

2024年12月期第2四半期 説明会資料



カゴメ株式会社

証券コード:2811

本資料における数値について

・金額は億円未満を切捨て、各段階利益については一部千万円未満を切捨てで表示しています。
・%については小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位まで表示しています。

© 2024 カゴメ株式会社

1

1. 2024年度上期決算概要
2. 2024年度通期予想
3. 2024年度下期施策
4. 参考資料

1. 2024年度上期決算概要

はじめに、2024年度上期の決算概要です。

2024年度上期 連結業績



- ・売上収益：Ingomar連結子会社化等により増収
- ・事業利益：原材料価格は引き続き上昇も、価格改定等により増益

単位:億円	24年度上期実績		対前年		23年度 上期実績
		比率		増減率	
売上収益	1,482	-	+429	+40.7%	1,053
事業利益	160	10.8%	+72	+81.9%	88
営業利益	252	17.1%	+163	+183.9%	89
中間利益 [※]	177	12.0%	+125	+242.6%	51
ROE	12.2%		+8.0pt		4.2%
ROA	5.1%		+1.3pt		3.8%
EPS(円)	206.43		+146.14	+242.4%	60.29

※親会社の所有者に帰属する中間利益

© 2024 カゴメ株式会社

4

連結売上収益は、インゴマーの連結子会社化等により前年比40.7%増の1,482億円、事業利益は、価格改定等により前年比81.9%増の160億円となりました。

営業利益は前年比183.9%増の252億円、中間利益は前年比242.6%増の177億円となりました。

2024年度上期 セグメント別業績



- ・国内加工食品：飲料、食品他は増収、通販が減収、トータルでは増収。事業利益は、全セグメントで増益
- ・国際：一次加工、二次加工ともに、増収、増益

単位:億円	売上収益				23年度 上期実績	事業利益				23年度 上期実績
	24年度上期実績	対前年	増減率	為替影響		24年度上期実績	対前年	増減率	為替影響	
飲料	397	+41	+11.7%	-	355	49.2	+14.5	+41.8%	-	34.7
通販	57	△1	△1.9%	-	58	2.6	+0.1	+5.0%	-	2.5
食品他	272	+29	+12.1%	-	243	26.8	+11.4	+74.5%	-	15.3
① 国内加工食品計	726	+69	+10.6%	-	656	78.7	+26.1	+49.6%	-	52.6
トマト他一次加工	398	+290	+269.4%	+44	107	42.1	+22.2	+111.2%	+4.4	19.9
トマト他二次加工	367	+99	+37.2%	+40	267	44.3	+18.0	+68.5%	+4.7	26.3
調整額	△3	△2	-	△0	△1	△0.9	+0.9	-	-	△1.9
② 国際計	761	+387	+103.5%	+84	374	85.5	+41.2	+93.1%	+9.2	44.3
その他/調整額	△6	△28	-	△7	22	△3.7	+4.9	-	+1.6	△8.7
合計	1,482	+429	+40.7%	+76	1,053	160.5	+72.3	+82.0%	+10.9	88.2

© 2024 カゴメ株式会社

5

続いて、セグメント別の業績です。

①の国内加工食品事業は、飲料、食品他は増収、通販が減収となりましたが、トータルでは増収となりました。事業利益は、全てのセグメントで増益となりました。

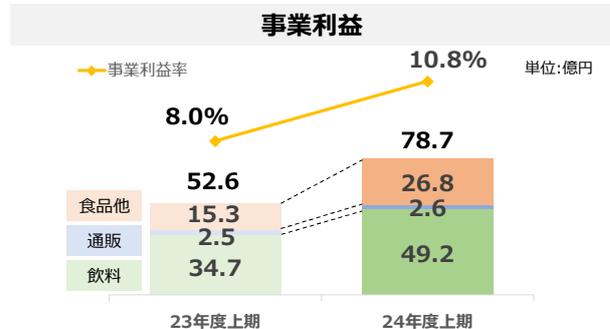
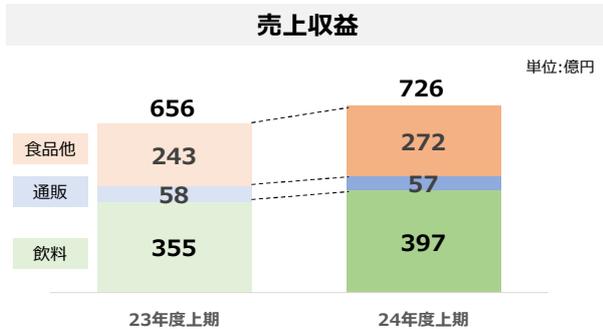
②の国際事業は、トマト他一次加工、トマト他二次加工ともに、増収、増益となりました。なお、今期から、国際事業のセグメントについて、トマトペーストなどの製造・販売をトマト他一次加工、その一次加工品に調味料などを加えたピザソースなどの製造・販売をトマト他二次加工というセグメントに分けて開示しています。

