

3361 トーエル

平間 茂 (ヒラマ シゲル)

株式会社トーエル社長

事業環境の良いウォーター事業に経営資源を集中

◆小幅ながら増益を達成

当社は、首都圏を中心とする 45 万世帯を対象に LP ガス事業およびウォーター事業を展開している。事業環境として、LP ガス事業については、CP(LP ガス輸入価格)が平均 573ドルとなり、前期比較で約 66ドル低下したが、LP ガスの卸販売価格は CP 連動となっているため、変動リスクはない。小売業界では原料費調整制度を採用しているところもあるが、当社では、都市ガス、新エネルギーなどが勢いを増す中、原料費調整制度に踏み切ることの是非を検討中です。

ウォーター事業の環境としては、飲料水の国内生産と輸入の合計が 3,000 億円程度になっている。当社が扱っているボトルドウォーターも、昨年が約 488 億円、今年は約 650 億円まで伸びるとみられている。

2010 年 4 月期(47 期)の連結売上高は 204 億 46 百万円、営業利益は 13 億 93 百万円、経常利益は 13 億 37 百万円、当期純利益は 8 億 17 百万円となった。売上高は前期比で 11 億 22 百万円減少したが、経常利益は小幅ながら増益となっており、全社を挙げて経費を節約したことも増益に結び付いた。なお、経常利益は前期に過去最高を更新したが、これは CP の乱高下でコストが下がったためであり、当期はこうした要因がない中で増益を達成している。

事業別の状況として、LP ガス事業については、売上高が 168 億 43 百万円(前期比 12 億 68 百万円減)となった。減少要因としては、円高及び CP の低下の影響が最も大きかった。一方で、小売の業務用および工事・機器販売は増加している。業態別では、小売が前期比 5 億 5 百万円減、卸が 7 億 63 百万円減となった。営業利益は 10 億 57 百万円(同 18 百万円減)となり、物流の合理化、小売の価格調整などで減少を小幅に抑えることができた。

販売量については、業界全体が約 7%減となる中、前年並みの 11 万 1,300 トンを確保している。内訳は、小売が 2 千トン増、卸が 2 千トン減となっており、特に小売の業務用が大きく伸びた。卸は利幅が少ないため、今後も小売に力を入れていきたい。

ウォーター事業の売上高は 36 億 2 百万円(前期比 1 億 46 百万円増)となった。内訳は、ハワイウォーターが前期比 2 億 41 百万円減、アルピナが 3 億 87 百万円増である。ボトル販売量については、ハワイウォーターが約 16 万本減少したものの、アルピナが約 70 万本増加した。ハワイウォーターについては、節約ムードの中、価格面からアルピナへの切替などで販売量が減少した。アルピナについては、OEM の新規受注が増えている。営業利益は 3 億 35 百万円(同 24 百万円増)となった。ブランド別では、ハワイウォーターが前期比 16 百万円増となっており、為替の影響で仕入れコストが低下した。アルピナについては、第 2 工場の償却が約 1 億円発生し、広告宣伝費も増加したが、8 百万円の増益となっている。

連結貸借対照表については、利益剰余金の増加により、純資産が 91 億 26 百万円(前期比 6 億 10 百万円増)となった。営業活動によるキャッシュフローは 22 億 57 百万円、投資活動によるキャッシュフローはマイナス 16 億 35 百万円、財務活動によるキャッシュフローはマイナス 11 億 10 百万円となり、フリーキャッシュフローは約 6 億 22 百万円となっている。

◆LP ガス事業では顧客防衛に注力

中期経営計画では、事業環境の良いウォーター事業で盤石な事業基盤を構築したいと考えており、経営資源を集中投下する。LP ガス事業については、消費量増加が見込めないため、顧客防衛と適正な販売価格の浸透を図る。太陽光、エネファームについては、順調に受注が増加しており、49～50 期には 5 億～6 億円の売上高が見込める。

最終年度となる 50 期の連結売上高は 232 億円(47 期比 27 億 54 百万円増)、経常利益は 20 億 50 百万円(同 7 億 13 百万円増)を目標とする。売上高はウォーター事業で 47 期比 21 億 48 百万円増、LP ガス事業で 6 億 7 百万円増、営業利益はウォーター事業で 8 億 65 百万円増、LP ガス事業で 1 億 57 百万円減を見込んでいる。この結果、売上比率は LP ガスが 75%、ウォーター事業が 25%となるが、営業利益については、LP ガスが 43%、ウォーター事業が 57%となる。

2011 年 4 月期の連結売上高は 210 億 30 百万円(前期比 5 億 84 百万円増)、営業利益は 10 億 80 百万円(同 3 億 13 百万円減)、経常利益は 10 億円(同 3 億 37 百万円減)を見込んでいる。CP が前年比で約 80ドル上昇するとみているため、減益予想としたが、社内的には前年並みを確保したいと考えている。足下の状況を見ても、5 月の実績としては単月で過去最高益を確保している。

