

中間株主通信



マスカット



きぬむすめ



ままかり



きびだんご

備中松山城

日本の
特産品

岡山県編

詳細は
裏表紙へ！

木徳神糧ってどんな会社？

木徳神糧は、コメビジネスを通して国内のみならず、世界中の消費者にコメ・コメ関連食品の素晴らしさを発信し、健康で楽しいライフスタイルの実現をサポートします。

成長を支える4つの強み ～Strong Point～

1 おコメの取扱い量 国内トップクラス！

スケールメリットを最大限に活用し、全国の主要産地から仕入れ、安定的に供給する体制を確保しています。

2 お客様のニーズに対して 迅速に対応できる体制

全国に営業拠点・精米工場を設置し、必要な時に、必要な場所へ、必要な量を迅速に供給する生産体制を確立しています。

3 おコメ以外にも！ 豊富な商品群

用途多彩な米粉や米油、さらには鶏卵・卵加工品などバラエティ豊富な製品を取り扱っています。

4 ライフスタイルの変化に対応した 高付加価値商品

「安全と健康」「おいしさ」をキーワードに、最先端のバイオテクノロジーを用いて、おコメの持つ新しい機能を開発しています。

これからの成長に向けて ～Growth Strategy～

飼料事業

国内配合飼料メーカー等への飼料及び飼料原料の販売

- ・数量とエリアの拡大
- ・取扱商品の用途拡大

米穀事業

家庭用・業務用の精米の製造販売、玄米の販売

- 国内：生産者に近づく体制づくりの具現化
生産体制の再構築
- 海外：コメビジネスのグローバル展開
国産米輸出の拡大と市場の開拓

鶏卵事業

鶏卵、鶏卵加工品の販売

- ・中食・外食向け販売強化
- ・加工品の提案営業の拡大

食品事業

コメ加工食品の製造・販売
付加価値商品のラインナップ拡充と海外展開

市場環境の
変化への迅速対応

+

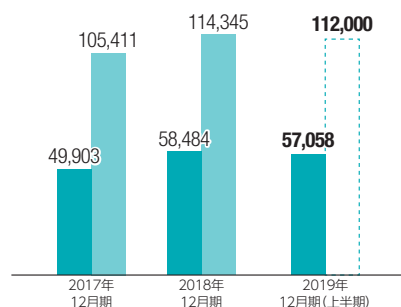
大手米卸としての
存在意義の発揮

=

日本の農業の持続的な発展に貢献し、
企業価値の向上を実現

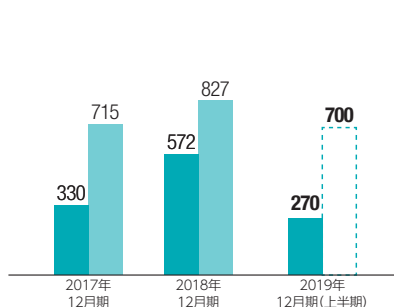
売上高 (単位:百万円)

■ 上半期 ■ 通期 (予想)



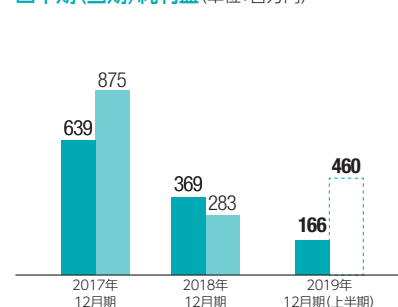
経常利益 (単位:百万円)

■ 上半期 ■ 通期 (予想)

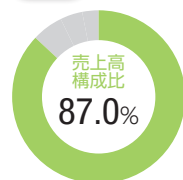


親会社株主に帰属する
四半期 (当期) 純利益 (単位:百万円)

■ 上半期 ■ 通期 (予想)



米穀事業



売上高

49,665百万円
(前年同期比2.7%減)

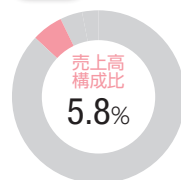
営業利益

471百万円
(前年同期比41.3%減)

