

## 3392 デリカフーズ

館本 勲武 (タチモト イサタケ)

デリカフーズ株式会社社長

### 新工場稼働に伴い、売上拡大を目指す

#### ◆新規顧客を 300 社以上獲得

経営企画部長 田井中俊行

市場環境は景気不況感が続く中、個人消費は伸び悩み、生活防衛意識の高まりから外食頻度は低下している。また、デフレ傾向を受け外食企業では相次いで低価格路線を進めている。このように外食企業を中心とした既存顧客の売上が減少する中、今期は新規顧客獲得、新商品開発、新市場開拓の3つを柱に取り組んだ。

新規顧客獲得として、顧客ニーズに合わせた24時間受発注体制や野菜塾・展示会・コラボ営業などによる当社グループの知名度向上を推進した結果、300社以上の新規顧客を獲得することができた。新商品開発については加熱野菜のさらなる進化として、焼き目付野菜や調味料とのキット商品、ペースト商品などを投入した。また、旬野菜メニューや「FOOD ACTION NIPPON アワード 2009」を受賞した加熱野菜の提供が新規顧客開拓に貢献した。新市場開拓については産地会「Farm to Wellness 倶楽部」を設立した。また、BtoC市場への参入を目指し、赤坂アーケヒルズや名古屋栄・ノリタケの森などで野菜のマルシェ(市場)を開催し、野菜の抗酸化力をキーワードとする野菜販売を提案している。その他、異常気象などに備えるため産地数や野菜の規格等において産地との連携効果を深め、また、アグリコンパス社と提携して産地情報や農薬・肥料情報を活用する肥培管理のIT化に取り組み、仕入体制および効率改善・体質改善を実現した。

2010年3月期業績は売上高185億15百万円(前期比5.1%減)、営業利益4億76百万円(同24.6%減)、経常利益4億53百万円(同25.7%減)、当期純利益2億40百万円(前期比30.4%減、計画比7.7%減)となった。売上高は計画どおり推移し、経常利益は仕入体制および効率改善により計画を上回ることができた。また、2011年6月に竣工する新工場「東京FSセンター」の稼働に伴う費用として27百万円を特別損失に計上している。設備投資額は3億51百万円、減価償却費は1億89百万円であった。

流動資産では純利益および借入金により現金および預金が増加、固定資産については新工場建設に伴って建設仮勘定が増加し、資産合計では前期比7億87百万円増の91億51百万円であった。負債については新工場建設に伴って長期借入を実施しており、同6億19百万円増の50億99百万円、純資産は同1億67百万円増の40億51百万円となっている。

取引先の業態別構成比は、外食ではファミリーレストラン54.8%、居酒屋15.0%、ファストフード11.4%、その他外食2.9%、合計84.0%となり、中食ではコンビニエンスストア4.0%、弁当・総菜5.2%、食品メーカー・問屋5.2%、給食1.6%、その他2.9%、合計16.0%であった。部門別構成比はカット野菜32.8%、ホール野菜53.0%、その他14.2%となっている。

#### ◆2011年3月期業績見通し

2011年3月期の経営課題は、売上拡大と営業力の強化により業績回復に尽力することである。そのために平均単価の引き上げと取引件数の増加を図る。

施策としては、新工場稼働に伴う売上拡大を実現するため、センター化構想によるホール野菜の販売増や衛生設備の強化によるコンビニ・給食・医療施設分野へのカット野菜の販路拡大、物流 IT 化による野菜外物流の拡大を行う。営業力の強化としては顧客満足度アップへ取り組み、提案型営業の強化と売れる商品の発掘・仕入を行う。また計画的な仕入を実現するため、契約産地の再開発・拡大、市場との連携・提携による産地からの物流・商流の再編成、デリカスコアの本格導入を推進する。市場との連携については東京青果との連携が実現している。

新工場「東京 FS(Fresh & Speedy)センター」は、敷地面積は 3,096 m<sup>2</sup>、専有面積は 4,440 m<sup>2</sup>、竣工予定日は平成 22 年 6 月である。当社は生産者・JA・農業法人と外食・中食・ベンダー・給食顧客の間を取り持つ中間業者で、安心・安全・鮮度・衛生・時間・コストをコーディネートする位置にあるが、この新工場ではそれぞれの野菜に合わせた適温保管設備が充実している。また、衛生設備・管理の向上、トレーサビリティシステムの導入、24 時間受発注体制の構築等により販売シェア拡大・販路拡大の実現を目指していく。

提案型営業の強化については、野菜の香り成分から抗酸化力などを測定し、野菜そのものに付加価値を付けて販売していきたいと考えている。そのために非破壊で野菜の成分を測定する技術を開発している。7 月からアークヒルズでアンテナショップを展開し抗酸化などをキーワードにした野菜販売を行う予定である。

