

Sojitz IR DAY 2021(2021/11/29 開催)

質疑応答

(生活産業・アグリビジネス本部)

【質問者 1】

- Q: P12 について、足元の 21 年度は、収益ポートフォリオがどのような構成になっており、そこから将来 100 億円の利益をどのように稼ごうとしているのか、ブレイクダウンを教えてください。
- A: 21 年度は、肥料事業で 40 億円程度稼いでいるが、他事業のところで少し足を引っ張っている状態。フィリピンの小麦事業、パン事業など様々な事業を東南アジアで展開しているが、まだ収益貢献まで至っていない。その他の事業も、コロナの影響で厳しい 1 年になっている。しかし、コスト管理、在庫管理等、将来に向け準備をしている段階である。それが 22 年度には肥料事業以外の収益貢献として出てくると考えている。
- Q: 将来伸ばしていく事業のうちの一つであるプロテイン事業について教えてください。畜産・水産事業における現状の収益状況、および今後どのように 20 億円に到達しようとしているのか教えてください。
- A: 畜産分野では、双日協同飼料という飼料販売会社がベトナムにある。同社では鶏、豚向けの飼料を販売しており、売上が好調である。当期利益としては数億円程度の規模ではあるが、畜産の需要の伸びに応じて、現在キャパシティの見直しを行っており、今後増益していく方向。これに加えて、Vinamilk 社との取り組みや、Vinamilk 社以外の畜産分野での現地パートナーとの新たな協業を検討している。これらをスピード感を持って進めることで、収益化の早期実現を果たしていく。
- Q: 既に 40 億円程の利益ベースがある肥料事業が将来 50 億円になるとのことだが、肥料事業の他国展開について、カンボジア、ラオスで利益が前年度比 30%伸びていると仰っていたが、現在どのような取り組みをしていて、今後どう伸びていくのか教えてください。
- A: 以前は、特にミャンマーではエージェントからの引き合いに対して輸出をしていたが、TCCC ミャンマーとして現地会社を設立した。TCCC タイでの知見を活かし、ミャンマーのファーマーに対し直接的な販売ができるよう努力を重ね、現地でブランドとして浸透してきたと感じている。同様に、カンボジアでは、TCCC と、JVf の 2 社が場所を変えて展開しており、両社のブランドがそれぞれの地域で浸透してきている。第一次産業の勝負どころは、我慢強く現地でプロモーションをかけていくことだと思う。これら周辺国での販売量が今後伸びる見込みが見えているので、確りと数値化していきたい。

【質問者 2】

- Q: アグリビジネス事業の直販アプローチについて教えてください。TCCC の SNS では 10 万人のフォロワーがいるとのことだが、彼らは EC サイトで直接購入し、それが広がっていくと双日の収益が上がっていくのか。それとも卸経由での購入は変わってなくて、農家と直接つながって、将

来的に農機や資材販売をしていくのか。どういう立て付けで直販に力を入れているのか教えて欲しい。

A: 肥料の販売は、大きな問屋がいて、その後ろに二次問屋がいて、二次問屋が各地域で顧客を持つという構造になっている。今後のアプローチはこの構造に対し軋轢を起こす可能性がある。但し、双日が作ったユーザーネットワークの一人一人は、肥料のみならず、農資材関連、ファイナンスの提供等様々なニーズを抱えている。肥料をツールにして、違うニーズに対し、ビジネスを構築できたらと思う。将来的には、大問屋と言われるところがなくなっていき、本当の意味で顧客を持てるようになればと考えている。但し、現在の構造が一朝一夕に変わるものではないので、確りと見極めた上で推進していきたい。

Q: 今のところは全て卸経由で販売しているが、将来的な種まきとして、農家ともっと接点を増やそうということか。

A: ご理解の通り。また、タイでは水稲以外にサトウキビやゴムなど色々な作物が増えてきた。今後はこれらの作物を売って欲しいという農家のニーズも出てくると思う。そこに、現地での双日のプレゼンスを活かし農家同士を繋いでいくことができるのではと思う。

