

2017 年度第 2 四半期決算は、売上、各段階利益とも、増収増益となりました。7 月 21 日の業績修正にて発表しています通り、国内加工食品事業において、野菜飲料が好調に推移したことに加え、「収益構造の改革」、「働き方の改革」が進んだ結果であります。

I. 決算内容と今後の取組

1. 連結業績

決算の概要についてです。売上高は、6%増の1,041億円、営業利益は、12%増の62億円、経常利益は、18%増の67億円、純利益は、49%増の48億円となりました。

事業別には、ご覧の通りです。今回より、セグメントを見直し、国内加工食品事業、国内農事業、国際事業の3つの事業に分けてご説明致します。国内加工食品事業は、売上高8%増の747億円、営業利益59%増の51億円、国内農事業は、売上高3%減の61億円、営業利益70%減の3億円、国際事業は、売上高3%増の243億円、営業利益は49%減の5億円となりました。

2. 事業別状況、今後の取組

事業別に上期の状況と今後の取組についてご説明致します。

◆国内加工食品事業

国内加工食品事業は、野菜飲料が好調に推移しました。「野菜生活100Smoothie」は、これまでの野菜飲料にはなかった330mlのリキャップタイプ容器や、野菜や果物の健康感がお客様に受け入れられ36億円の売上増分を獲得することができました飲用シーンにおいても、野菜摂取代替だけではなく、小腹満たしなどの、新しい需要を創造できたことで、20代から30代の若年飲用層を獲得しており、従来の野菜飲料とは異なる新しいユーザー層を取り込むことができました。スムージー市場は、前年比7割増の伸びを示しており、これは一過性のトレンドではなく今後も伸びていくと見込んでいます。上期は、スムージー市場の急激な伸びに生産能力が追いつかず、十分に商品を提供できない事態が発生しましたが、下期は委託先の増産体制を整え対応しています。来年度には、今後の更なる需要拡大に備え、新たな自社生産ラインの導入も予定しています。

また、現在首都圏限定発売となっているGREENSの販売エリアを拡大致します。GREENSは、無添加フレッシュスムージーへリニューアルを行い、9月以降、東海、北陸、近畿に販売エリアを拡大します。

トマトジュースは、昨年、機能性表示食品として発売し、3割増の売上となりました。本年も、2月にテレビでトマトジュースに含まれるリコピンの健康機能が紹介されたことにより更に人気が高まり、上期は昨年に続き3割増の売上となりました。

好調な機能性表示トマトジュースに続き、本年10月には、機能性表示野菜ジュースを新たに発売致します。野菜に含まれる自然由来の栄養素GABAは、血管の収縮を抑えることで、高めの血圧を下げる働きが報告されており、「血圧が高めの方に」とパッケージに表記し、発売致します。

トマトケチャップにつきましては、5月にナポリタンスタジアムを開催しました。家庭用、業務用で連携してプロモーション活動を行い、売上拡大につながりました。

また、中食市場の拡大を背景に、コンビニやスーパーの惣菜に対応した業務用受託商品の売上が伸びています。ナポリタンをはじめとして、トマトケチャップやトマトソースを使った惣菜の品揃えが広がりを見せていることに加えて、トマトケチャップを使った減塩メニューが、大手量販店で惣菜化されるなど、新たな需要も生まれています。今後は、惣菜向けのソリューション型ビジネスを更に強化して参ります。

通販では、野菜飲料の「つぶより野菜」と、サプリメントの「リコピンコレステフィン」が好調でした。「つぶより野菜」は、テレビCMや新聞折込の販促を効果的に展開することができました。「リコピンコレステフィン」は、トマトジュース同様の機能性表示により、販売が好調に推移し、増分に寄与しました。通販の年間売上は、1998年の事業立ち上げ以来初めて100億円を突破する見込みです。

◆国内農事業

国内農事業についてご説明致します。国内農事業は、主力の生鮮トマトの市場価格が昨年に比べ下落し、減収減益となりました。当社から市場へのトマト供給量は、契約菜園の拡大などにより、10%増えましたが、市場価格の下落幅が想定以上に大きくなりました。市場価格の変動については、需給対応力の強化を進めてきましたが、まだその対応力が不十分でした。

今後は、売上の4割を占める「高リコピントマト」に加えて、βカロテントマト、GABAリッチトマトなどの高付加価値トマトを、スーパーベタブルシリーズとしてプロモーションを強化いたします。

