽培による植物生産工場を建設し、アグリ事業を開始した。一般的に植物工場での生産は、平地農業の3倍以上のコストがかかるとされてきたが、当社では、現在ある土地、建物、設備、水、燃料、人材、販売先、物流などを利用し、低コストでの生産を実現している。

◆ボトルウォーターの受注が急増

LPガス事業の環境として、CP価格(LPガス輸入価格)を見ると、2012年4月期上期は前年同期比で196ドルの高値推移となり、仕入原価高騰の要因となった。下期は、現段階で前年よりも安値で推移しているが、当社では、今期のCP価格を850ドルで計画している。ウォーター事業については、東日本大震災による放射能漏えい問題に端を発した飲料水への再認識や一部水道水からの放射性物質検出による乳幼児への摂取制限により、安全・安心な水への関心が急激に高まり、大きく成長した。

2012年4月期第2四半期は、ボトルウォーターの受注が急激に伸びたことから、増収増益となった。連結売上高は105億35百万円(前年同期比112%)、営業利益は5億53百万円(同126%)、経常利益は4億97百万円(同130%)、純利益は2億67百万円(同170%)となっている。

LPガス事業については、震災後、エネルギー全体の節約ムードが蔓延し、消費に陰りが見られたが、販売量の確保に尽力した結果、売上高が74億80百万円(前年同期比101%)となった。利益面では、輸入仕入価格が高騰したため、売上原価が約50億90百万円(同9.9%増)となり、営業利益が7億66百万円となっている。LPガスの総販売量は4万7,600トンとなっており、業界全体の販売量が約10%のマイナスとなる中、ほぼ前年同期並みの数量を確保することができた。特に、ここ数年力を入れてきた業務用の供給が増加しており、マーケット密度が高く

なったため、湾岸基地からの独自の物流が成果を上げている。

ウォーター事業の売上高は 30 億 54 百万円(前年同期比 153%)、営業利益は 6 億 85 百万円(同 204%)となった。12 リットルボトルの販売数量は前年同期比で約 150%となっており、特に震災以降は夏場の需要期を上回る状況が続いている。新規獲得顧客数は前年同期の 3.2 倍となっており、放射能漏えい・飛散のニュースが与える消費者への心理的不安に加え、いつでも温水と冷水が利用できる利便性が認知されたことが新規顧客の増加につながった。

◆分散ミックス型ガス機器の需要を開拓

LP ガス事業の通期見通しとして、販売数量については、新規顧客開拓の営業を中心として販売数量の確保に取り組むことにより、期初計画の 11 万 5,000 トンを達成する見込みである。一方、輸入価格については、国際スポット価格および国際原油価格に大きく左右されるため、下期は期初の予定数字を見込み、通期の営業利益は計画通りとした。ウォーター事業については、下期もほぼ計画通りで推移すると見ている。

通期の売上高は 233 億 50 百万円(前期比 20 億円増)を予想しており、利益面でも大幅な増益を見込んでいる。第 2 四半期において計画を上方修正したが、気候変動や CP 価格、為替の動向など不確定な要素があるため、現時点では通期の計画を修正していない。

計画達成に向けた施策として、LP ガス事業では、改めてガスの良さ、利便性、経済性を訴えていく。一例としては、ガスによる冷暖房が挙げられる。当社は、早くから全社の各施設にガスでのコージェネレーションもしくはガスヒートポンプを導入しており、この夏も電気の使用量を気にする必要がなかった。今後も厨房用、給湯用はもちろん、空調用を含めた分散ミックスとして、ガス機器の需要開拓に取り組んでいきたい。また、太陽光発電などの新エネルギー事業にも一層力を入れていく。

ウォーター事業については、注文が殺到したため、既存顧客・新規顧客の対応を優先してきたが、下期は新規顧客の開拓に向けた営業、OEM 供給先、代理店、特約店の開拓を重点的に行っていく。危機管理体制については、現在、17 カ所のストックヤードと大町の 3 工場に約 40 万本の水を備蓄している。配送車には、すべてデジタル無線機を搭載しているため、緊急時にも支障なく相互間の連絡が取れる状態にある。さらに、LP ガス車であるため、ガソリン不足の影響を受けることもない。