それぞれ、一次加工、二次加工と略してご説明します。

2024年度上期 国内加工食品事業



- ・価格改定後に実施した需要喚起策により、販売数量を落とすことなく、増収
- ・原材料価格は引き続き上昇も、価格改定効果により、増益



カテゴリー総額で増収

- ・飲料：2月価格改定後、需要喚起策により、販売数量を維持
トマトジュースは、新規ユーザーの広がりに加え、ヘビーユーザー化も進み好調を維持
- ・通販：サプリメントの定期顧客が減少
- ・食品他：家庭用-トマトケチャップが好調。使用量の多い子育て層でニーズが広がる
業務用-外食需要が引き続き堅調に推移

原材料価格上昇も価格改定効果により増益

- ・飲料：原材料価格は引き続き上昇も、価格改定効果により、増益
- ・通販：広告宣伝費などを抑制したことで増益を確保
- ・食品他：家庭用/業務用-原材料価格は引き続き上昇も、価格改定効果により増益

© 2024 カゴメ株式会社

6

国内加工食品事業のセグメント別の詳細です。
左側のグラフ、売上収益について、カテゴリーごとにご説明します。

飲料は、2月の価格改定後に実施した需要喚起策により、販売数量を落とすことなく、売上収益を拡大することができました。

特に、トマトジュースは、美容関心層の新規ユーザーの広がりに加え、ヘビーユーザー化も進み、昨年からの好調を維持しています。

通販は、サプリメントの定期顧客数の減少により、減収となりました。

食品他は、2月の価格改定後、家庭用食品については、トマトケチャップが好調に推移し増収となりました。

お得に、簡単にオムライスなどのワンプレートメニューが作れることから、使用量の多い子育て層でニーズが広がっています。

業務用については、外食需要が引き続き堅調に推移したことにより、増収となりました。

続いて右側の事業利益です。

飲料、食品他は、原材料価格が引き続き上昇しましたが、価格改定効果により、増益となりました。

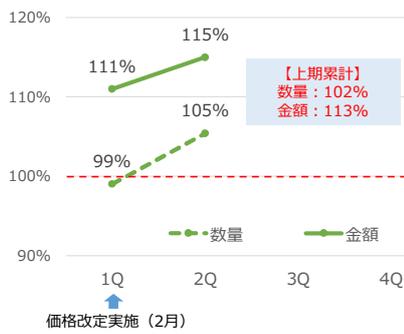
通販は、減収となりましたが、広告宣伝費などを抑制したことで増益を確保しました。

2024年度上期 国内加工食品 価格改定後の推移



- ・野菜飲料：価格改定以降、数量ベースで前年を割ることなく推移
- ・家庭用食品、業務用：上期累計で数量ベースで前年を上回る

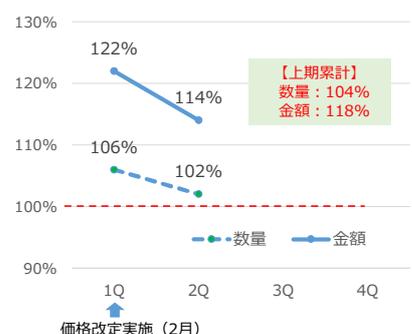
野菜飲料



家庭用食品



業務用



■野菜生活100 平均単価推移 (単位：円)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
720ml	191	207	213	211	212	211
200ml	93	100	101	101	101	102

価格改定実施 (2月)