- 入札によるミニマム・アクセス米の取扱数量が前年同期と比較して大きく減少したことから減収
- 業務用向けの原料の調達難や価格競争の激化による採算の悪化および物流コストや人件費の上昇による経費の増加等により大幅減益



飼料事業



売上高

3,318百万円
(前年同期比5.6%増)

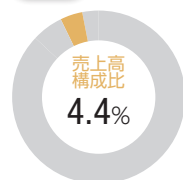
営業利益

155百万円
(前年同期比0.9%減)

- 仕入先の拡大に努めた輸入牧草類の販売が伸長し増収
- 需給が逼迫した国内原料を中心とした利益率の低下や、国内の物流コストの上昇等から減益



鶏卵事業



売上高

2,484百万円
(前年同期比1.6%減)

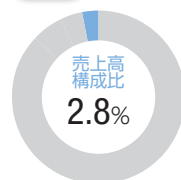
営業利益

22百万円
(前年同期比72.7%増)

- 中食・外食へ向けたメニュー提案が奏功し、業務用向け鶏卵および加工卵の販売数量が増加した一方で、供給過剰により鶏卵相場が15年ぶりの安値でスタートした影響から減収
- コスト削減と利益確保に注力したことで大幅増益



食品事業



売上高

1,590百万円
(前年同期比11.2%減)

営業損失

27百万円
(前年同期は47百万円の営業損失)

- 国内の加工用もち米の販売数量が減少したこと等から減収
- 台湾におけるたんぱく質調整米の製造・販売事業の損失が縮小したこと等により、営業損失は減少

国内外における存在意義を発揮し、
企業価値の向上を実現してまいります。

代表取締役社長 平山 惇



Q 2019年12月期上半期の業績について
お聞かせください。

A 値ごろ感のある原料の調達難と価格競争の
激化など、厳しい事業環境となりました。

当社グループの主力の米穀事業における環境は、減反による生産調整が廃止されたものの主食用米の生産量は増加せず、国産米の取引価格は依然として高い水準で推移しています。加えて、高価格帯のブランド米の生産が増加し、中食・外食といった業務用を中心にニーズの強い値ごろ感のある原料が不足するというミスマッチが続きました。

こうした環境下、当社においては国産米の家庭用向け精米販売が減少する一方、卸業者間の玄米販売の数量が増加しました。しかし、ミニマム・アクセスによる外国産米の販売が前年同期と比較して大きく減少したことから、当第2四半期連結累計期間の売上高は、前年同期比2.4%減となる57,058百万円と

なりました。

損益面においては、前述の事業環境を背景に米穀事業における業務用向けの値ごろ感のある原料の調達難と価格競争が激化するなか、当社グループの役割である顧客への安定供給の遂行を重視したことで収益を圧迫したこと、加えて物流コストや人件費の上昇による経費の増加等により、営業利益は前年同期比55.6%減の234百万円、経常利益は同52.7%減の270百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同54.9%減の166百万円となりました。

Q 市場動向と貴社グループの中長期的な方針を
改めてお聞かせください。

A 国内外市場を視野に、従来の“コメ卸”の
概念にとらわれず事業に挑戦します。

国内における米穀事業環境は、少子高齢化や食の多様化、糖質制限等の要因から家庭内消費を中心に

コメの消費減少が継続しています。こうしたなか、当社グループにおいては、コメビジネスにおける付加価値商品開発の強化とグローバル展開を加速してまいります。

“コメ卸”ビジネスを古くから振り返りますと、政府米を“町のお米屋さん”に卸す時代から、1969年に自主流通米制度が始まり、当社はいち早く自主流通米の取り扱いを始め、自社の精米工場で精米して生協や大手外食産業への直接販売を拡大しました。現在に至るまで、当社グループは生協・量販や中食・外食産業など、国内有数の優良企業とお取引を頂き、国内の米の安定供給に大きく貢献してきたと自負しています。しかし一人当たり年間コメ消費量は1960年代の100kg超から、現在は約50kgに減少しています。一方で、核家族化、健康志向、グローバル化などを背景とした消費者ニーズの多様化によって、当社グループの“コメ”をキーワードとしたビジネスチャンスは大きく広がっており、従来の“コメ卸”の概念にとらわれず他社から一歩先に進んだ事業を展開していきたいと考えています。

