

株式会社サカタのタネ 第2四半期決算説明会－2020年5月期

アナリスト決算説明会 質疑応答要旨

(2020年1月22日 東京)

Q 野菜種子が減収となった理由は？地域ごとに説明してほしい。

A 9ページからの地域別の資料にあるとおり、日本は、野菜種子が約1億円の減となった。これはおもに秋の大型台風などの天候不順の影響。このような環境下、小売りはプラスになったが、卸売は影響を受けた。

北中米は、ドルベースで約1百万ドルの減。大きく減少しているのがブロッコリーとメロンの2品目。ブロッコリーについては、2019年5月期の後半に、かなり売上が出て、第1四半期を中心に代理店レベルでの流通在庫が重く、苦戦した。作付面積においても、やや伸び悩みがあった。また一部、競合が厳しくなっている状況もある。メロンも同様に全般的な作付面積の減少と競合の問題。

欧州・中近東は、現地通貨ベースでは約4百万ユーロ増加している。トマト、キュウリ、スイカが中心に増加している。ただ、ユーロが対円で大幅な円高になっており、円ベースでは、為替の影響を受けた。

南米も、現地通貨ベースでは野菜が増えている。近年、ブラジルでは、経済の低迷を受け、市況の悪化が続いていたが、やや回復基調にあるとみている。

アジアは、野菜種子はほぼ横ばいであった。ブロッコリーが少し減っているが、昨年度との出荷タイミングのずれであり、実需が減っているという認識はもっていない。そのほか地域は、主に通貨安での減少。

以上の通り、北中米は実質ベースでマイナスだが、それ以外は、少しスロー、減速感はあるが、必ずしも減っているわけではない。

Q 野菜種子の今後の売上成長見通しを教えてください。グローバルで野菜種子を成長させるという方針を聞いていたが、その方針に変化はないのか、また、リスクはどれくらいかを確認させてほしい。

A 野菜種子の今後の成長については、国内は成熟マーケットで、限られたパイの中での競争となっており、引き続き競争が激しい。大きなジャンプはないが、新たな品種が出てきていることから、徐々に伸びていくと思う。例えば、昨今、飛騨高山でのトマトのシェアが高くなっている。また、ハウレンソウも伸びている。レタスは今まで強くはなかったが、いくつかの品種が長野県でヒットしており、新たに伸びてきている。

海外はパイが非常に大きい。まだまだ当社は伸びると考えている。基本的には、前回も説明した

と思うが、アブラナ科の種苗会社から果菜類を加えた総合種苗会社になっていこうとしている。トマト、キュウリ、ペッパー、スイカなどの果菜類に今、力を入れているので、品種としてこれらが出てくれば、海外は伸びる。

ブロッコリーは、世界での卸売種子の市場規模が拡大し、大きな品目に成長している。そのうちサカタは65%以上のシェアを持っているが、今後はさらにパイが増え、当社の売上也伸びると感じている。市場規模の拡大に伴い、競争も激化している。ブロッコリーには基本的に春作、秋作という作型があるが、夏作や冬作などの作型も広がっている。また栽培の面積も広がっている。栽培適地だけでなく、暑いところ、寒いところでも作り始めており、耐寒性、耐暑性といったニーズ、またそのほかのニーズも加わっている。このように、特に新しい、または伸びている分野で競争が発生しており、ここで競合他社が新たな品種を追加している。

私たちも、品種開発を進め、さらにシェアを広げていきたいと考えている。地域に関しては、既存のアメリカ、ヨーロッパ、中国、日本に加えて、ブラジルやインドなどの新興国においても、さまざまな機会を利用して、ブロッコリーに対する消費ニーズを掘り下げていきたいと考えている。

Q サカタのタネ グリーンサービスの今後の売上見込は、意欲的に見える。見通しの確からしさについて、解説いただきたい。また、現状、利益率はトントンのようだが、今後はどの程度を目指しているのかも補足してほしい。

