

# 2019年度 第2四半期 決算説明会

2019年10月25日 訂正内容  
<18ページ>  
事業利益 18年度実績(百万円)  
国内加工食品：115→112  
その他/調整額：5→8  
に訂正

2019年8月7日(水)  
カゴメ株式会社(2811)

<http://www.kagome.co.jp/company/ir>

## 1. 2019年度第2四半期決算内容

### <売上収益>

国内農事業のトマト供給量の減少などにより減収

### <事業利益>

国内加工食品事業における効率的な広告宣伝費の投下などで増益

## 2. 2019年度下期の施策

- ・新商品の投入やプロモーションなどによって野菜飲料市場を活性化
- ・戦略7メニューによる中食へ向けた野菜の惣菜の提案を強化
- ・不採算商品の終売などで国内農事業の収益化を推進
- ・海外子会社の個社別の収益構造改革とアジアB to C事業の拡大

## 3. 2019年度通期連結業績予想

- ・連結業績予想は据え置き

## 4. 株主還元について

- ・「総還元性向40%」と「年間配当金額35円以上」を新たな方針とする

# 2019年度第2四半期 連結業績



単位：億円

	累計						1Q		2Q	
	18年度 <sup>※1</sup>		19年度		対前年		19年度	対前年	19年度	対前年
	売上比率	売上比率	増減率							
売上収益	903	-	885	-	▲18	▲2%	398	▲18	487	▲0
事業利益	52	5.7%	54	6.1%	+3	+5%	16	▲3	38	+5
営業利益	66	7.3%	72	8.1%	+6	+9%	16	▲9	55	+15
当期利益 <sup>※2</sup>	44	4.9%	55	6.2%	+10	+23%	11	▲6	43	+16

※1当期よりIFRSを適用のため前期実績はIFRSに読み替えて表示、以下同様

※2親会社の所有者に帰属する四半期利益、以下同様

## トピックス

- ・売上収益は国内農事業のトマト供給量の減少などにより減収
- ・2Q以降は野菜飲料が回復基調にあり、2Q単独では国内農事業の売上減少を補って前年並みの売上を確保
- ・事業利益は原価低減や広告宣伝費の効率的な投下等により増益
- ・物流子会社をF-LINEに統合した際の一時利益等で営業利益以降は大幅に増益

# 2019年度第2四半期 事業別業績

単位：億円

セグメント	売上収益				事業利益			
	18年度	19年度			18年度	19年度		
		対前年	増減率			対前年	増減率	
飲料	354	353	▲2	▲1%	22	26	+4	+17%
食品他	279	276	▲2	▲1%	18	21	+3	+16%
国内加工食品	633	629	▲4	▲1%	40	47	+7	+16%
国内農事業	62	52	▲10	▲17%	1	0	▲1	▲99%
国際事業	231	231	+1	+0%	7	6	▲2	▲21%
その他/調整額	▲23	▲27	▲4	-	3	2	▲2	-
合計	903	885	▲18	▲2%	52	54	+3	+5%

## 国内加工食品事業

- ・トマトジュース、通販の売上が好調も、業務用受託製品の売上減少などにより減収
- ・広告宣伝費の効率的な投下や原価低減などにより増益

## 国内農事業

- ・日照不足や生産量の削減などで市場へのトマトの供給量が減り、減収減益

## 国際事業

- ・米国カゴメインク社、UG社(種子ビジネス)が好調で増収
- ・米国カゴメインク社における人件費の上昇や為替の悪影響により減益

飲料 売上収益353億円(前年比99%)、事業利益26億円(同117%)

当社野菜飲料売上収益(億円)

	18年度	19年度	対前年
1Q	152	146	▲6
2Q	176	181	+5
上期合計	328	327	▲1

## 野菜飲料市場の環境 (カゴメ調査による)

- ・市場規模は1,637億円(18年6月~19年5月、前年比95%)
- ・豆乳やプロテイン飲料など多くの健康飲料カテゴリーと競合
- ・カゴメは2Q以降に新商品投入などで売上回復、シェアを拡大



New

3月26日発売  
野菜生活100  
アップルサラダ

## 野菜生活100(売上前年比99%)

- ・1Qはその他の健康飲料の影響を受け前年比96%の売上
- ・2Qは新商品投入などで売上は前年比101%に回復
- ・野菜生活100スムージーは前年並みの売上を維持