■トマトケチャップ 平均単価推移 (単位：円)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
500g	202	218	227	230	229	233

価格改定実施 (2月)

出典：インテージSRI+ 全国・SM合計

© 2024 カゴメ株式会社

本年2月に行いました価格改定後の状況について詳細にご説明します。
各カテゴリーにおいて、当初想定より順調に推移しました。

野菜飲料は、上期累計で、数量ベースで102%、金額ベースでは、価格改定効果により113%となりました。

家庭用食品は、上期累計で、数量ベースで99%となったものの、金額ベースにおいては、価格改定効果により、109%となりました。

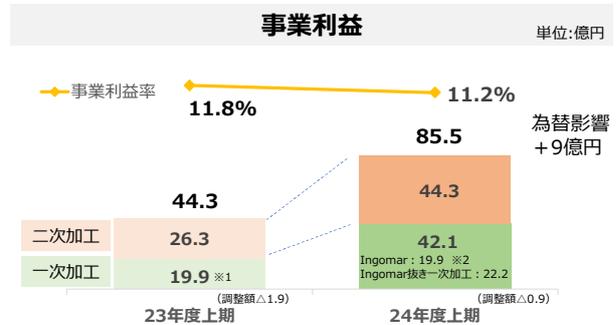
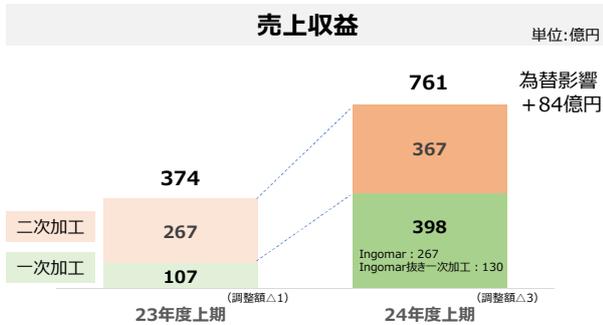
業務用は、上期累計で、数量ベースで104%、金額ベースで118%と、前年を大きく上回りました。

なお、下の表は主力商品である野菜生活100とトマトケチャップの全国のスーパーマーケットにおける平均価格の月別推移です。2月の価格改定以降、平均価格は上昇し、その水準が維持されています。

2024年度上期 国際事業



- ・Ingomarの連結子会社化により大幅増収
- ・市況に連動した価格改定により増益



一次加工・二次加工ともに増収

- ・一次加工：Ingomarの連結子会社化により大幅増分
Ingomarを除いた一次加工においても、トマトペーストの市況に連動した価格改定を行い増収
- ・二次加工：価格改定による販売価格の上昇や、外食需要の拡大によりピザソースなどが引き続き好調に推移し増収

価格改定による販売価格の上昇等により増益

- ・一次加工：トマトペーストの市況に連動した価格改定を行い増益
※1：23年度上期Ingomar持分法投資利益+8.5億円含む
※2：企業結合会計適用により、在庫の時価評価で原価などが上昇することに伴う影響あり
- ・二次加工：価格改定による販売価格の上昇により増益

続いて、国際事業です。

国際事業は、増収増益となりました。為替影響を除いても増収増益となっています。

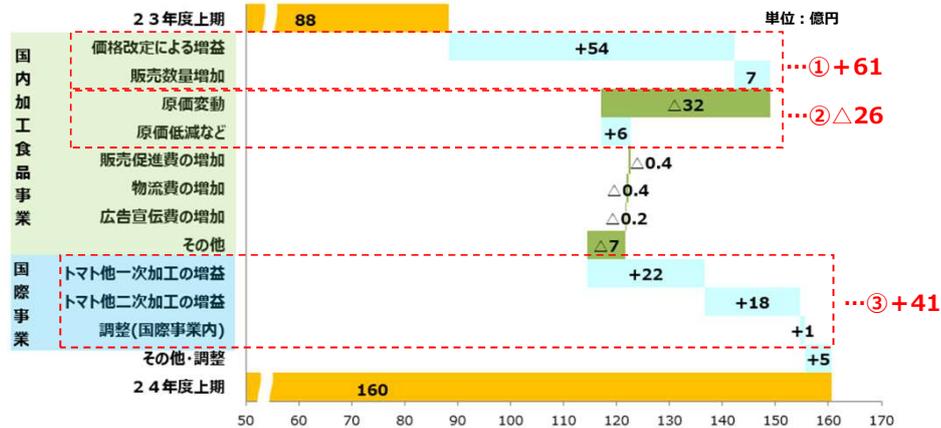
一次加工は、インゴマーの連結子会社化により大幅な増分となっておりますが、インゴマーを除いた一次加工においても、トマトペーストの市況に連動した価格改定を行い、増収増益となっています。