Q 今後の国内事業における
キーワードを教えてください。

A 多様な付加価値商品の開発と、
工場の省力化の推進です。

当社では「健康」「利便性」を軸とした付加価値商品の開発、販売拡大に力を入れています。既に腎臓を患った方などに向けた、たんぱく質調整米「真粒米」・

「越後」シリーズ、グルテンフリー等のニーズにも対応する米粉シリーズでは米菓や和菓子製造会社、製パン会社等の用途開発を行うとともにレシピ提案も行っています。また、当社では、自社工場から発生する新鮮な米糠から作られたこめ油「こめしぼり」を、輸入原油を精製した他社製品と差別化し、健康志向に合わせた価値あるプレミアムオイルとして販売をしています。一方で、連結子会社のキトクフーズによる鶏卵事業においても温泉玉子など付加価値のある鶏卵加工品の販売が伸長しています。本社にはテストキッチンも設けており、今後一層、グループ全体で営業担当と商品開発担当が連携しながら、消費者ニーズの多様化に対応した新たなコメ加工品など、コメの消費量拡大につながる商品開発や提案型ビジネスを進めてまいります。

一方、商品・事業の付加価値化と並行して、コメの精米業務を通じて工場の効率化・高度化もさらに推進します。桶川工場を例にとると、近年は長鮮度米の製造ライン等の完全自動化などを進めてまいりました。さらに年度内には、原料として紙袋で納入される玄米の米袋をロボットが開封する自動解袋機の導入も決まっており、今後は“人”が介在してきた作業を出来るだけ無人化するとともに、工場スタッフがより効率的に多様な作業を行えるようシフトの工夫を行ってまいります。また精米工場を持つ強みを活かして、従来から顧客企業の新商品等に対応したブレンド米を開発するなど付加価値のある提案も行っています。こうした工場業務の効率化・高度化を通じて、当社グループの人的資源を付加価値ビジネスに登用し、将来に向けて事業基盤を強化してまいります。

Q 貴社の海外事業における強みを教えてください。

A 海外主要コメ産地とのつながりを武器に、国内外のあらゆるコメニーズに応えます。

日本では1995年から国内消費量の一定割合を輸入するミニマム・アクセス米(MA米)制度が始まりましたが、当社では以前から加工貿易制度を通じて国内米菓業界向け原料米を輸入してきた実績から、海外主要米産地との海外取引において他社に一步先んじたノウハウの蓄積がありました。現在も当社はMA米において、年間約十数万トンと国内有数の輸入量実績を誇ります。

当社グループはベトナム、米国、タイ、中国、台湾と5つの海外拠点を有しますが、海外ビジネスには複数の側面があります。一つはMA米制度を通じた各国産米の輸入です。もう一つは国産米の輸出による需要拡大です。海外マーケットでは、富裕層向けの高級寿司店、一般消費者向けの安価な寿司チェーンなど、ニーズ(価格、品質)は多岐にわたり、また日本と同様に「健康」「利便性」を軸としたコメおよびコメ加工品へのニーズも広がっています。さらに、各国の海外現地法人は日本だけでなく、アジア、北米、欧州など世界各国に供給しています。日本においても海外移住者の増加とともに世界の様々な料理にあったコメの需要も増えています。

こうした環境下で、社員には「米・コメ加工品に関するあらゆる国内外ニーズに応えることのできる存在であれ」と発破をかけています。さらにグローバルビジネスの進展と並行して、当社グループにおいてはベトナム、タイ、マレーシア、中国、台湾等からの社員が在籍し、今後さらに国内外から多様な人材を登用してまいります。