## トマトジュース(売上前年比110%)

- ・機能性表示による明確な飲用理由によって習慣飲用化が進む
- ・ヘビーユーザーが多く、安定的に拡大

食品他 売上収益276億円(前年比99%)、事業利益21億円(同116%)



## 内食向け調味料、食品(売上前年比99%)

### トマトケチャップ

- ・オムライススタジアムでの統合的なプロモーションを行い前年比102%の売上

### その他の調味料、食品

- ・ソースなどの調味料は漸減傾向



## 中食、外食向け調味料、野菜素材(売上前年比95%)

- ・量販店の中食向け商品は順調に拡大
- ・コンビニ、外食の受託製品の売上は減少

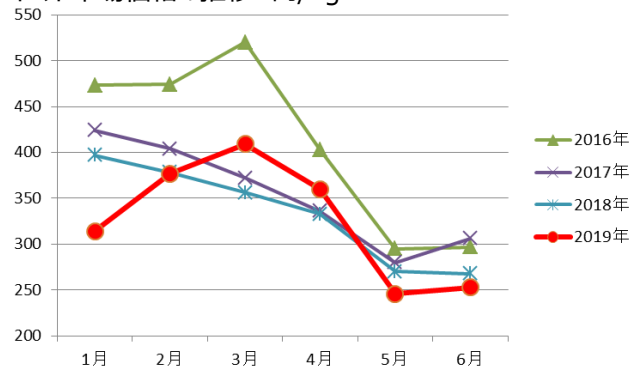


## 通販(売上前年比104%)

- ・つぶより野菜、リコピンコレステファインの販売好調
- ・野菜のポタージュの販売好調

売上収益52億円(前年比83%)、事業利益0億円(同前年比1%)

トマト市場価格の推移 円/kg



東京中央卸売市場ホームページ 市場統計情報より作成

国内農事業利益(百万円)

	18年度	19年度	対前年
1Q	▲ 41	▲ 128	▲ 87
2Q	95	129	+33
上期合計	54	0	▲ 54

## 市場価格の推移と当社のトマト供給量

### <第1四半期>

- ・2～3月の日照不足により調達量が想定以上に低下
- ・供給量も減少し、損失拡大

### <第2四半期>

- ・5月、6月は市場価格が過去最低水準となったが、供給量を意図的に削減し、2Q単独で増益を確保



## 収益構造改革の推進

- ・3月以降、買い取り価格の見直しを実施
- ・直轄菜園でのコストダウンを推進
- ・市況が悪化する5～6月の供給量をコントロール



# 2019年度第2四半期 国際事業

売上収益231億円(前年比101%)、事業利益6億円(同前年比79%)

## 主な子会社の上期業績

単位：億円

	売上収益		
	19年度	対前年	対前年 (為替影響除く)
米国Kagome Inc.	111	+4	+2
ポルトガルHIT	47	▲0	+2
カゴメオーストラリア	33	▲1	+2
米国UG	21	+1	+0
その他及び調整	20	▲3	▲2