Q: ベトナムで提携した Vinamilk は牛肉の加工事業だと思うが、ベトナムでは何か規制があるのか。競争力がどういう位置づけで担保されているのか教えて欲しい。

A: 現状、ベトナムの牛肉市場は豪州から生体牛が年間 26 万頭輸入されており、ハノイやホーチミンで屠畜が行われている。それがなかなかシステム化できておらず、牛 1 頭で効率良く価値を生むことができていない。双日としては、この非効率な流通となっているところに着目し、コールドチェーンも含めた安心安全の流通を作っていきたいと考えている。

Q: 肉のプレートを入力しているわけではないのか。

A: アメリカから肉の輸入も一部あるが、それは既に製品になっているものと理解している。

Q: 双日としては、現地でチェーンを作ることでマネタイズするということか。

A: ご理解の通り。現在プレマーケティングのトライアルを現地で実行中。マーケットからは、好反応を頂いており、将来的には比較的早くマネタイズできるのではないかと期待している案件である。

【質問者 3】

Q: 双日の肥料事業は稲作向け中心と理解しているが、日本の肥料市場を見ると、かつての減反政策等で、伸びない状況が続く中で、双日が取り組んでいる国は生産過剰等の問題等はなく、米の生産量が増えているのか。

A: 肥料市場に入っていくときの最初のターゲットは水稲だったが、その他にサトウキビ・ゴム・果物、ベトナムではこれらに加えて・コーヒーなどもある。植物には、窒素・リン・カリは養分の 3 大要素として必ず必要であるが、肥料の種類には 3 要素のうち特定の養分のみ含まれる単肥と、複数の養分が含まれる複合肥料の 2 つがある。この 2 つを合わせると、ASEAN では年率

1.5%の伸長が確実に見込まれるというFAOのデータがあり、そういう環境にある。双日としては、水稻というベースの上に、違う作物向けの肥料を展開しており、それが確実に伸びてきている。水稻は時々農民保護のかたちで政治銘柄になってしまい、特にタイではあまりに高い価格にすると、政府指導のシーリング価格などの動きが出やすい。一方他の作物では、高価に売れるので、良質な肥料を認めて買ってくれる。その意味では、水稻以外に展開しており、軌道に乗っているという方向。

Q: タイ等の肥料業界で再編があり、双日のチャンスが増えているのか、肥料事業全体についても教えて欲しい。

A: 事業の再編については、ご存知の通り、窒素、リン、カリは相当な値上がりをしており、中には売っている肥料の価格を上げ切れず採算が取れず潰れそうな会社も増えている。特にベトナムでは韓国系、地場ともに大変苦戦している。確かに世界的にも再編の動きがあり、東南アジアでも今後起こり得ると思うが、この動きを確り見極めて、どういうパートナーと組めば良いのかも含めて検討していきたい。肥料事業は双日の看板事業なので、確りとタイアップを検討していきたい。

Q: 肥料価格についてだが、日本だと原料価格上昇分は全農が持つなどの価格政策があるが、タイは自由競争で、価格転嫁は難しいのか。

A: タイでは、政府よりシーリングプライスが設けられており、販売価格への転嫁が難しい状況だが、必要なタイミングで価格転嫁を実行し、昨年度程ではないものの、今年度もリーズナブルに収益を稼いでいるといえる。

Q: 農業資材への取組も行うということだが、これまで農薬事業へなぜ取り組んでこなかったのか。今後の見方も教えて欲しい。

A: タイ TCCC には、子会社に MC Agro-Chemicals という農薬販社がある。農薬に関しては、化学本部と生活産業・アグリビジネス本部との連携はやってこなかったが、現在本部を跨いでガーデニング等の緩効性肥料等、協議をしている。歴史的には、双日の農薬はあまり強くなく、過去にはアリスライフサイエンスという農薬会社を売却したこともあり、肥料は肥料、化学は化学、と分けて事業を展開してきたという背景もある。農薬は今後のテーマの一つとして検討していきたい。

以上