◆アルピナ第 3 工場の建屋が完成

今後の事業展開として、ウォーター事業では、さらに生産体制を強化するため、長野大町アルピナ第 3 工場を建築している。今年 10 月に建屋が完成したが、稼働開始後は、年間 1,500 万本という日本最大のピュアウォーター生産体制となるため、早期の稼働を目指す。また、これまでは関東一円への宅配が中心であったが、2010 年 12 月からは、ワンウェイボトルを使用した「北アルプスから 8 リットル」の製造・販売も開始し、販売エリアを全国に拡大した。大量生産と独自の物流システムにより、リーズナブルな価格で提供しており、リユースボトルと同様、専用サーバーを使用して、いつでも温水と冷水が使用できる。ワンウェイボトルは、インフラ構築後の初期投資が少なく、事業の立ち上げがスピーディーに行えるため、新規 OEM の引き合いが多く、更なる成長が見込める。また、備蓄用としての需要にも期待している。

消費者に安全・安心な食を安定供給するため、植物生産事業および養殖事業も立ち上げた。元東京大学農学部教授を特別顧問として専門家チームを結成し、研究を進めているが、まずは注目されている新鮮な野菜、特殊な野菜の植物工場を立ち上げ、鳥浜および厚木で生産を開始した。厚木工場は、足腰に負担のかからない高設栽培、コンピューターによる気温、湿度、肥料、日射量などの自動制御が可能のため、高齢者の雇用にも貢献できる。現在、鳥浜では葉物野菜、厚木ではイチゴを栽培しており、外食産業との直接契約により、店舗食材として納入している。また、大町工場でも、寒冷地での野菜生産を目的に、試験栽培を開始する予定である。今後は生産

量をさらに拡大し、独自ルートによる販売も計画していく。また、大町工場で大量に放出しているお湯を有効活用するため、トラフグの試験養殖を開始しており、あわび、スッポンなど高級食材の養殖も計画している。

現在、日本の原子力発電所の大半が稼働していない状況の中、分散ミックス型の電力供給がクローズアップされつつある。LP ガスによるコージェネレーションシステムや燃料電池での発電に太陽光発電を組み合わせ、それぞれのユーザーに上手なエネルギーの使い方「ベストミックス」を提案できる機会だと捉えている。このチャンスを生かし、新エネルギー事業の拡大に向けて、一段と力を入れて取り組んでいく。

◆放射性物質汚染水の浄化方法及び浄化装置の特許を出願

最近のトピックスとしては、より安全・安心な飲料水を提供するため、戸田工業と共同で「放射性物質を含有する汚染水の浄化方法および浄化装置」の特許を出願した。用いられる放射性物質イオン吸着剤「ハスクレイ」は、非晶質アルミニウムケイ酸塩と低結晶性の層状粘土鉱物からなる複合体であり、調湿剤として産業技術総合研究所が開発したものを、戸田工業が放射性物質吸着剤用途に改良した。短時間で放射性物質イオンを吸着することができ、無毒で吸着が強く、容易にガラス固化（減容化）できることが特徴となっている。今後は、想定外の放射性物質飛散に対して、水製造工場・植物工場・養殖場など弊社施設への設置、さらには放射性物質除去を迫られる諸施設に対してハスクレイを活用した商品開発も検討している。

来年 2 月には、埼玉県に事務センターを開設する。各センターの事務を集中し、作業効率を高めるとともに、現在、横浜 TASK センターに一極集中している事務を北関東と南関東に分散することで、危機管理体制の強化を図る。また、万一の時にはコールセンター業務も行えるよう、現在、社員の研修を行っている。

株主還元については、経営体質の強化と今後の事業展開を踏まえ、内部留保の充実に努めながら、株主への安定配当を目指している。株主優待については、これまで年 1 回の実施としていたが、今期より年 2 回に変更した。

当社では、物流改革をキーワードに、火、水、食のライフライン領域で、地域の顧客とのコミュニケーションを通じ、「生涯顧客化」を目指している。今後も顧客から愛され、親しまれる会社としてまい進していきたい。

（平成 23 年 12 月 20 日・東京）