	事業利益		
	19年度	対前年	対前年 (為替影響除く)
	4	▲1	▲1
	0	+2	+2
	2	+1	+1
	2	+0	+0
	▲2	▲3	▲3

## 期中平均レート

通貨	前期	当期
米ドル	108.7	110.1
ユーロ	131.6	124.3
豪ドル	83.9	77.7



## 米国Kagome Inc.

- ・フードサービス顧客向けの販売堅調、日本向け出荷増により増収
- ・人件費の上昇などにより減益

## ポルトガルHIT

- ・顧客別採算管理を強化し、増収増益(現地通貨)
- ・市況に左右されるスポット取引が減少

## カゴメオーストラリア

- ・構造改革が進み、利益体質に
- ・輪作によるコーン(コーンスターチ原料)の売上増加



## 米国UG社(種苗の生産・販売)

- ・トルコで新たに稼働したナーサリーの売上増分などで増収増益



# コトビジネスの推進と環境保全の取組み

## コトビジネスの推進

### 健康事業部による健康サポートプログラムの実施

- ・企業・自治体向けの有償セミナー、食育コンサルティングなどを実施
- ・19年度の売上は30百万円を見込む

### 野菜の充足度を測る「ベジチェック」のレンタル・リースを開始

- ・数十秒で野菜摂取の充足度が測定できる機器を共同開発(※)
- ・レンタル・リースの他、機器を使った上記プログラムの発売も実施

(※)ドイツの光学機器メーカー、Biozoom services 社との共同開発



## 環境保全の取組み

### 環境保全へのアプローチ(詳細は統合報告書2019 46-47ページを参照)

- ・CO<sub>2</sub>削減のため、米国、豪州で太陽光発電を実施
- ・カゴメグループの水の方針を定め、国内工場の水使用量を5年間で20%削減
- ・日本政策投資銀行の環境格付 最高ランクを更新

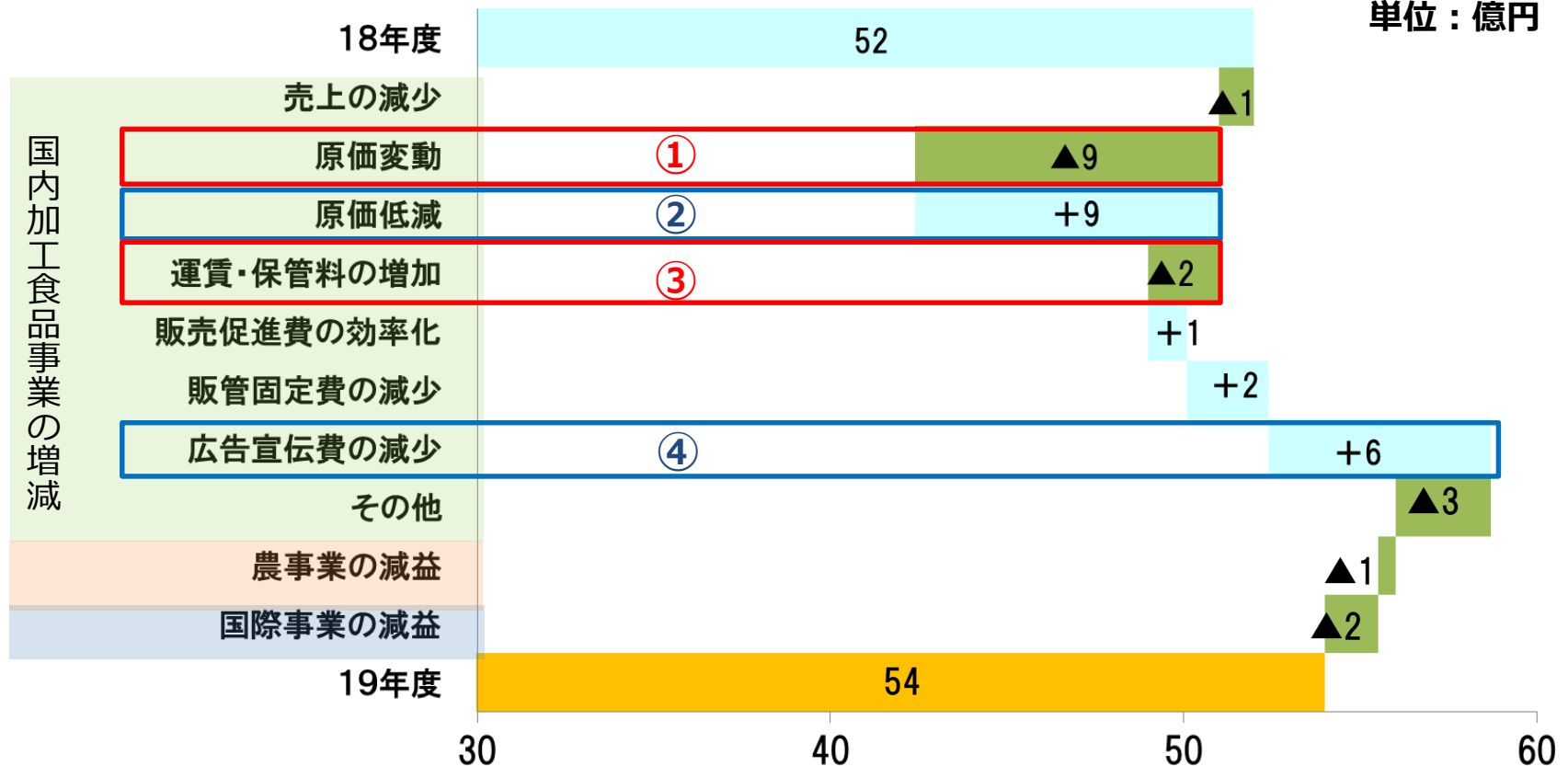
### プラスチックの使用量削減の取組み

- ・那須工場の新PETボトルラインでのボトル製造内製化により  
1本あたりのプラスチック使用量を従来より約12%削減(720mlの実績)
- ・ストローの使用量削減にも取り組んでいく



