

第68回定時株主総会Q&A

Q 1. 当社株主総会は10時開始だが、開催時間について、全国に株主がいることを考慮し、遠隔地の株主のために1時ごろからなど、午後開催にできないか。

A 1. 株主総会は、株主の皆さまと直接交流させて頂く大事な機会であると考えている。今までも改善を進めてきたが、これからも、開催時刻・休日開催など検討をして改善をしていきたい。

株主総会以外にも、ここ2年ほどは、直接株主さまと交流させて頂く機会として、工場見学や健康応援セミナーを各地で催している。全国各地で毎年というわけにはいかないが、4年に一度ぐらいは全国を回れるようにと考えている。そのような機会には是非ご参加頂きたい。

Q 2. 将来的に増配を検討できないか。

A 2. 13年度から15年度に向けた3ヵ年中期計画を今年検討しており、年内には開示を考えている。その中で大事なポイントの一つが、株主の皆さまに対する利益還元あり方である。従来の方針に加え、配当を含めて、より株主の皆さまへの利益配分が高められるように検討してまいりたい。

Q 3. 女性の方がカゴメ商品を買物されることが多いと思うので、奥様の意見を活用し、一層愛されるカゴメを願っている。案内のスタッフの方々にもこやかに皆さん立派である。そこで、女性の活用を積極化してもらえとなお良い。

A 3. 女性の活躍の場を提供することを進めている。現在のところ役員には女性が不在であるので、何とか早く役員登用が実現できるよう進めていきたい。本社内では部長までは登用できている。また、海外の子会社ではエクゼクティブの中には女性も増えてきている。今後社内の人材配置では積極的に女性活用を進めていきたい。また、商品開発においては、ご指摘の通り主婦の方がお買い求め頂くことが多い商品を取り扱っているため、味覚の決定、パッケージのデザイン決定などあらゆる場面で女性に活躍してもらっている。

Q 4. 商品開発について、パウダー状のトマト商品の開発はできないか。ホームベーカリーやお子さまのスナックにふりかけるなどの用途があると思うし、服も汚れないなどの利点があると思う。

A 4. 業務用の商品では一部原料として提供しているが、スーパーやコンビニなどでお買い求め頂ける家庭用の商品としては、現時点ではパウダー状のトマト商品をつくっていない。パン、クッキーなどのベーカリーに需要はあると思っているので、技術開発を検討して進めていくので、良い商品ができたならば是非ともご支援頂けたら

と考えている。

貴重なご意見を前向きに検討していきたい。

パウダー状の商品開発については、大規模な設備投資が必要になる。その経済計算もしつつ開発をしていくことになろうかと思う。

パウダーを使った商品としてトマッティニーというクッキーを販売している。

これからも開発を進めていく。

Q 5. 子会社を含めて、昨今問題になっているパワハラについての対策を教えてください。

A 5. パワハラはセクハラ同様に、社内で働きやすい環境をつくるにあたってあってはならないこととして、会社をあげて取り組んでいる。そのため、社員に対しては研修においてパワハラ・セクハラの禁止を教育している。当然、就業規則でパワハラ・セクハラの禁止を明記している。この他にも社内にコンプライアンス委員会を設けており、日本国内であれば、社員・パートであればコンプライアンス・ホットラインに連絡をすれば調査をできるようにしている。こうした対策をとっており、いくつかの相談が寄せられているが、都度芽を摘んでおりパワハラの問題はおきていない。

ハラスメントは全くあってはならないというのが基本方針である。ただ、世代ギャップにより本人はパワハラと思っていないが、受けた側からパワハラと受け止められてしまう事例もある。このような場合は、社外のホットラインを設け、社外に相談をできるような仕組みをつくっている。そこで上げられた情報は、毎月実施をしている総合リスク会議にて取り上げられ、取締役や監査役がリスクを把握し、指示を出している。このような体制整備と、経営者が身を引き締めて社内に徹底的に指導し、対策に取り組むことが肝要であると考えている。

Q 6. 買おうと思っても行った店頭で買いたい商品が置いていないことがある。

販路についてどのような考えをもっているのか教えてください。

A 6. 私どもの営業力がまだまだ十分ではないとのご指摘であると承った。

現状をご報告すると、販売先として重要と考えているコンビニエンスストアでは野菜飲料は平均6～7アイテム取り扱いを頂いており、またスーパーマーケットでの取り扱いアイテム数はトップシェアの商品が多いなど、他のメーカーと比べても取り扱い頂いているアイテム数は多いと考える。

ただ、お客さまの目につくところに並んでいないということはあると思うので、店頭での情報発信を強固にして、よりお客様の身近な売場で目に留まるように販売促進活動を一生懸命やっていきたい。

