

2018 年度第 2 四半期決算は、減収減益となりました。

## I. 決算内容

### 1. 連結業績

まず、連結決算の概要です。売上高は 2%減の 1,024 億円、営業利益は 15%減の 53 億円、経常利益は 19%減の 54 億円、純利益は 3%減の 46 億円となりました。昨年売却した米国の子会社PBI社の業績を除いた比較では増収減益となっています。

### 2. セグメント別業績

続いて、事業別の業績についてご説明致します。国内加工食品事業は野菜生活100スムージーやトマトジュース、通販の売上が好調で増収でしたが、食品や業務用は計画に対して未達となり、飲料依存の傾向から脱却できませんでした。また、広告宣伝費の増加で減益となりました。

国内農事業では、生鮮トマトの市場価格の更なる低迷がありましたが、供給過剰な市場構造への対応が遅れた事により、売上高は増加したものの、大幅な減益となりました。

国際事業はカゴメオーストラリアの黒字転換などにより増益となりました。一方で、世界的なトマトペースト相場低迷の影響を受けたポルトガルなどの子会社は減益となりました。

#### ◆国内加工食品事業-飲料

ここから、各事業の業績の詳細についてご説明致します。

国内加工食品における飲料事業は、売上高 434 億円、営業利益 24 億円で増収減益でした。野菜生活 100スムージーは、330ml のリキャップ容器や、飲みごたえ、ヘルシースナッキングなどに対して、高い評価を得ています。また、プレミアムラインのスムージーである GREENS とともに量販店でのコーナー化が進み、販売は好調でした。トマトジュースは今年 1 月より「血圧が高めの方に」の、2 つ目の機能性表示を開始しました。18 年度になっても昨年を上回る売上を維持しています。昨年 10 月に機能性表示を行った野菜ジュースも前年を上回る売上となっています。

#### ◆国内加工食品事業-食品他

国内加工食品における食品他の事業の売上高は 318 億円、営業利益は 19 億円で減収減益でした。基本のトマトソースは CM と SNS を連動させた広告戦略により、販売は好調でした。基幹商品であるトマトケチャップの売上は堅調でしたが、ウスターソースやパスタソースなどの売上が前年を下回りました。通販では、国産野菜を 100%使用した主力飲料のつぶより野菜、サプリメントのリコピンコレステファインの販売が好調でした。なお、物流コストの増加に対応するため、4 月より通販の配送費を改訂しております。業務用では、拡大する中食市場に向けて、野菜の惣菜などの提案を強化して参りましたが、受託商品の売上が減少しました。

#### ◆国内農事業

国内農事業は売上高 63 億円、営業利益は 16 百万円で増収減益となりました。リコピン、GABA などの特定成分を豊富に含む高付加価値トマトの販売に注力した結果、生鮮トマトの売上高は増加しました。しかし、市場価格が昨年以上に低迷したことに加え、供給過剰な市場構造への対応が遅れたことにより、減益となりました。ベビーリーフについては洗浄済みベビーリーフの洗わずにそのまま使える価値が評価され、売上が増加しました。

#### ◆国際事業

国際事業は売上高 231 億円、営業利益 6 億円で減収増益となりました。PBI 社売却の影響を除くと 10%の増収となります。米国カゴメインク社は、グループ内取引時期の変更や、大手フードサービス向けビジネスが堅調だった事などにより増収でしたが、新規に導入した設備の製造効率の一時的な悪化などにより、減益となりました。ポルトガル HIT 社は、トマトペーストの販売に注力し、売上は前年並みを確保しましたが、トマトペースト相場の低迷により、営業赤字となりました。カゴメオーストラリアは、昨年の豪雨による被害を受けて、構造改革を進めております。天候リスクを避けて収穫期間を短縮し、生産性を向上したことで、黒字転換しています。UG 社は、中東・中南米での種子の売上が純増しましたが、世界的なトマトペーストの減産により、米国やトルコでのトマト種子の売上が減少しました。トルコリラの大幅な下落もあり、増収減益となりました。また、昨年 12 月に会社を設立したセネガルにおいて、加工用トマトの栽培をスタートさせました。需要が拡大する西アフリカ市場の戦略拠点として、新たなトマト産地を形成してまいります。

#### 3. 連結営業利益増減要因

続いて、営業利益の増減要因についてご説明します。

国内加工食品事業における費用に関しては、主に広告宣伝費や人件費等、運賃・保管料などが増加しました。上期の広告宣伝費は 5 億円増加しましたが、計画通りの進捗です。運賃・保管料は、物流コストの上昇で 2 億円増加しました。なお、上昇する物流コストの対策として、味の素株式会社を初めとした食品メーカー 5 社と協同で、来年 4 月に新物流会社 F-LINE を発足します。国内加工食品事業の「収益構造の改革」は引き続き継続しており、原価低減で 8 億円の削減となっています。販売促進費は前年とほぼ同水準にとどまりました。