# 2019年度第2四半期 事業利益増減要因

単位：億円



- ①原価変動・・・為替影響や原材料の高騰など
- ②原価低減・・・PETボトル内製化や自動化の推進などによる原価低減
- ③運賃・保管料・・・国内における物流費の増加
- ④広告宣伝費の減少・・・デジタル広告や野菜生活ファームなどのコミュニケーションにシフト

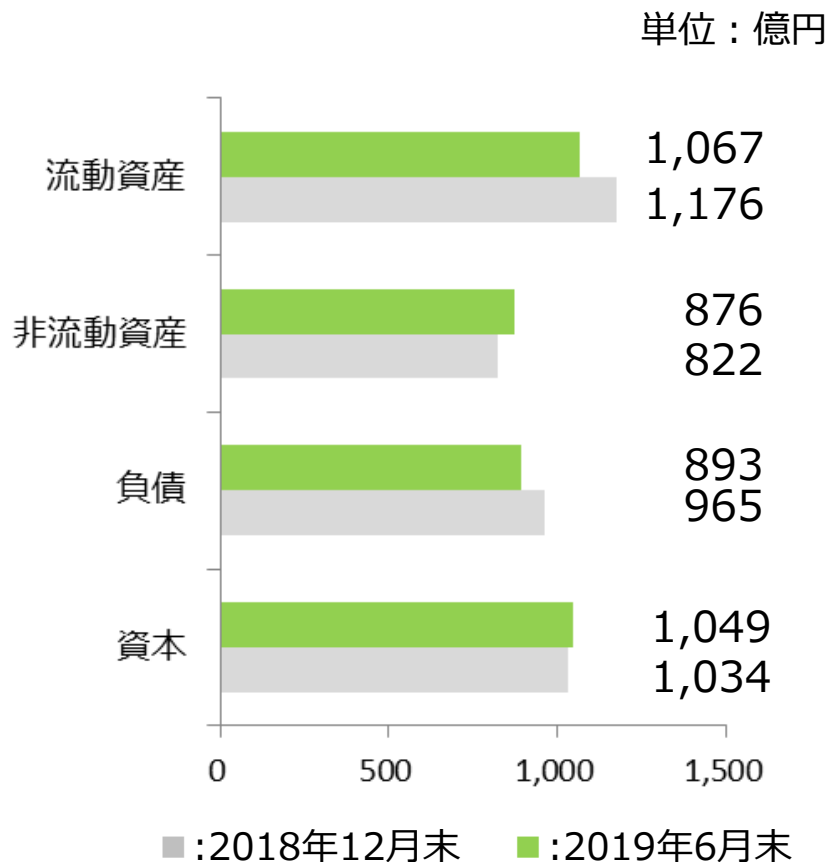
## 営業利益、当期利益の増益要因

	18年度	19年度
事業利益	52	54
その他の収益	<b>17</b> ①	<b>19</b> ②
その他の費用	△ 3	△ 1
営業利益	66	72
税前利益	67	72
法人所得税費用	21	17
実効税率	31%	<b>24%</b> ③
当期利益	44	55