Q ステークホルダーへのメッセージをお願いします。

A 日本の農業の持続的な発展に貢献する、多角的な活動を行ってまいります。

1882年に創業以来、130年以上にわたり大手米卸として農業に携わってまいりました。木徳神糧が企業価値の向上を実現するためには、今後一層、当社グループの存在意義を発揮する、すなわち日本の農業の持続的な発展に貢献していく所存です。近年、異常気象がづくづくなか、農業の衰退による田畑の減少は大雨など自然災害の緩衝地帯がなくなることでもあり、農業を守ることはまさしく日本の国土を守ることにつながっています。当社は生産者に近づく取り組みとして、農研機構と協力し、実需者からのニーズに対応する多収穫品種を地域毎に適性を確認しながら生産・販売拡大に努めています。また一方では全農との資本業務提携を行うなど、業界内での連携も深めています。当社は今後も一貫して卸ビジネスに特化してまいりますが、国内外における消費者ニーズと、生産者の状況を適切につなぎ、コメビジネス業界全体の活況につなげていくことは、米穀卸としての重要な社会的役割だと認識しています。全農との連携を通じて、時には顧客企業とともに各地の農協との話し合いを行い、消費者ニーズの理解と、全農を通じたコメの集荷にも寄与していきたいと考えています。

通期におきましては、令和元年産の豊作基調が見込まれているなか、需給のミスマッチの解消等に期待しているところです。株主の皆さまにおかれましては、引き続き、何卒ご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。

日本のおいしいおコメを海外へ！日本米の輸出強化

少子高齢化や核家族化が進み、日本国内のおコメの消費量の減少が続く中で、当社は成長戦略として「コメビジネスのグローバル展開」、「国産米輸出の拡大と市場の開拓」を掲げています。今回は、日本のおコメのおいしさを海外に伝える取り組みについてご紹介します。

1 中国最大食品企業中糧集団 (COFCO) とコラボレーション

中国への日本米の輸出強化のため、中国最大食品企業の中糧集団 (COFCO) との協業を開始しました。COFCOの販売チャネルやブランド力を活かし、販路の開拓・確立を目指します。販売する商品は、現地で知名度のあるCOFCOの「福臨門」ロゴをあしらったものと、当社独自のもの2本立てで展開します。



金色を基調としたパッケージに、招き猫を大きく描いた店頭で目立つかわいらしいキャラクター米袋で販売！

2 多言語対応の本格的なコメ輸出専門サイト「WA (和) RICE」をオープン

2019年4月に、日本米輸出サイト「WA RICE (ワライス)」をオープンしました。日本米の魅力在海外の皆様にお伝えすることを目的としており、英語・中国語(簡体字・繁体字)・タイ語・ベトナム語の多言語に対応したサイトです。日本産米の調理方法をはじめ、お米に関する日本の文化や品質管理、各国の取扱い店舗等の情報を発信し、日本米の輸出を進めていきます。



3 タイフェックス2019に出展

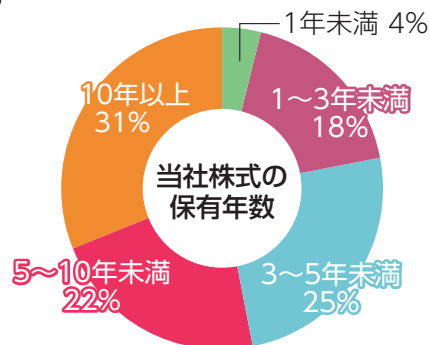
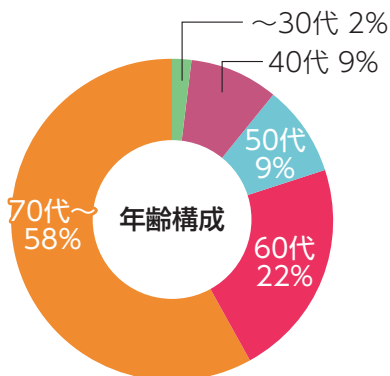
2019年5月28日から6月1日にかけてタイ・バンコクで開催された、東南アジア最大級の食品関連見本市「タイフェックス2019」に参加しました。今年は、新潟県と共同でブースを設置し、おむすびの配布などで新潟県産米の魅力伝える活動を実施しました。