本日営業関係の役員・執行役員が出席しているので、一層励みにして、お客さまが日常お買い物にいかれるところに間違いなくカゴメ商品が並ぶように、小売業様と

の密接な商談をより一層進めてまいりたい。

Q 7. みちのく未来基金は誠に良い社会貢献で大賛成であるが、どのような手続きを経て実行に至ったのか。

A 7. 震災直後から、カゴメはどのように社会貢献をするかを検討してきた。10年度は支援物資、会社として赤十字に3億円寄付、個人ベースの2000万円超を寄付した。11年度に入り、どのように支援を進めるかを検討した結果、民間企業としては、薄く広くというよりもピンポイントで困っている方々を助けるなど、目的を絞ったほうがよいと判断した。小・中・高校とは異なり、大学や専門学校になると十分な支援制度もないため、進学をあきらめる人が出てくる。こういう若者が安心して高等教育の機会を得られるよう支援することについて、喜岡会長が懇意にしていた他2社（カルビー、ロート製薬）のトップ間で合意し、財団を設立することになった。これら3社は今後も20年以上にわたり、進学される方の費用を賄えるある一定の金額を拠出するわけだが、当社以外にも多くの会社や個人からも寄付をいただいている。ご賛同いただき、本当にありがたい。

Q 8. 社会貢献にかける人員と拠出金をもっと増やしてはどうか

A 8. 自分自身も何度も現地に足を運んだが、みちのく未来基金のほかにもどのようなことができるかを考えた結果、農業の支援をしていくことにした。上期中にはさまざまなプロジェクトをもっとはっきり公表できるよう、進めている。また、第4号議案の任意積立金の有効活用を目的とした剰余金の項目変更を決議していただければ、トマト翁資金（トマト記念基金）を拡充して、東北復興支援やその他の社会貢献の社内ファンドとして活用したいと思っている。当社はお金をたくさん出すというよりも、知恵を出すことにより、自分達のCSRは自分達で直接やりたい。東日本復興支援室を設置し、5名のメンバーが専従で行っている。また、キッチンカーやキッチンバスをつくり、若手社員が被災地で料理を作る、温かい食事をつくるなど、具体的な支援も行っている。まだPR不足ですべての活動を株主の皆さまに伝えきれていないが、今後ご理解いただけるように、情報提供をしていくので、ぜひカゴメの復興支援に力を貸してほしい。

Q 9. 現在、酵素が世の中で注目されているが、カゴメのトマトジュースや野菜ジュースの中には、酵素成分が何パーセントくらい残されて市販されているのか。

A 9. 酵素の成分については、加熱していない生の野菜ジュースでは残っているが、どのくらいのパーセントが残っているかデータを持ち合わせていない。市販のトマトジュース、野菜ジュースは失活している。酵素の研究成果についても、発表できる段階になったら、学術論文やリリース等で発表したい。

Q 1 0. トマトジュースや野菜ジュースは量は別にして、1 日の中でいつ飲むのが最も効果があるのか。

A 1 0. 野菜ジュースやトマトジュースは1 日の間でいつ飲めば最も有効に機能するかについて、カゴメは数年前から栄養学の観点から研究している。また、一生を時間で捉えて、どの年代にどのようなものを摂取すれば体によいか。あるいはどのような方法で摂取すればよいか、加熱する、油と一緒に摂るなど調理方法条件を含め生涯栄養学という概念で研究を行っている。最近では、運動する前また最中などにトマトジュースを摂取すると疲労が回復するという研究成果も出てきている。こうした研究を進めているので、成果が出次第わかりやすく説明、発表したい。

ビールとトマトジュースを混ぜた「レッドアイ」というアサヒビールの製品を発売するとき、トマトジュースにはお酒の酔いを抑制する効果があるという研究成果がわかったので発表している。運動との関連についても近々発表していきたい。

Q 1 1. 国内事業は売上は順調だが、海外は 2010～11 年度とも営業赤字である。世界経済が混とんとしていることも勘案しないとイケないが、海外事業を黒字化へ向けて、どうされるか事業計画や戦略を教えてください。

A 1 1. 海外については地域別に戦略を分けて推進すべきであると考えて取り組んでいる。そのため地域別に進捗状況はさまざまである。米国では 20 数年にわたり、ピザチェーンなどの外食チェーンにピザソースを販売するなどで売上・利益とも安定的に伸びているが、ドル安で円建てにすると収益が目減りする。

欧州では、ポルトガルの H I T とイタリアのベジタリアがプロフェッショナル向けの製品を取り扱っている。この 2 社を統括する欧州統括事務所を 4 月に開設した。

オーストラリアでは、一昨年、トマトを栽培する農業部門とそれを加工品に変える製造部門の 2 社の事業権をカゴメが買い、運営している。その赤字の原因は、干ばつと洪水などの天候リスクの影響による。なかなか天候リスクは予見できないが、今は水不足の心配はない。

アジアのそれぞれのエリアの内需をカゴメの成長に取り込んでいくことが、カゴメの中長期的な柱になることは間違いない。台湾カゴメの事業は収益化している。中国の飲料事業やオフィス・給食事業はまだまだ発展途上である。ここを収益化するため、少し長い目で温かく見守ってほしい。2020 年には中国、ASEAN、インドをあわせて現在の日本の事業に匹敵する売上、利益を確保

したい。アジア事業カンパニーは設立してまだ2年足らずだが、そのころには大きな貢献をしていくと思っている。

カゴメは温かいご支援をいただいている。カゴメは110年の日本での歴史で積み上げてきた結果、安心・安全などへの取り組みが信頼に足る会社となった。われわれが頑張れば、時間がかかっても必ず花が開くと信じている。

注記：一部回答において、総会内での回答に一部補足をして取りまとめています。

以上