#### 4. 連結貸借対照表の変動、キャッシュフロー

連結貸借対照表の変動はご覧のとおりです。

有利子負債の返済などにより、総資産が前期末比で 76 億円減少した結果、自己資本比率は 1.8 ポイント増加の 53.9%になりました。期初に説明した通り、上期に 46 億円の設備投資を実施しましたが、減価償却や土地の売却などにより、有形固定資産はトータルでは大きく変動していません。設備投資の内訳は、来年稼働予定の那須工場の無菌 PET ラインで 10 億円、1 月下旬から稼働している茨城工場のスムージーラインで 6 億円となっています。

キャッシュフローの変動はご覧のとおりです。

## II. 2018 年度下期の施策

続いて、2018 年度下期の施策についてご説明します。

#### ◆国内加工食品事業-飲料

国内加工食品の飲料事業は、収益基盤の強化を図るべく、基幹ブランドの「野菜生活100レギュラー」、「野菜一日これ一本」をリニューアルしていきます。機能性表示のトマトジュースと野菜ジュースに関しては、機能性の内容がより理解できるキャッチコピーへと変更し、トライアル獲得と継続飲用を促進します。野菜生活100スムージーは、既存商品のリニューアルと、新商品のレモン甘酒 MIX を発売し、スムージーカテゴリー内のシェア拡大と売上増分を狙います。また、10 月には、今までになかった新しいコンセプトのスムージーも発売予定です。

◆国内加工食品事業-食品他

国内加工食品の「食品他」の事業については、家業農連携で食卓に野菜メニューを増やす活動を強化していきます。量販店の営業担当者が、家庭用・惣菜・生鮮などのカテゴリーを超えた統合的な提案ができる体制を強化しています。具体的な活動例としましては、業務用の展示会に、外食だけでなく量販店の惣菜担当者を招き、ベジタブルソリューションとしてカゴメ商品を用いた野菜の惣菜を、拡大する中食市場に向けて提案していきます。家庭用では、時短・簡便のニーズに対応し、包丁を使わずに肉と一緒に炒めるだけで野菜を摂る事ができるおかず調味料を新発売します。この商品のように、様々な形で日本人の野菜摂取量の向上に貢献していきたいと考えております。

◆国内農事業

続いて、国内農事業です。

高リコピン、βカロテン、GABAなどの機能性成分を多く含む生鮮トマトの売上構成比は50%を超えています。年内に生鮮トマトとして初めてGABAの機能性表示食品を発売予定です。今後も高付加価値トマトのラインナップを強化し、差別化を図って参ります。市場価格が上昇するトマトの市場端境期に、山形や北海道などの夏秋産地トマトの販売を強化します。端境期のトマトの供給量は前年比1割増となる見込みです。ベビーリーフは2つ目となる千葉菜園からの供給が間もなく始まります。洗浄済みベビーリーフ商品の販売を拡大していきます。農事業は、市況が低迷しても利益を出せるように、抜本的な構造改革に着手してまいります。構造改革の詳細については、次期中期計画に盛り込んでいきます。

◆国際事業

続いて、国際事業です。

米国では、得意先別のメニュー提案力を強化し、グローバルフードサービス向けのソリューションビジネスを拡大していきます。子会社間で連携を強化し、米国のビジネスモデルをアジア、欧州へと展開して参ります。世界的なトマトペースト価格の相場の低下に対し、固定費の削減など、各子会社別の収益体質の強化を図って参ります。カゴメオーストラリアでは、トマト事業の構造改革を進めるとともに、収益源の多様化を図るべく、競争力のある人参などの取引拡大を図っていきます。コンシューマー事業に関しては、野菜飲料販売の合弁会社であるKagome Nissin Foodsを香港に設立し、7月から事業を開始しました。海外コンシューマー事業の中核と位置づけ、香港・マカオにおける事業拡大と中国市場への進出を目指してまいります。

Ⅲ. 2018 年度通期連結業績予想

続いて、2018 年度通期の連結業績予想です。

連結業績は期首の予想を据え置き、売上高2,150億円、営業利益・経常利益130億円から変更しません。業績が低迷している農事業については、市況が悪い環境でも利益を維持できる体質へ構造改革に着手していきますが、下期中の回復は見込めず、通期での予想を修正し、4億円の営業損失となる見込みです。一方、国内加工食品において、飲料のリニューアルや、固定費の抑制などにより、当初予想より7億円の増益を見込んでおります。下期の課題に着実に取り組み、中期計画の達成を目指して参ります。