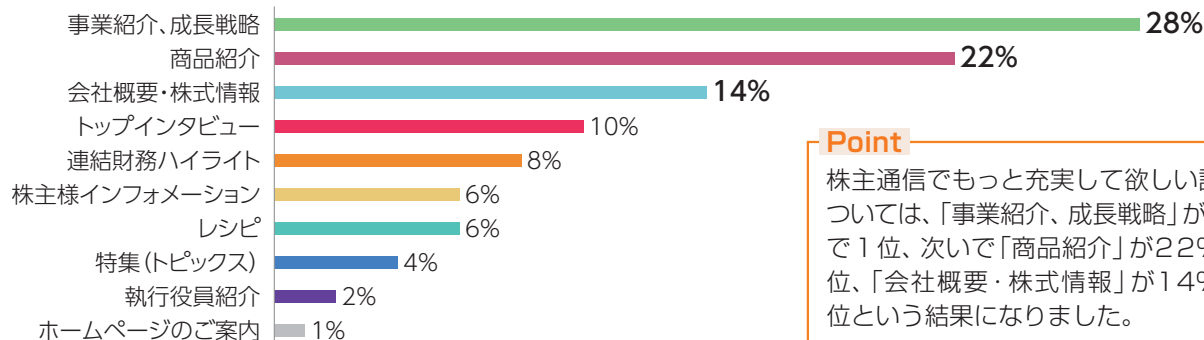
第71期株主通信 アンケート結果

実施期間
2019年4月1日から5月31日まで

ご回答数
235通(返送率13.3%)



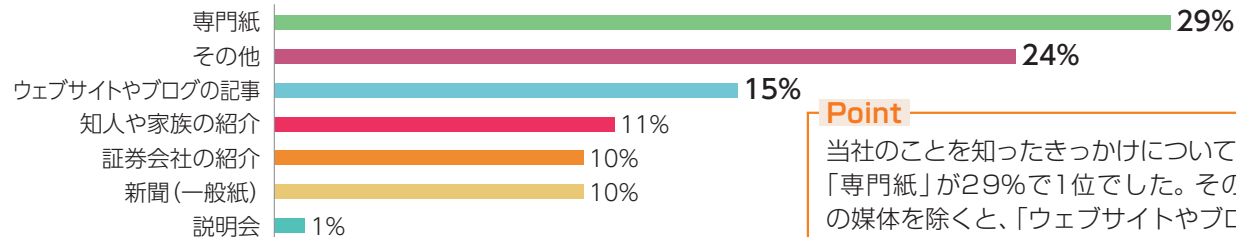
株主通信でもっと充実して欲しい記事をお聞かせください。(複数回答)



Point

株主通信でもっと充実して欲しい記事については、「事業紹介、成長戦略」が28%で1位、次いで「商品紹介」が22%で2位、「会社概要・株式情報」が14%で3位という結果になりました。

当社のことを知ったきっかけはなんですか?(新規設問・複数回答)



Point

当社のことを知ったきっかけについては、「専門紙」が29%で1位でした。その他の媒体を除くと、「ウェブサイトやブログの記事」が15%で2位、「知人や家族の紹介」が11%で3位という結果でした。

株主様の質問にお答えします

おもち、米油、お米、どれも品質が良く大変満足しております。

(大阪・男性・会社員)



ありがとうございます！「品質がいい」と言っていただくことが従業員一同により嬉しく、励みになります。品質に関する国際的な認証規格の取得も進め、一層品質向上に取り組んでまいります。

100株からでも優待がいただけるようになるとうれしいです。会社の事業内容には満足しています。

(愛知・男性・公務員)



より多くの株主様に当社の商品をお試しいただけるよう、昨年末から100株以上～200株未満の株主様向けの優待を新設いたしました。ご意見ありがとうございました。

御社の事業は全国展開されているのでしょうか？

(滋賀・男性・無職)



当社は東北から九州まで5カ所の支店、6カ所の精米工場、1カ所の製粉工場、そして提携企業とのアライアンスを活用して全国展開し、お客様のニーズに迅速に対応できる体制を整えています。またベトナム、アメリカ、タイ、中国、台湾にグループ会社があり、海外にも積極展開しています。

