



トップページ

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。

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、さらに社員の何気ない日常の一コマなど、様々な情報を発信するサイトを日々更新しています。



日本の特産品

(表紙から)



生産量52万tを誇り、日本で第3位のコメどころである秋田県。当社でも多く秋田県のおコメを取り扱っています。今回は、そんな秋田県の名所・名産品をご紹介します。

1 大曲の花火

1910年に始まり、100年以上の歴史を誇る花火大会です。毎年70万人以上が集まり、日本最高峰の花火芸術が披露される場となっています。

2 きりたんぼ鍋

「たんぼ」とはご飯を串に巻き付けて焼いたものを指し、鍋に切って入れることから「きりたんぼ」と呼ばれるようになったと言われています。寒い秋田の冬に各家庭で楽しんでいます。

3 ハタハタ寿司

体長20cmほどの小さな海水魚ハタハタの塩漬けを、麴を混ぜたご飯と人参などの野菜などとともに漬け込んで熟成させるお寿司です。乳酸発酵による優しくて深い酸味が特徴です。

4 あきたこまち

日本人なら誰もが知っているおコメのブランド「あきたこまち」は、もちもちとした食感と粘りの強さが特徴的な品種です。その名の通り秋田で開発され、現在は日本各地で広く栽培されています。

5 曲げわっぱ

秋田県大館市の伝統工芸品で、秋田杉を使用して作られる曲物です。約1,300年前の誕生当時から変わらぬ技法で職人が一つひとつ丁寧に生産しています。

第73期 2020年1月1日▶2020年6月30日

中間株主通信



曲げわっぱ



きりたんぼ鍋



ハタハタ寿司



あきたこまち

大曲の花火

日本の特産品

秋田県編

詳細は
裏表紙へ!

木徳神糧ってどんな会社？

経営理念

コメビジネスを軸に世界中の消費者にコメと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。

新中期経営計画(2020年12月期～2022年12月期)を策定

2020年12月期～2022年12月期の3カ年は「**持続的成長を実現するための構造改革期間**」

当社を取り巻く経営環境

- 人口減少・少子高齢化
→食品購入量の減少
- 食の多様化
→コメ食の減少
- 消費税増税・将来への不安
→節約志向
- 働き方改革対応
→物流コスト・人件費増加
- 消費行動の変化
→ニーズ把握と対応の高度化

逆境を
勝ち抜くための
経営戦略

米穀事業(国内)の
構造改革

- 仕入構造改革の推進
- 製造部門のコストダウン
- 提案営業実践の強化

新規事業・
新商品開発の本格化

- 海外市場におけるチャレンジ
- 連携強化による開発の充実

当上半期の取り組み

新規事業・新商品開発の本格化

アンジメックス・キトクより 「おゆきさんのこしひかり」を販売開始

当社のベトナム現地法人アンジメックス・キトクより、現地栽培の「おゆきさんのこしひかり」を2020年5月に販売開始しました。定期的に種子を日本から輸入し、最終的に生産された原料のDNA分析を行った、コシヒカリとなっています。