ベビーリーフは、導入企業でのメニュープロモーションを展開し、売上拡大に取り組んでいます。この秋には、山梨の新しい菜園からの出荷が本格化し、首都圏での販売を上げていきます。

◆国際事業

国際事業についてご説明致します。米国カゴメインク社においては、大手フードサービス顧客向けに開発した調理ソースなど、ソリューション型ビジネスが引き続き好調に推移しました。ポルトガルHIT社においては、トマトペーストの販売において、欧州以外の新たな販路を開拓しましたが、一部輸出が下期にずれたと為、売上利益とも横ばいでした。カゴメオーストラリア社においては、豪雨による加工用トマトの収量減少の影響で、収益が悪化しています。種子育苗事業を展開している、米国ユナイテッドジェネティクス社は、販路拡大により、増収となりましたが、トルコ子会社での為替影響により、減益となりました。

3. 連結営業利益増減要因

営業利益の増減についてご説明致します。国内では、野菜飲料、業務用、通販の売上増加に加えて、収益構造の改革が進んだことが、増益要因となりました。食品などの不採算商品の見直しによって、2億円の増益要因となりました。原価低減は、原材料の調達政策の見直しや、生産拠点の集約により、9億円の増益要因となりました。販売促進費は、効率的な販促費用の投入や滞留品の処分販売にかかる費用削減により、9億円の増益要因となりました。国内農事業、国際事業は減益となりましたが、トータルで、前年から7億円の増益となりました。

4. 収益構造の改革

今後も収益構造の改革を更に進めて参ります。営業現場では、従来、売上高をベースにマネジメントを行っていましたが、今後は限界利益を指標に加えて、利益体質を強化していきます。在庫の削減にも、引き続き取り組んでいきます。在庫金額は、昨年同期と比べて25億円、6%削減しており、保管費用や廃棄処分などのコスト低減につながっています。生産現場においても、ラインの自動化を進め、生産効率化を図ります。

5. 働き方の改革

収益構造の改革と合わせて、働き方の改革についても引き続き取り組んで参ります。夜8時以降の残業禁止や、サマータイム制の導入、有休取得率70%など、生産性の向上を目指して、働きやすく、働きが

いのある環境整備を進めてきました。本年は、「働く場所」の多様化を目指し、4月から在宅勤務制度をスタートさせたほか、「働く時間」の多様化も目指し、6月から時差勤務制度を試行しており、生産性向上およびワークライフバランスを具現化する施策の1つとして、有効性を検証しています。また、経済産業省などが、優良な健康経営の実践企業を認定する『健康経営優良法人ホワイト500』の認定も受けました。従業員の健康および働きがいのさらなる向上を実現して参ります。

6. 連結貸借対照表の変動

連結貸借対照表については、ご覧の通りです。昨年12月に、公開買付にて取得した自己株式の取り扱いについては、引き続き検討中です。

のれんについては、ご覧の通りです。キャッシュフローについては、ご覧の通りです。

II. 中期経営計画進捗状況

中計の進捗状況についてご説明致します。本年2月に、2018年度の定量目標について、営業利益率を5%から6%に、ROEを、5%から8%に上方修正しました。中期定量目標については、順調に推移していますが、国内加工食品事業の好調の陰で、国内農事業、国際事業は、当初計画より遅れております。また、好調な野菜飲料においても、生産能力を上回る需要に、対応しきれない部分がありました。中計の達成に向けては、好調の陰で顕在化した新たな課題にも取組み、引き続き、「収益構造の改革」、「働き方の改革」を進め、「利益体質」を盤石なものにし、次期中計では成長に力点を移していきます。

III. 2017 年度業績予想

2017年度の業績予想をご覧ください。売上は、7%増の2172億円、営業利益は14%増の125億円を目指します。各事業の業績予想は、ご覧の通りです。2017年度の配当は、2.5円増配の27円を予定しておりましたが、更に1円増配し、28円を予定しております。

最後に、本日皆様のお手元に、本年6月に当社が初めて発行した統合報告書をお配りしています。統合報告書の見開きにも書いてあります通り、当社のありたい姿というのは、「食を通じて社会問題の解決に取り組み、持続的に成長できる強い企業になる」ということです。中計達成と長期ビジョンの実現に向けて、引き続き取り組んで参ります。