株主優待

お知らせ

※株主の皆様により一層美味しいおコメを召し上がっていただくため、例年9月に発送していた優待品を本年は10月に発送いたします。

100株以上ご所有の株主の皆様は株主優待品を贈呈いたしております。

6月末現在の株主様

200株以上400株未満

▶2,000円相当の米穀製品

400株以上

▶4,000円相当の米穀製品等※

12月末現在の株主様

100株以上200株未満

▶2,000円相当の米穀製品

200株以上

▶3,000円相当の米穀製品等

※うち2,000円相当は「切り餅」を12月中頃までに贈呈いたします。

ポイント1

12月末現在の株主の皆様

年2回の贈呈

▶3月頃発送

6月末現在の株主の皆様

▶10月頃発送※

ポイント2

当社米穀製品をお届けします。



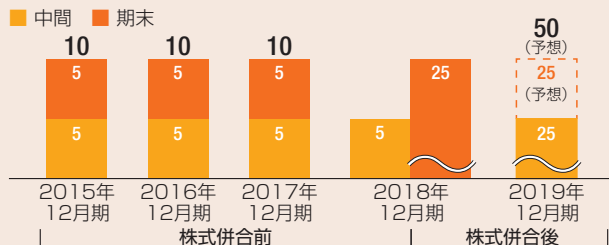
※優待内容や商品デザインは、変更する場合があります。

配当金

当社は株主様に対する利益還元を重視しており、安定的な配当の継続を業績に応じて維持することを基本方針としております。その実現のためには盤石な経営基盤の確保が重要であり、株主様への利益還元と同時に内部留保の一層の充実を図りつつこれに取り組んでまいります。

■1株当たり配当金の推移

単位：円



※2018年7月1日付けで株式併合(5株→1株)を実施しております。

● 会社概要

商 号 木徳神糧株式会社

事業内容 米穀事業、飼料事業、海外事業、コメ加工食品事業

本店所在地 〒104-0061 東京都中央区銀座7-2-22

本社所在地 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-8
木徳神糧小川町ビル
TEL : 03-3233-5121(代表)
FAX : 03-3233-5131

資本金 5億2,950万円

従業員数 275名(臨時雇用者を除く)

ホームページ <http://www.kitoku-shinryo.co.jp/>

● 株式情報

- (1) 発行可能株式総数 6,000,000株
- (2) 発行済株式の総数 1,706,000株
- (3) 株主総数 1,623名
- (4) 大株主

株主名	所有株式数	持株比率
木村 良	72千株	4.38%
大和産業株式会社	70	4.23
木村 謙三	67	4.05
濱田精麦株式会社	60	3.65
全国農業協同組合連合会	60	3.63
株式会社三菱UFJ銀行	60	3.63
株式会社神明	49	2.98
水野正夫	45	2.75
株式会社三井住友銀行	37	2.25
農林中央金庫	37	2.25

(注) 1. 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しております。
2. 持株比率は、自己株式(53,530株)を控除して計算し、小数点第3位を切り捨てて表示しております。

● 役員

取締役

取締役会長 木村 良
代表取締役社長 平山 惇
取締役専務執行役員 三澤 正博
取締役常務執行役員 鎌田 慶彦
取締役常務執行役員 稲垣 英樹
取締役常務執行役員 石田 俊幸
取締役常務執行役員 竹内 伸夫
取締役執行役員 岩苔 永人
取締役(社外) 秋岡 栄子

執行役員

執行役員 大橋 正博
執行役員 家辺 義之
執行役員 石森 好宏
執行役員 管 益成
執行役員 山田 智基
執行役員 金子 泰彦
執行役員 郡司 和久

監査役

監査役(常勤) 伊豫田直記
監査役(社外) 杉野 翔子
監査役(社外) 福田 真也

株主メモ

事業年度 1月1日から12月31日まで

定時株主総会 毎年3月に開催いたします。

基準日 定時株主総会については12月31日、その他必要があるときはあらかじめ公告する一定の日

配当金受領株主確定日 12月31日及び中間配当金の支払を行うときは6月30日

株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
東京都府中市日鋼町1-1
電話 0120-232-711 (通話料無料)
郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