二次加工は、価格改定による販売価格の上昇や、外食需要の拡大によりピザソースなどが好調に推移し、増収増益となりました。

2024年度上期 事業利益増減要因



・価格改定による増益で、原価上昇分をカバー



- ①価格改定、販売数量増加など+61：価格改定+54、販売数量増加+7（新商品含む）
- ②原価変動、原価低減など△26：原価変動△32・・・原材料△28(内為替影響△4)
原価低減+6・・・契約の見直し、購買先の集約、ロス削減 など
- ③国際事業の増益+41：一次加工+22、二次加工+18など

事業利益の増減要因の詳細についてご説明します。

①の価格改定による増益と販売数量の増加による増益61億円に対し、②の原価上昇分32億円から原価低減分6億円を差し引いた、26億円の減益がありました。

原価上昇による減益は、価格改定による増益でカバーすることができています。その他では人件費などが7億円上昇しました。

③の国際事業の41億円の増益と合わせて、事業利益は160億円となりました。

2024年度上期 中間利益増減要因



・事業利益、その他の収益の増加により前年から増加

単位:億円	24年度上期実績			23年度 上期実績
		対前年	増減率	
事業利益	160.5	+72.3	82.0%	88.2
その他の収益	95.1	① +93.0	4428.6%	2.1
その他の費用	2.8	+1.5	115.4%	1.3
営業利益	252.9	+163.8	183.8%	89.1
税前利益	237.4	+150.7	173.8%	86.7
法人所得税費用	45.1	+18.7	70.8%	26.4
実効税率	19.0%	② -11.4pt	-	30.4%
非支配持分に帰属する損益	14.5	+6.1	72.6%	8.4
中間利益*	177.7	+125.9	243.1%	51.8

※親会社の所有者に帰属する中間利益

増減要因

- ① その他の収益 +93：取得日前のIngomar持分を再測定した結果の段階取得に係る差益
- ② 実効税率 -11pt：①に関する差益に対する非課税影響等

営業利益と中間利益の増減要因についてご説明します。
事業利益の増加を受け、営業利益、中間利益とも増益となりました。

営業利益には、インゴマーの連結子会社化に伴い保有していた持分を取得日における公正価値で再測定した結果、①に示している通り、93億円の差益を、「その他の収益」に計上しております。この差益に対しては非課税となっており、その影響で②の実効税率が11ポイント低下し、中間利益は、177億円となりました。

2024年度上期 財政状態計算書変動内容



・Ingomar連結子会社化により、資産、負債とも増加

前期末からの増減内容（単位：億円）

■ 流動資産2,027(+373)

- ① 棚卸資産 + 298(為替影響含む)
 営業債権及びその他の債権+147
 現金及び現金同等物△114 など

■ 非流動資産1,590(+588)

- ② 無形資産 + 391、有形固定資産 + 226、持分法投資△59 など

■ 負債1,759(+466)

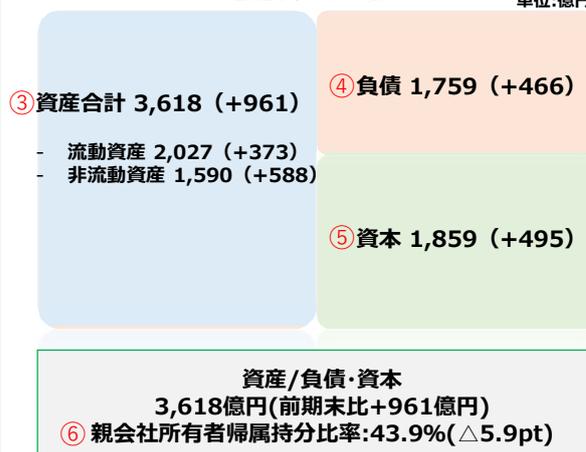
借入金 + 305、繰延税金負債 + 95、
 営業債務及びその他の債務 + 67 など