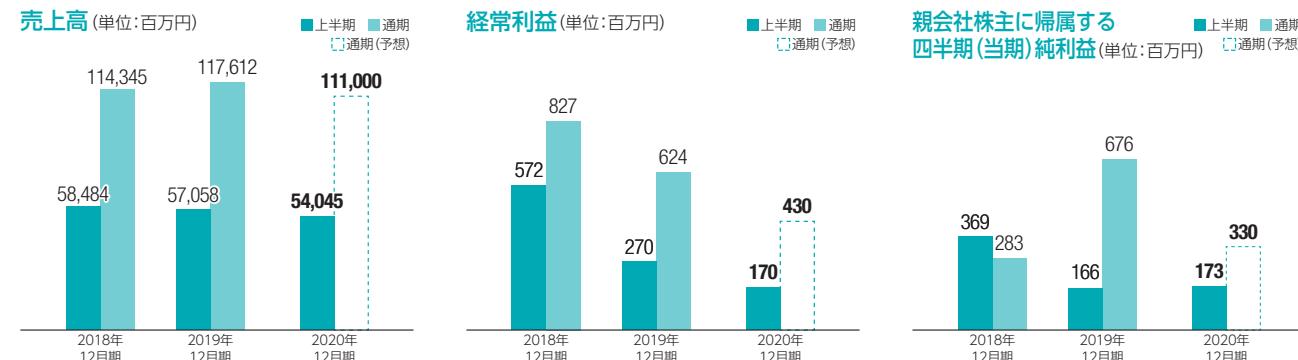
非常時に備える 「ストックライス」を新発売

2020年8月に新発売となった「ストックライス」は、当社の「長鮮度米®」をベースとしており、ご家庭での「ローリングストック」がしやすい商品です。①長期間鮮度を保つ、②におい移りを防ぐ、③水漏れを防ぐ、④虫の発生を防ぐ、という4点の特長を持っています。



連結財務ハイライト

Financial Data

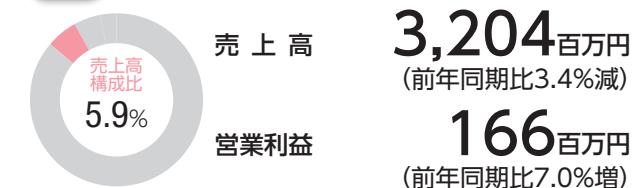


米穀事業



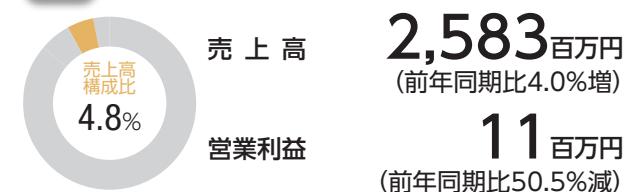
- 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う業務用向けの大幅な需要減少およびミニマム・アクセス米の取扱数量の減少により減収
- 業務用向けを中心とした需要減少に伴う採算悪化、ベトナム子会社における周辺国への輸出の停滞等により減益

飼料事業



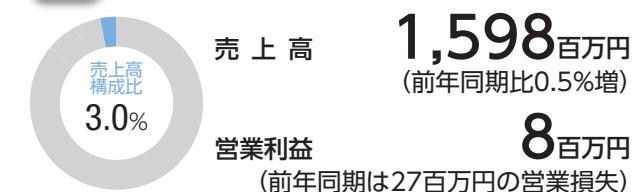
- 新型コロナウイルス感染症拡大により輸入牧草の取扱いが減少し減収
- 各アイテムの収益率向上に努めたこと等により増益

鶏卵事業



- 巣ごもり需要等による量販店向けの家庭用ブランド卵の販売増加により増収
- 外食向け業務用の需要減少に加えて、物流コストや人件費等が増加したこと等により減益

食品事業



- 和菓子の原料となる穀粉の販売数量が減少した一方、たんぱく質調整食品等ヘルスケア商品の拡販に努め増収
- 事業撤退を決定した台湾におけるたんぱく質調整米の製造・販売事業に係る損失の縮小により黒字転換



次世代における強固な経営基盤を再構築すべく 構造改革を進めます。

代表取締役社長 平山 惇



Q 2020年12月期上半期の業績について
お聞かせください。

A 消費マインドの悪化による厳しい販売状況
と業務用向けを中心とした採算悪化の影響
で厳しい結果となりました。

食品流通業界におきましては、新型コロナウイルスの感染拡大に対する不安感から、消費者による生活必需品の買い溜めが見られました。生産や物流の混乱が発生する一方、感染拡大防止策として不要不急の外出自粛、イベント等の中止や店舗の休業および営業時間の短縮等の要請に伴う急速な消費マインドの悪化により、厳しい情勢が続いています。