上場証券取引所 株式会社東京証券取引所

公告方法 電子公告(ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。)

情報発信サイトキトクの を更新中！

当社で働く社員から、おコメに関するおいしい話や当社のイベントレポートなど、様々な情報を発信するサイトを開設しました。

木村徳 奈川兵衛 神川食糧

社名の由来

「どうして木徳神糧という社名なの？」という皆様の疑問にお答えしています。

当社の130年の長い歴史を感じていただけたらと思います。



食育イベント

「キトクのおむすび」

2019年7月に、新しい取り組みとして、おむすび作りを通して子供たちに日本の米食文化を伝えるイベントを開催しました。その様子をレポートしています。

ぜひ見に来てください！



平山社長

アクセスはこちらから

<https://kitoku-shinryo.theblog.me/>

当社ホームページからもアクセスできます！



旨味をほうじ茶の風味が
やさしく包みます。
仕事の疲れを癒す、
大人向けのおかゆです。



おいしい おコメを使ったレシピ

調理時間 90分

カロリー 250kcal
(1人分)

簡単料理メニュー 鯛茶がゆ

材料
(2人分)

無洗米……………1/2カップ
ほうじ茶……………1カップ
水……………1.5カップ
塩……………少々
鯛(刺身)……………100g
三つ葉……………6本

菜の花…………… 適量
わさび…………… 少々

A しょうゆ……………大さじ1
みりん……………小さじ1
すりごま……………小さじ2

- 1 無洗米を鍋に入れ、分量の水を加えて30分浸けておく。急須にほうじ茶の葉を適宜入れ、湯(分量外)を注いでほうじ茶を1カップ分淹れて冷ましておく。
- 2 30分たったら米を入れた鍋にほうじ茶を加え、蓋をして強火にかける。煮立ったら弱火にし、ふきこぼれないように蓋を少しずらして約40分炊く。
- 3 鯛は薄くそぎ切りにし、**A**の材料を加えてあえておく。三つ葉は2cmの長さに切っておく。菜の花は塩を加えた湯で茹でておく。
- 4 炊き上がった茶がゆに鯛、三つ葉、菜の花をのせ、わさびを添える。



トップページ



IR情報



おすすめ情報

スマートフォンにも対応！

より多くの方々に当社を理解していただけるよう、おすすめ情報やIR情報などの充実を図っておりますので、是非一度ご覧ください。

日本の特産品

(表紙から)



岡山県には当社の支店や精米工場があり、全国におコメを届けています。現在、ニーズの高い長鮮度米製造ラインの整備も進めています。今回は、そんな岡山県の名所・名産品をご紹介します。

1 備中松山城

臥牛山の4つの峰の一つ、小松山の山頂を中心に築かれた山城が備中松山城です。天守が現存する山城としては最も高い所に位置し、雲海に浮かぶ姿が幻想的です。

2 きぬむすめ

2 きぬむすめ

きぬむすめは、白くてつややかな炊きあがりと粘りが強く、柔らかめの食感を持つおコメの品種です。冷めてもおいしいのが特徴で、お弁当やおにぎりにもぴったりです。

「おいしくて隣の家に飯(ま)を借りに行ってしまう」ことがままかりの名前の由来です。岡山県ではままかりの酢漬けが家庭の味として広く食されています。

3 ままかり

4 きびだんご

吉備津神社の境内で茶菓子として振舞われたことが、岡山銘菓となったきっかけと言われています。また、吉備津神社の主祭神である大吉備津彦命は桃太郎伝説のモデルという一説もあります。

岡山県は国内有数のぶどうの生産量を誇ります。日本における90%以上のシェアを持つマスカット・オブ・アレキサンドリアや、岡山県で生まれた皮ごと食べられる品種の瀬戸ジャイアンツが有名です。

5 マスカット