中期経営計画の重点施策として、LP ガス事業では、卸販売価格の CP 連動化、業務用小売価格の見直し、M&A による需要家の増加、無償工事の中止、保安徹底による顧客信頼の確保とそれによる顧客の囲い込みに取り組む。営業利益については、48 期に 4 億 80 百万円まで低下するが、営業権の償却が減少するため、49 期には 7 億 70 百万円、50 期には 9 億円となる見込みである。

◆ワンウェイボトルでの販売を計画

ウォーター事業の核となるアルピナについては、47 期の売上高が 17 億 18 百万円、販売本数が 250 万本であった。最終年度の予想は、販売本数が 500 万本、売上高が 38 億 80 百万円となっており、この結果、ハワイウォーターを含めたウォーター事業全体では、販売本数が約 630 万本、売上高が 57 億 50 百万円、営業利益が 12 億円となる見込みである。

販売戦略としては、LP ガス事業のサービス職および検針員をはじめ、全社員が一丸となってアルピナブランドの浸透と販売拡大活動にまい進していく。アルピナの最大の強みは、品質と価格であり、製造から物流、販売までを自社で手掛けているため、高品質な商品を低価格で安定して販売することが可能となっている。知名度は高まりつつあるが、今後は TVCM、雑誌、新聞広告などに力を注ぎ、さらなるブランド力の向上に努めていく。また、Web 機能の充実による効率的な新規顧客の獲得に加え、病院、学校、福祉施設、スポーツクラブ、飲食業界、アパレル業界などへ 5 ガロンの積極的な営業を行っていききたい。

アルピナ大町工場で生産した本数の 52%は卸・OEM である。販売先は北は山形から南は四国まで、前期に新たに取引を開始した 4 社を含め合計約 30 社となり、この分野は今後も大きな成長が見込める。また、今期も営業権買収のほか、他社の水を販売している会社の M&A、アルピナブランドへの切り替えを進めていきたい。ハワイウォーターについては、強いブランド力を利用し、新規代理店の開拓やイベント活動による宣伝で顧客を獲得していく。

新たな展開としては、ワンウェイボトルでの販売を計画している。使い捨てのボトルを使うことで、宅配業者を利用して遠方地域や離島にも直接小売が可能となるため、既存の工場を利用して大量生産することにより、リーズナブルな価格で全国に届けていきたい。

ボトルの貯蔵倉庫については、昨年 8 月に横浜市鳥浜地区(3 万本貯蔵)、10 月に埼玉県入間市(4 万本貯蔵)のストックヤードが完成した。今年 4 月には、念願であった首都圏ストックヤード(埼玉県三郷市・4 万本貯蔵)が完

成し、関東に 17 カ所のストックヤードが配置された。総貯蔵本数は小売 1 カ月分の 30 万本となっており、災害時の対応やウォーター事業のさらなる拡大に対応するインフラが整備された。

生産設備については、ハワイ、北アルプスに次ぐ第 3 水源として長野県南アルプス市に新たな最新鋭工場の建設を計画している。

海外販売については、当初、シンガポール、台湾、香港島への輸出をリユースボトルで検討していたが、往復の船賃や国内輸送費、ボトルの回収リスクを考え、使い捨てのワンウェイボトルでの販売が最善との結論に至った。国内でのワンウェイボトルの開発状況を踏まえ、今期中には販売を開始したいと考えている。

◆野菜の試験生産が順調に進捗

新たなビジネス展開としては、日本レストランシステムとの合併により、T&N アグリを設立した。水耕栽培による野菜等の生産を目的としており、当社が持つ既存資源、低コスト物流を有効利用し、日本レストランシステムの店舗の食材として納入していく。当社の鳥浜ストックヤードで試験生産を開始したが、すでにイチゴの収穫を確認しており、苗床を増設して試験栽培を開始した新たな品種も実がなりはじめた。また、日本レストランシステムの要望もあり、イタリアンレストラン用の葉物の発芽実験も進めている。今夏には、当社の厚木工場の敷地内に水耕栽培のハウス設備を設置する予定である。

当社は、豊かな暮らしをサポートする企業を目指しており、ホームサービスに加え、大手マンション管理会社との提携で、ガス器具の点検、修理、簡単なリフォームを行っている。また、太陽光発電、エネファームの販売も開始しており、太陽光発電、エネファームとも引き合い物件、決定物件とも順調に推移している。今後も水、ガス、ホームサービスで顧客を囲い込んでいきたい。

平成 20 年に日本レストランシステムとの合併で設立した T&N ネットサービスでは、食品・日用品関連のネット販売事業を行っている。1 年半のテストランで売上が固定化してきたため、来期以降は業績に貢献するとみている。

(平成 22 年 6 月 18 日・東京)