当社グループの主力である米穀事業においても、巣ごもり需要や家庭内備蓄により家庭用向けの販売数量は堅調に推移したものの、中食・外食を中心とする業務用向けの販売数量が大幅に減少しました。業者間の玄米販売も低調であったことから、国産米全体の販売数量は減少しました。さらに、ミニマム・アクセスによ

る外国産米の販売数量が前年同期と比較して大幅に減少しました。

こうした環境下、当社におきましては、売上高は54,045百万円(前年同期比5.3%減)となりました。また、損益面では、需要が大きく落ち込んでいるなか、販売や生産体制の見直しでコスト削減に努めましたが、主力の米穀事業の採算が悪化したことから、営業利益は114百万円(前年同期比51.1%減)、経常利益は170百万円(前年同期比37.1%減)となりました。一方、事業撤退を決定した、台湾のたんぱく質調整米の製造・販売事業に係る資産の売却等による特別利益の計上があったこと等から、親会社株主に帰属する四半期純利益は173百万円(前年同期比4.2%増)となりました。

なお、当社グループにおきましては、新型コロナウイルスの感染予防への全社的な取り組みを続けるなか、国内外での出張、対面での営業等が制限される一方で、精米工場等の事業運営は安定的に継続しています。

Q 市場動向と中期経営計画の進捗および今後の
取り組みをお聞かせください。

A 外部との資本・業務提携と基幹精米工場の高
効率化で米穀事業の構造改革を進めます。

当社グループは“米穀事業(国内)の構造改革”と“新規事業・新商品開発の本格化”を柱に、2020年1月より3カ年の中期経営計画をスタートしました。

“米穀事業(国内)の構造改革”においては仕入、営業、製造の3部門を通じた構造改革によりコストダウンを図り、収益構造の再構築を目指します。

ここで、重要施策の一つが産地精米の推進です。当社はJA全農との資本・業務提携を通じて、家庭用米の一部を全農系統の精米工場で精米しています。株式会社純情米いわて、株式会社JA食糧さが等に続き、地域の取引精米工場への出資をさらに進めてまいります。産地精米につきましては、地産地消の推進に加えて、業務用米も含む首都圏での消費を拡大してまいります。効率化を進めるためには産地精米の推進が不可欠ですが、当社が精米の委託先へ出資し、名実ともに木徳神糧の協力精米工場となることでお客様へは供給する商品の品質の担保にもなると考えています。

一方で、当社の自社精米工場については効率化・高度化を推進します。当社の精米工場では、業務委託先の人手不足、働き方改革に伴う残業時間の短縮等によって人件費が高騰し、利益を圧迫しています。既に桶川工場では長鮮度米の製造ラインの自動化を進め、自動解袋機を導入するなど機械化を促進していますが、今後は全工場で可能な限り人手を減らす省人化を推進してまいります。加えて、精米する種類を絞るなど工場間で製造アイテムを最適化し、業務用米への対応を強化します。

Q 新商品・新事業への取り組み状況を
教えてください。

A 備蓄米ニーズに対応した新商品を発売、
さらに産学連携を積極的に推進しています。

近年多発する自然災害、新型コロナウイルスの感染拡大により、食品の家庭内備蓄への消費者ニーズが高まっています。こうした環境下、当社の長鮮度米への評価も高まりつつあります。当社の長鮮度米はバリア性の高い包装資材と窒素充填、脱酸素材の封入で鮮度を長持ちさせます。中身のお米には特別な加工は行っておらず、いつものお米が長く美味しく食べられる商品です。通常のお米は精米日表示し、そこから1~2カ月以内を目安に食べ切って頂くことをお勧めしていますが、長鮮度米は精米日から6カ月の賞味期限を表示しています。賞味期限が長くなれば流通の各段階で在庫期間の余裕ができます。精米工場では計画的に生産ができて納品できないお米が減りますし、残業も減ることで労働環境改善に繋がります。また、店頭で販売できる期間と、ご家庭で保管できる期間が長くなりフードロスを削減できます。2020年8月には長鮮度米をベースとして家庭内備蓄にスポットを当てた「ストックライス」を新発売しました。普段食べている食料を少し多めに買い置きして日常的に使用し、使用した分を買い足すことで常に一定量の食料を備蓄する「ローリングストック」に使用して頂くというコンセプトです。また、巣ごもり需要で家庭料理を充実させたい、味のバリエーションを増やしたいとのニーズに応え、最高級のタイ香り米を手軽に電子レンジで調理できる無菌包装米飯(パックご飯)の「タイ香り米」を2020年7月に発売しています。