一方、中国では技術・ノウハウが比較的浅い分野であり、当社グループの技術・ノウハウを注入することで中国市場への進出を準備している。現在、香港で事業展開している深圳の民間企業とカット野菜等での提携を検討中で、将来的には日本への輸出拡大も目指す。

以上の施策により、2011 年 3 月期は売上高 200 億円(前期比 8%増)、営業利益 4 億 90 百万円(同 2.8%増)、経常利益 4 億 75 百万円(同 4.8%増)、当期純利益 2 億 68 百万円(同 11.2%増)を計画している。構成比は外食 82.9%、中食 17.1%と考えている。

## ◆グループ概要

当社グループは資本金 7 億 59 百万円、2010 年 3 月期の従業員数は 200 名(平均臨時雇用者数 738 名)、売上高は 185 億 15 百万円である。仕入・加工・物流をワンストップで行う卸売業としてトレーサビリティのとれた新鮮な野菜を外食・中食の顧客に届けている。野菜を中心に生産地から消費者までの食をコーディネートできる企業として、「日本の農業の発展」および「国民の健康増進」に貢献していきたい。

## ◆新しい試みへの挑戦

社長 館本勲武

東京デリカフーズの新工場「東京 FS センター」は国から半額補助を得ているが、流通業界では初めての補助金事業あり、市場機能と同時にカット野菜機能、物流機能を持つ日本初の工場である。1 階にはホール野菜のデジタルピッキング機能があり、2 階はジャストインタイム方式のカット野菜工場となっている。どちらも日本初のものである。3 階にはデザイナーフーズの分析機能がある。

また、中国市場への進出についてはカット野菜の商談が進んでいるが、むしろ高付加価値加熱野菜・冷凍野菜を中国で販売することを考えている。

一方、2009 年 9 月から行っているマルシェでは、抗酸化力をテーマに高付加価値野菜のテスト販売を行っている。抗酸化力の値によって価格を変えたところ、抗酸化力の高いものから売れていく傾向がみられた。これは東京のアークヒルズでも名古屋でも同様の傾向で、野菜の種類による変動もなかった。高付加価値の野菜は高価格でも需要があると言える。今後アンテナショップでそのニーズを確認していきたい。

その際に重要なのが、野菜の中身を非破壊で測定する機械である。現在、野菜の価格は形だけで決まってしまう傾向があるが、中身、品質のよいものが高価格で売れる仕組みを構築しないと、日本の農業は壊滅的状況に陥るのではないかと。国もこのことに気付いて当社の工場に補助金が付いたのであり、この非破壊で測定する機械を

何としても開発したい。2011 年度第 1～第 2 四半期の利益はこの機械の開発と工場の立ち上げに回していく予定で、苦戦も想定している。

食べ過ぎを防げば、おいしいものには力があり、体にいいことを当社はこの 10 年来で証明してきた。野菜だけでなく食材はすべて抗酸化力を測れるようになってきたため、アンテナショップでは米・みそ・しょうゆなども置き、料理教室で作ったメニューの抗酸化力を測るなどして案内することも考えている。当面は 3 品程度を測定した野菜コーナーと旬の野菜を扱うが、3 年後をメドに、免疫系野菜、抗酸化系野菜、解毒系野菜に大別して、それぞれ測定値によって価格を決めるという形にしていきたい。そのほか通信販売など模索しながらアンテナショップを運営していきたいと考えている。研究開発に少々時間はかかったが、やっと入口に立つことができた。

現在の当社の顧客は外食産業がメインであるが、非破壊の高付加価値野菜の販売で、今後は小売店・スーパー・百貨店等との取引が出てくるであろう。当社としては企業規模の大小ではなく、日本の農業の活性化について真剣に取り組む目線があるところと取引したいと考えている。

最近 AMI(アグロ・メディカル・イニシアティブ)という医学・農学者による研究会ができ、食と健康の関係を立証しようとしている。医・食・農・工の連携の下、日本農業の転換期が訪れるのではないかと考えている。

### ◆ 質 疑 応 答 ◆

**契約農家に対して抗酸化力の高い野菜を作るような指導をしていくのか。**

当社の分析では、旬の野菜や適地適作の野菜ほど成績のいいことが分かっている。農家にはいい野菜を作れば価格決定権を持つことができるという啓蒙をしていきたい。

**BtoC 市場参入について詳細を伺いたい。**

アンテナショップで実際に抗酸化野菜など高付加価値野菜が売れることを証明した後、小売店舗については当社が直接展開するのではなく、当社に賛同する企業と提携していきたい。

**非破壊での全品検査について技術的ハードルや克服のメドはついているのか。**

非破壊検査では香り・画像・重量・近赤外線などを用いるが、糖度ではすでに実証済みで、抗酸化力についても可能だと考えている。現在、ガスクロマトグラフィーについて日本で最も詳しい研究者と契約を交わし、開発中である。

(平成 22 年 6 月 2 日・東京)