A 2025年度の売上50億円という数字は、決して夢のような数字ではない。これまでの当社の造園事業は工事が主体であった。新しい公園、テーマパーク、企業の外構など、年間の事業にむらがあったが、ここに指定管理事業が加わったことで、安定的な売上と利益をあげる下地ができた。指定管理事業は、民間のものと公共事業として受けるものがあるが、公共事業は入札がすべてであり、受注が保証されたものではないが、一度受けると、5年、7年となるので、安定した基盤になる。現在、11の公共事業を受けており、これ以外にさらに県内外で指定管理の営業活動を強化している。

加えて、フローラスケープだが、従来の業者は樹木が得意だが、花と一体化した造園事業という点では、当社はオリジナルの品種と栽培のノウハウをもっており、こういったものを組み立てて、お客様の注文に応えることで、入札や受注比率が高まることを期待している。2027年に横浜市で開催が内定している国際園芸博覧会についても、開催が決定されれば、さらに緑花事業の注目度が高まるし、一般消費者におけるガーデニングブームが高まってくることも踏まえて、この数字となっている。

Q ブロッコリーの競合先はグローバルカンパニーであり、将来的な競争力の維持を心配してしまうが、なぜそのような自信があるのかを教えてください。

A 自信ではないが、当社は F<sub>1</sub> 品種から始まり、アメリカ、ヨーロッパ、中国、日本と、他社をリードしているのは確かである。それと同時にマーケットの情報も一番つかんでいると自負している。新しい品種を常に先んじて出していくためには、情報が大切。トップシェアをキープしてきたので、アンテナを高くして、情報をつかんだ上で、既存の商売の商流ルートをもっていけば、十分、太刀打ちできると思っている。またこれだけの種子の量になると、安定供給も大前提になるが、当社は50年近い歴史をくりかえして、安定供給にこぎつけている。自信ではないが自負はある。慢心なくやるということ。

Q 北中米でのブロッコリー市場はまだ伸びるのか、それとも成長は縮まってきているのか。その状況下で、これまで伸びてきた品種を変えないといけないのか、品種改良、マイナーチェンジが必要なのか、ブロッコリーの北中米の見通しを聞きたい。

A 北中米は新しい品種を出していく必要があると思う。産地は、カリフォルニアからメキシコや東側に広がっている。カリフォルニアは2作できるが、東側は寒いので1作になるため、その作型に合った新しい品種が必要になると考えている。一方、メキシコは耐病性という点で競争が激化している。栽培面積は変わらない、もしくは増えるかもしれないが、新しい特徴をもった品種が必要になっており、そのため新品种が必要と考えている。

Q 欧州・中近東において、地域別、品目別で何が伸びてくるのか、今後の見込みを教えてください。

A 欧州・中近東では、2017年に買収したヨルダンの会社が持っているキュウリのベートアルファタイプは中近東からトルコ、エジプトで大きなマーケットがあり、ここ数年で伸びが期待できる。またピーマン(ペッパー)の育種を新たにスペインで始めている。スペインはピーマンの大市場であり、アプローチを開始している。それぞれで期待できると思う。

Q アジアでのニンジン種子の状況だが、これまで中国南部で圧倒的なシェアをとっており、北部では違うタイプを作り、シェア拡大を目指す方針と聞いていたが、現況はどうなのか？

A 中国のニンジンは、南部については6~7割のシェアで現状維持している。出荷ベースも変わらない。北部は、以前も数年かかると申し上げたが、競争が激しい。高いレベルの品種が投入され

ており、当社が一定のシェアを確保するには、あと数年はかかるという現状である。

Q ニンジンについての追加質問だが、北部で他社と競合しているとのことだが、競合他社はどのような強い攻勢をかけているのか、数年かければ牙城が崩せると考えているのか、その背景などを教えてほしい。

A 日本と同じような品種の競合が起きている。F<sub>1</sub>品種のニンジンを取っているが、レベルは高く、品種間の差が少ない。また中国南部のニンジン産地はおおむね1か所で栽培されているが、北部の場合は山東省から河北省まで産地が幅広い。1品種でその全域をカバーするのが難しいと推測しており、複数の品種が産地に入り、競争する構図になると考えている。そのため、試作を繰り返し、できるだけ地域にあった品種を選んでいくことが今のステージだと考えている。そして次のステップとして、高いシェアの確保を目指していく。