当社は「コメビジネスを軸に世界中の消費者にコメと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する』ことを経営理念として掲げ、「健康」と「利便性」を軸とする高付加価値商品の開発に取り組んでまいりました。現在は、部門横断型の新商品研究開発プロジェクトチームを立ち上げ、精米や加工の副産物である米糠や米タンパク、そして米粉等の活用を含む新商品について、東京農業大学や宮城大学と共に研究開発を進めています。

Q 海外事業についての取り組みを教えてください。

A 成長が期待される中国市場への取り組みを着実に進めています。

当社グループは海外にキトク・アメリカ会社(米国)、キトク・タイランド会社(タイ)、アンジメックス・キトク有限会社(ベトナム)という営業拠点があります。その中でも、アンジメックス・キトク有限会社ではメコン川上流の工場乾燥・粉すりを行った良質な玄米を下流の精米工場に持ち込み、日本式の精米方法と管理手法を用いて高品質なジャポニカ米を生産し、ベトナム国内はもちろん、日本を除く第三国へ輸出しています。また、2011年には中国産米の取り扱いを目的として木徳(大連)貿易有限公司を設立していますが、中国における高品質なコメ需要に対応すべく、中国最大の食品会社である中糧集团有限公司(COFCO)と協業し主に中国の日系企業向けに販売しています。今後はさらに、ベトナムのアンジメックス・キトクと連携し、成長市場である中国、マレーシア、シンガポール等ASEAN地域での取引拡大につなげてまいります。

Q ステークホルダーへのメッセージをお願いします。

A 創業以来の社会的責任を遂行するために、自らの構造改革を断行していきます。

当社は1882年の創業以来、一貫して米卸として日本人の主食であるコメを扱ってまいりました。現在に至るまで様々な自然災害や社会変化が生じるなか、安定的な食糧供給こそ当社グループの変わらぬ社会的責任と認識しています。少子高齢化に伴い日本人のコメ消費量が減少傾向にありますが、前述のとおりニーズの高まっているカテゴリーもあります。食料自給率を高めるためにも、美味しいコメをリーズナブルに安定的に提供することは、国全体でも変わらぬ重要テーマです。その前提として、当社グループ自身が安定的・持続可能な事業を継続する必要があります。構造改革をテーマとする現中期経営計画は、これからの100年でも安定的に食糧供給という社会的責任を果たすために、138年の歴史を振り返って立ち止まり、覚悟を持って変わるべき点を改革する、「時代に沿って古いものを捨て、新しいものを取り入れる」という気持ちで推進していきます。