■ 資本1,859(+495)

非支配株主持分 + 227、
 利益剰余金 + 142（当期利益 + 177、支払配当金△35 など）
 その他の資本の構成要素 + 132 など

連結財政状態計算書 2024年6月30日

単位:億円



※（ ）内は前期末比

© 2024 カゴメ株式会社

11

財政状態計算書の変動内容についてご説明します。

インゴマーの連結子会社化により、

- ①の棚卸資産で298億円、
- ②の無形資産で391億円の増加などがあり、
- ③の通り資産合計で前期末から961億円増加しました。
- ④の負債は、同じくインゴマーの連結子会社化に伴う借入金の増加などで466億円増加しています。
- ⑤の資本は非支配持分や利益剰余金の増加などで495億円増加しました。
- ⑥の親会社所有者帰属持分比率は43.9%となり、5.9ポイント低下しました。

詳細については、ご覧の通りです。

2024年度上期 キャッシュフローの主な内容



- ・フリーキャッシュフロー：Ingomarの追加取得等によりマイナス
- ・財務活動によるキャッシュフロー：短期借入金増により増加

単位:億円	24年度上期実績			23年度 上期実績
	対前年	増減率		
営業活動によるキャッシュフロー(A)	268	+178	+197.3%	90
投資活動によるキャッシュフロー(B)	△ 407	△ 382	-	△ 25
フリーキャッシュフロー(A+B)	△ 139	△ 204	-	65
財務活動によるキャッシュフロー	18	+51	-	△ 33

■ 24年度上期 キャッシュフロー内訳

営業活動によるキャッシュフロー

税引前利益237億円、減価償却費及び償却費61億円、棚卸資産の減少247億円、Ingomarの既存出資持分時価評価益△93億円、営業債権及びその他の債権の増加△44億円、営業債務及びその他の債務の減少△69億円、法人所得税の支払い△40億円 など

投資活動によるキャッシュフロー

Ingomarの持分追加取得に伴う支出△360億円、有形固定資産及び無形資産の取得△48億円 など

財務活動によるキャッシュフロー

短期借入金の増加121億円、長期借入金の返済△49億円、配当金の支払い△35億円 など

© 2024 カゴメ株式会社

12

キャッシュフローの変動内容についてご説明します。

営業活動によるキャッシュフローは増加したものの、インゴマーの取得などにより投資活動によるキャッシュフローが減少し、フリーキャッシュフローは、マイナス139億円となっております。

財務活動によるキャッシュフローは、短期借入金の増加などで、前年から増加しました。

2. 2024年度通期予想

続いて2024年度通期の業績予想についてご説明します。

2024年度通期予想



- ・通期予想は、売上収益2,960億円、事業利益230億円として据え置く。
- ・下期も原価上昇を打ち返す施策などに注力。連結での増益をめざす。

単位:億円		24年度通期修正予想			24年度上期実績		24年度下期見込み	
			対期初	対前年		対前年		対前年
国内加工食品計	売上収益	1,450	+30	+28	726	+69	724	△41
	事業利益	95	+23	△19	78	+26	17	△45
国際計	売上収益	1,490	+50	+708	761	+387	729	+321
	事業利益	145	+28	+36	85	+41	60	△5
その他/調整額	売上収益	20	△10	△23	△6	△28	26	+5
	事業利益	△10	+9	+18	△3	+4	△7	+14
合計	売上収益	2,960	+70	+712	1,482	+429	1,478	+283
	事業利益	230	+60	+35	160	+72	70	△37

①

②

24年度下期 リスク要素

国内加工食品：消費者の節約志向が強まる。競合含めて、低価格志向へシフトする動きもあり
 国際事業：24年産のトマトペースト市況は下がる見込み。第4四半期から影響が出る見込み