- ① 静岡工場跡地、小牧倉庫跡地の売却益など
- ② F-LINEに統合における事業譲渡益など
- ③ 上記の譲渡益にかかる税金負担がないことなど

## 資産/負債・資本 1,942億円(前期末比▲56億円)

単位：億円



### 流動資産▲109

現預金▲88:有利子負債の返済、配当金支払いなど  
棚卸資産▲18:季節要因など

### 非流動資産+53

有形固定資産+8:設備投資+44、減価償却▲27、  
為替▲7など  
無形資産+5: ソフトウェア+5など  
持分法投資+40:F-LINE社への投資など

### 負債▲72

有利子負債▲65、未払税金▲17、営業債務+25  
など

### 資本+16

四半期利益+55、支払配当▲36など

### 設備投資(有形固定資産)の主な内容

・那須工場無菌PETライン30億円 など

# 2019年度第2四半期 キャッシュフロー

単位：億円

	18年度	19年度	増減
営業活動によるキャッシュフロー(A)	76	68	▲ 9
投資活動によるキャッシュフロー(B)	▲ 26	▲ 60	▲ 34
フリーキャッシュフロー(A+B)	50	7	▲ 43
財務活動によるキャッシュフロー	▲ 93	▲ 94	▲ 1

## キャッシュフローの増減要因

### ＜営業活動によるキャッシュフロー＞

- ・棚卸資産の増減額の減少▲19、法人所得税等の支払額の減少+8 など

### ＜投資活動によるキャッシュフロー＞

- ・前期の土地売却等による収入の減少▲25
- ・那須工場PETラインの取得等による支出増加▲11 など

### ＜財務活動によるキャッシュフロー＞

- ・配当金の支払額の増加▲9、借入金返済額の減少など+7 など

## 飲料 新商品の投入やプロモーションなどによって野菜飲料を活性化



7月1日出荷分～  
720mlペットボトル  
1000ml紙容器  
約5～10%値上げ

### 大型容器飲料の出荷価格改定

- ・7月1日より大型容器の価格改定を実施
- ・売上の維持向上に向けて新商品を投入



9月24日発売  
野菜生活100スムージー  
きなこ&ナッツミルク

10月1日発売  
栄養サポートスムージー  
プラスバランス

### 3世代スムージー戦略

- ・継続的な新商品投入によりトライアルの獲得と習慣飲用化を促進
- ・シニア層の健康維持・増進をサポートする野菜・果実・大豆を軸とした飲料を導入



9月10日発売  
機能性表示食品  
ラブレα マルチパック

### 機能性表示食品の展開

- ・2月発売のラブレαを3連マルチパックに展開
- ・量販店での適性が高い容器で売上拡大を狙う

## 野菜飲料を活性化させるプロモーションを実施

- ・人気キャラクターを活用したキャンペーンなどで「野菜をジュースで摂る価値」や「朝シーン提案」を訴求
- ・野菜飲料の購入と継続飲用の動機づけを行う

## 食品他 戦略7メニューによる中食へ向けた野菜の惣菜の提案を強化

### 野菜素材・調味料

### メニュー提案



### 戦略7メニュー

ナポリタン、オムライス、ラトウユ、ピッツァ、  
トマトパッツァ、野菜スープ、鶏肉のトマト煮



### 中食・量販店惣菜

- 戦略7メニューを中心に、定番メニュー化による売上基盤を作る

### 外食・ホテル

- 深刻な人手不足を解決でき、訪日外国人増加に伴うヴィーガン・ベジタリアンに対応できる「野菜だし」を使ったメニュー提案

### 内食

- 世帯人数/食卓人数の減少に対応した甘熟トマト鍋の小容量タイプを発売



New

8月6日発売  
甘熟トマト鍋mini



New

7月18日発売  
スルフォラファン  
機能性表示食品化

### 通販

- 肝機能マーカー(ALT)数値を改善する機能性表示食品化を実施
- 中高年男性の需要を取り込む



## 各種施策の積み重ねで国内農事業の収益化を推進



### 構造改革の継続

- ・秋・端境期の販売単価アップ
- ・高リコピントマトなど採算性の良い品種の構成比を増やす
- ・付加価値が高い一般品種のトマトも販売



旧パッケージ

7月1日発売  
パッケージリニューアル

### 洗浄済みベビーリーフ商品の販売強化

- ・パッケージをリニューアル