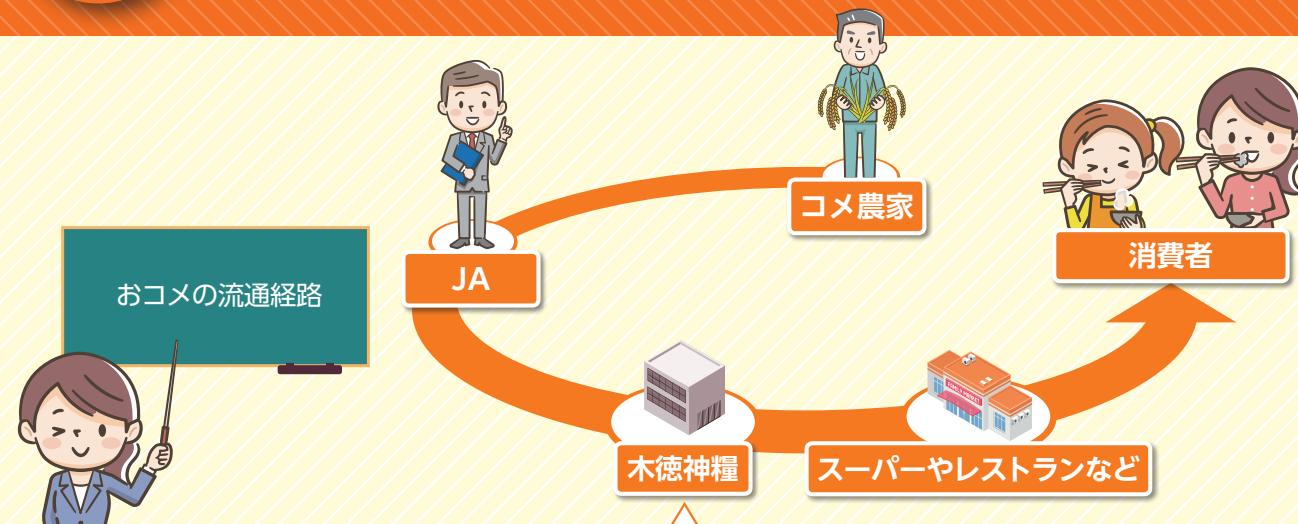
企業にとって最も大切なものは人財であり、人が変わらなければ企業は変わりません。役員人事を含めて積極的に若い人材を登用するほか、社員全員が能力を発揮できるよう働きやすい環境を整備してまいります。新型コロナウイルス感染拡大により、様々な活動への制限が続きますが、強い意識で中期経営計画に基づく構造改革を遂行してまいります。株主の皆さまにおかれましては、引き続き、何卒ご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。

Special Feature

特集

新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

当社は生活に欠かせないおコメの安定供給のため、新型コロナウイルス感染拡大下でも安全・衛生管理を徹底し、おコメのサプライチェーンにおける重要な役割を果たしています。



① 従業員に対する取り組み

当社では従業員に時差出勤や在宅勤務を推奨するほか、国内および海外の取引先との商談や全体朝礼をWEB会議システムで行うなど、感染防止に努めています。また、感染者が出た場合に備えた対応方針を策定し、有事の際に迅速に対処できるよう準備しています。



② 工場における取り組み

全従業員に対して出勤時の体温測定と記録、手指の消毒を義務化し、ドアノブや電話機など不特定多数が触れる場所を定期的に消毒することで、工場内にウイルスを持ち込まない体制を整えています。万が一感染者が出た場合は、対応方針に従って速やかに他工場へ製造の応援を依頼し、商品の安定供給に努めてまいります。

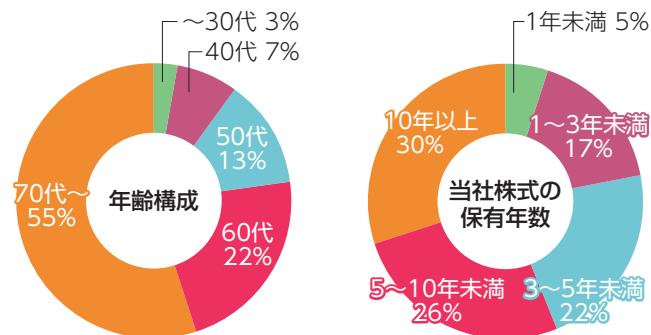




第72期株主通信 アンケート結果

実施期間
2020年3月30日から6月1日まで

ご回答数
288通 (返送率17.0%)



株主様のご意見にお答えします

社名の由来を知りたい。
(東京都・女性・無職)



1882年に創業者である木村徳兵衛が「木村徳兵衛商店」を開業したのが始まりです。その後、1964年に「木徳株式会社」に社名を変え、さらに2000年に神糧物産株式会社との合併により、それぞれの社名から「木徳」と「神糧」を取って木徳神糧株式会社が誕生しました。

消費者の声を直接商品に反映させた方が良いのでは？
(神奈川県・男性・無職)