2024年度通期の業績予想は、①に示しました通り、売上収益は2,960億円、事業利益は230億円としており、第一四半期決算発表時点の修正予想を据え置いています。

これは、国内加工食品事業、国際事業共に、下期にリスク要素があるためです。

国内事業のリスク要素としては、値上げが続く環境の中で、消費者の節約志向が強まっています。競合含めて、低価格志向へシフトする動きも起きています。

国際事業においては、24年産のトマトペースト市況は下降に転じると見込んでおり、第4四半期からその影響が出る見込みです。

②に、年間の修正予想から上期実績を差し引いた数字を下期の見込みとして表示しています。

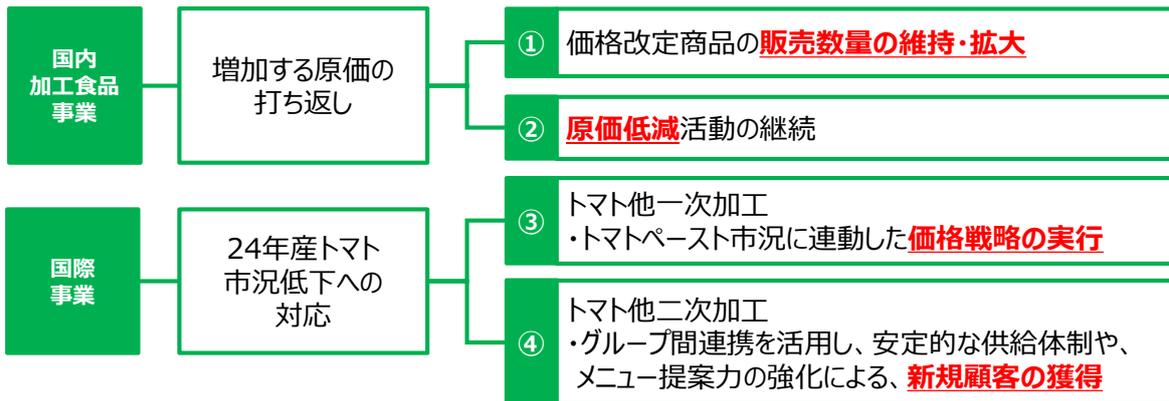
数値上は減益となっておりますが、原価上昇の影響を打ち返す施策などに注力し、連結での増益を目指します。

2024年度下期 事業利益の課題と施策



- ・国内加工食品事業は、上期と同様に増加が見込まれる原価への打ち返し策として、販売数量の維持・拡大、及び原価低減活動に注力する
- ・国際事業は24年産トマト市況低下に対し、各個社にて利益確保の対応を行う

2024年度下期 事業利益獲得課題と施策



© 2024 カゴメ株式会社

15

下期の増益を目指す上での課題と、取り組み施策です。

国内加工食品事業は、上期と同様に原価が上昇します。これに対しては、プロモーションなどにより価格改定商品の販売数量の維持・拡大に取り組みます。また、原価低減活動を継続していきます。

国際事業については、24年産トマトの市況低下への対応が課題となります。一次加工では、トマトペースト市況に連動した価格戦略を進めます。二次加工においては、グループ間連携を活用し、グローバルフードサービス企業に対して安定的な供給体制やメニュー提案力の強化によって、新たな顧客の獲得を推進していきます。