- ・「洗わずにそのまま食べられる」価値を強調

### 不採算商品の終売

- ・8月末を持ってパックサラダを終売
- ・下期全体で約40百万円の利益改善

## 海外子会社の個社別の収益構造改革とアジアB to C事業の拡大



### 米国Kagome Inc.

- ・得意先別のメニュー提案力の強化
- ・SKU数の絞り込みによる収益力強化の取組み
- ・製造効率向上による原価改善



### ポルトガルHITの収益体質の強化

- ・売上原価率の改善を継続
- ・顧客別収益管理の継続と19年産トマトペーストの契約率向上

### アジアにおける野菜飲料事業の拡大 (輸出)

- ・カゴメ日清香港による香港地域の売上拡大
- ・中国/越境ECやASEAN、モンゴルでの輸出販売

### (現地製造)

- ・台湾可果美で野菜生活100を発売



香港向けの輸出品



台湾可果美の野菜生活100



# 2019年度通期 連結業績予想

## 売上収益

	18年度		19年度	
	実績	通期予想	上期実績	進捗率
国内加工食品	1,329	1,359	629	46%
国内農事業	112	120	52	43%
国際事業	464	470	231	49%
その他/調整額	▲54	▲58	▲28	-
合計	1,846	1,890	885	47%

## 事業利益

	18年度		19年度	
	実績	通期予想	上期実績	進捗率
	112	107	47	44%
	▲1	1	0	-
	6	13	6	45%
	8	5	2	40%
合計	124	126	54	43%

## 連結業績予想

- ・連結業績予想は据え置く。下期の施策を実践し、反転攻勢していく

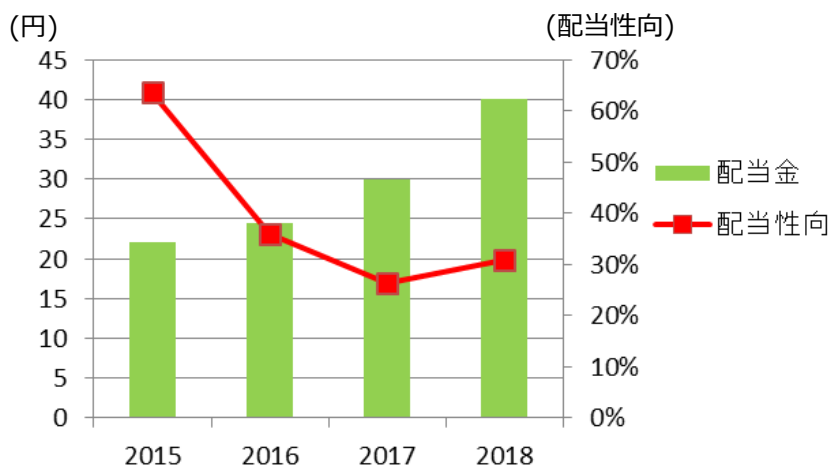
## 進捗率

- ・第2四半期までの進捗率は売上収益47%、事業利益43%
- ・前期のIFRS読み替えの進捗実績(売上収益49%、事業利益42%)と比較すると事業利益は上回るも売上収益はややビハインド
- ・進捗率が高い国内加工食品の牽引で通期目標の達成を目指す

# 第2次中期経営計画期間 株主還元方針

## 現行の方針と第二次中計期間における新方針

### 直近4年間の1株当たり配当金額及び配当性向



### <これまでの株主還元方針>

- ・配当性向40%



### <第2次中期経営計画期間 新方針>

- ・総還元性向40%
- ・年間配当金額35円以上

## 自己株式の一部消却と今後の用途について

(一部消却)

- ・保有の半分相当にあたる525万株を8月30日に消却

(継続保有)

- ・今後の成長戦略(M&Aや他の食品企業とのアライアンスなど)への活用を検討

ご清聴ありがとうございました

## 注意事項

当資料はカゴメの現在の計画、見通し、戦略などのうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られたカゴメの経営者の判断に基づいております。従いまして、これら業績見通しのみで全面的な依拠することは控えるようお願い致します。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える重要な要素には、以下のようなものが含まれます。すなわち、①天候、特に夏場の低温 ②異物混入等の製品事故 ③カゴメの事業領域を取り巻く経済情勢、特に消費動向 ④変わりやすい顧客嗜好などを特徴とする激しい競争にさらされた市場の中で、顧客に受け入れられる製品やサービスをカゴメが企画・開発し続けていく能力、などです。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。また当資料は、あくまでカゴメをより深く理解していただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。さらに当資料に記載されている市場などのデータ等におきましても、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した情報に基づき作成しておりますが、将来の予測のみならず過去の部分も含めて、見直し等により予告なしに変更することがありますのでご注意ください。