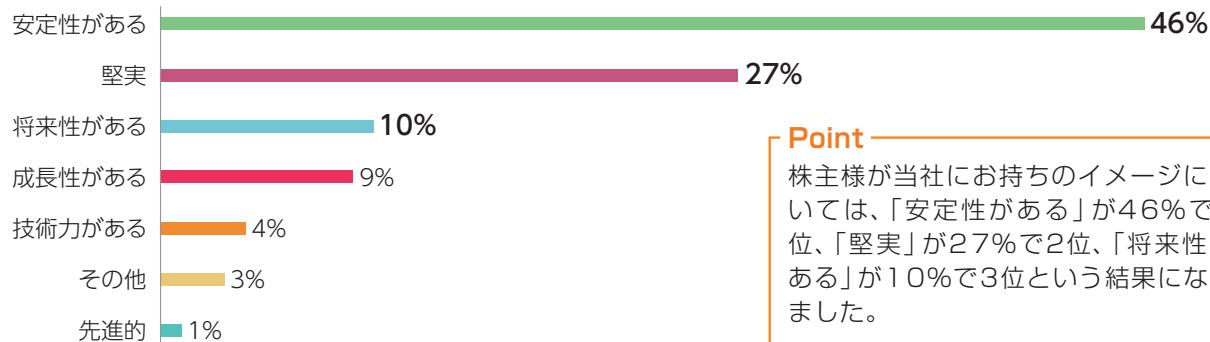
ご意見ありがとうございます。当社では、今まで以上にお客様に寄り添った商品販売をするために自社通販サイトの立ち上げを計画しています。お客様からのお声をより反映しやすい環境を整えてまいります。

ホームページを更に充実させると良いのでは？
(京都府・女性・無職)



ご意見ありがとうございます。商品紹介や事業案内などについて、より分かりやすくご覧頂けるように更新してまいります。また、当社社員がおコメに関する情報や何気ない日常などを日々更新している情報発信サイト「キトクのキ」もございますので、是非一度ご覧ください。

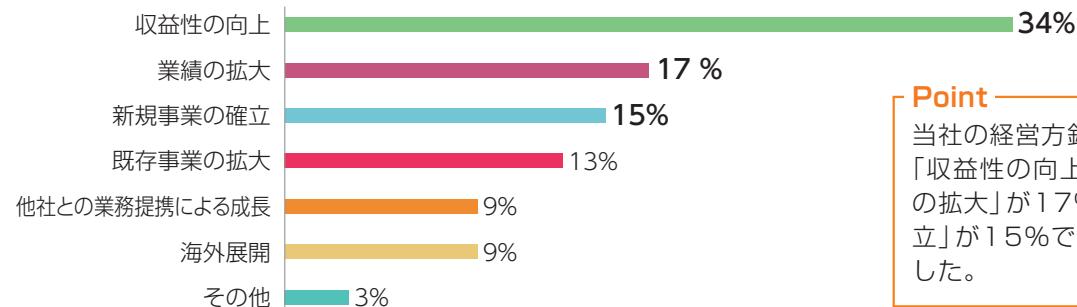
当社にどのようなイメージをお持ちですか(新規設問・複数回答)



Point

株主様が当社にお持ちのイメージについては、「安定性がある」が46%で1位、「堅実」が27%で2位、「将来性がある」が10%で3位という結果になりました。

当社の経営方針に望むことをお聞かせください(新規設問・複数回答)



Point

当社の経営方針に望むことについては、「収益性の向上」が34%で1位、「業績の拡大」が17%で2位、「新規事業の確立」が15%で3位という結果になりました。

株主優待

100株以上ご所有の株主の皆様に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	12月末現在の株主様
200株以上400株未満	100株以上200株未満
▶ 2,000円相当の米穀製品	▶ 2,000円相当の米穀製品
400株以上	200株以上
▶ 4,000円相当の米穀製品等※1	▶ 3,000円相当の米穀製品等

※1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

▶ 3月頃発送

ポイント2

当社米穀製品をお届けします。

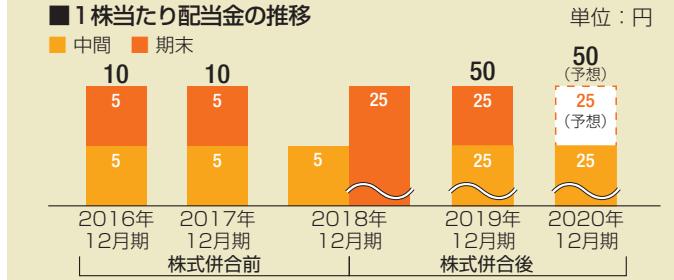
※ 優待内容や商品デザインは、変更する場合があります。

お知らせ

※2 株主の皆様により一層美味しいおコメを召し上げて頂くため、6月末現在の株主様にお送りする2,000円相当の米穀製品については、発送時期を「9月頃」より「10月頃」に変更いたします。

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。



※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 276名(臨時雇用者を除く)
 ホームページ <https://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 1,756名
- (4) 大株主

株主名	所有株式数	持株比率
木村 良	72千株	4.49%
大和産業株式会社	70	4.31
濱田精麦株式会社	60	3.72
全国農業協同組合連合会	60	3.70
株式会社三菱UFJ銀行	60	3.70
株式会社神明ホールディングス	49	3.04
水野 正夫	45	2.81
木徳神糧従業員持株会	37	2.33
株式会社三井住友銀行	37	2.29
農林中央金庫	37	2.29

(注) 1. 所有株式数は、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(85,497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
 専務取締役 竹内 伸夫
 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 岩苔 永人
 取締役執行役員 山田 智基
 取締役執行役員 管 益成
 取締役(社外) 秋岡 栄子
 執行役員
 上席執行役員 家辺 義之
 上席執行役員 石森 好宏
 執行役員 金子 泰彦
 執行役員 郡司 和久
 執行役員 中田 基春
 監査役
 監査役(常勤) 谷本 和則
 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。)



タイ香り米の
パックご飯が新発売



レンジで温めてすぐに食べられるタイ香り米のパックご飯を発売しました。「タイ米が気になっていたけど、炊飯方法が分からない」、「口に合うかどうか少量で試したい」という方におすすめの商品です。新型コロナウイルス感染症の拡大によりライフスタイルが変化する中、「自宅でいつもと違う食事を楽しみたい」というニーズが高まっています。当社ではそのようなニーズに応えるだけでなく、タイ香り米やタイ料理をより多くの方に楽しんでいただけるよう、今後も商品開発と拡販に取り組んでまいります。

「ゴールデンフェニックス」とは？

最高品質のタイ香り米として世界中で愛されているChia Meng社のブランドです。一般的なタイ米は年2~3回収穫されますが、「ゴールデンフェニックス」のタイ香り米は、限られた水田で年1回のみ収穫され、ポップコーンに例えられる自然で甘く香ばしい香りが特長です。

🍳 タイ香り米を使ったレシピ紹介

タイ風海老チャーハン
~カオパットワン~



作り方

1. キュウリと玉ねぎを食べやすい大きさに切る。パクチーは茎と葉に分けて刻む。
2. フライパンに油をひいてエビと玉ねぎを炒める。
3. エビがピンク色になったら、溶いた卵とタイ香り米パックご飯を温めずに入れて炒める。
4. パクチーの茎と調味料Aを加えて再び炒め、塩胡椒で味を調える。
5. お皿に盛り付け、キュウリとパクチーの葉を添えて完成。

材料(2人分)

- タイ香り米パックご飯…………… 2パック
- 油…………… 大さじ1
- エビ…………… 4尾
- 玉ねぎ…………… 1/6個
- 卵…………… 1個
- パクチー…………… 1束
- キュウリ…………… 適量
- 塩胡椒…………… 適量

調味料A

- ・ ナンプラー…………… 小さじ2
- ・ 醤油…………… 小さじ2
- ・ 中華だしの素…………… 小さじ1