これらにより、下期も連結での増益を目指していきます。

3. 2024年度下期施策

下期の施策についてご説明します。

2024年度下期施策 国内事業（飲料）

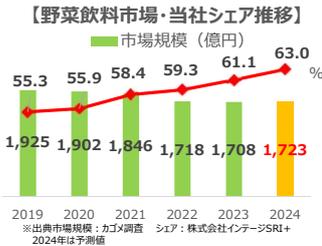


- ・中期経営計画後半の課題である利益の回復に引き続き取り組む
- ・新価格定着に向け、野菜摂取機会を増やす需要喚起策を行い、市場を回復させる

野菜飲料市場規模：反転見込み

■ トマトジュースが貢献

- ・ 停滞が続いていた市場規模が反転する見込み
- ・ トマトジュースが市場回復に大きく貢献しており、市場伸び率は115%の予測



野菜生活：朝の飲用機会獲得を目指す

■ コミュニケーションメッセージ「朝を味方に」を展開

- ・ “緑黄色社会”を引き続きCMタレントに起用
- ・ 飲用機会が減少していた朝シーンでの需要を喚起し、野菜摂取機会の増加を目指す



トマトジュース：新規ユーザー獲得を目指す

■ 新規ユーザー化とヘビーユーザー化が好調要因

- ・ トライアルのきっかけとなっているリコピンの機能価値理解の促進を進める
- ・ 若年女性をターゲットにしたコミュニケーション活動にも引き続き取り組む



© 2024 カゴメ株式会社

アーモンド・ブリーズ：製造・販売ライセンス契約締結

■ ブルーダイヤモンドグローブズ社

- ・ 創業1910年 / カリフォルニア契約農家3000軒
- ・ 世界最大のアーモンド加工販売企業
- ・ 「農からの価値形成」で、当社と親和性高い
※25年以降、本格的に販路拡大



国内事業は、中期経営計画後半の課題である利益の回復に引き続き取り組んでいきます。

飲料は、新価格の定着に向け、野菜摂取機会を増やす需要喚起策を行うことで、野菜飲料市場を回復させていきます。

野菜飲料市場は、停滞が続いておりましたが、本年の市場規模は反転する見込みです。

中でも、トマトジュースは、野菜飲料全体の市場回復に大きく貢献しており、市場伸び率前年比115%の予測となっています。

当社のトマトジュースの売上収益も好調です。好調の要因は、美容関心層を中心に新規ユーザーを獲得し、ヘビーユーザー化できたことにあります。

下期は、新規ユーザーの更なる獲得を目指して、トライアルのきっかけとなっているリコピンの機能価値理解の促進を進めるとともに、若年女性をターゲットにしたコミュニケーション活動にも取り組んでいきます。

野菜生活においては、“緑黄色社会”をCMタレントに起用し、「朝を味方に」というコミュニケーションメッセージを引き続き発信していきます。飲用機会が減少していた朝シーンでの需要喚起を図ることで、朝の野菜摂取機会の増加を目指していきます。

また、事業領域の拡張を目指して、本年4月に、ブルーダイヤモンドグローブズ社と、同社のアーモンドミルクブランド「アーモンド・ブリーズ」の日本国内における製造・販売に関するライセンス契約を締結しました。9月から製造・販売を開始する予定です。

ブルーダイヤモンドグローブズ社は、1910年創業で、カリフォルニアの契約農家3000軒を通じてアーモンドを調達・加工している、世界最大のアーモンド加工販売企業です。同社は、農からの価値形成という点において、当社との高い親和性を有しています。

本年の売上利益、事業利益への貢献は限定的となりますが、25年以降、当社のリソースを最大限に活用し本格的に販路を広げていきます。

2024年度下期施策 国内事業（食品・業務用）



- ・コスト、タイプニーズに合う、安価で簡単に家族が喜ぶメニュー提案を行う
- ・業務用は、外食市場の伸び鈍化に備え収益構造改革を推進

トマトケチャップ：使用量拡大目指す

■“新しい学校のリーダーズ”を活用したメニュー提案



■コスト・タイプニーズに合う家族が喜ぶメニュー提案

- ・焼きケチャップをベースとした調理用途を更に浸透させることで競合と差別化
※焼きケチャップ：トマトケチャップと油を混ぜて焼くこと。酸味がやわらいて濃厚でコク深い味わいに
- ・子育て層をターゲットに洋食・中華メニュープロモーションを推進



© 2024 カゴメ株式会社

新商品：「ごはんにかけるスープ」

■時短、節約意識から食卓の皿数は減少

- ・家では作りづらい特別な1食分が楽しめる
- ・ごはんにかけるだけで満足する主食が簡単に作れる
- ・発売日：8月27日



業務用：人手不足に対応する商品の強化

■外食市場での人手不足を解決

- ・ホテル・飲食店での人手不足に対応する商品の強化（自然解凍、手間いらず）
- ・不採算商品の見直しなど収益構造改革を引き続き推進



食品は、トマトケチャップが引き続き好調です。町中華オムライスの提案や新しい学校のリーダーズを活用したプロモーションなどが奏功しています。

下期は、基礎調味料としての値頃感を活かし、コスト・タイプニーズに合う、安価で、簡単に、家族が喜ぶメニューの提案により、使用量を拡大させていきます。

また、8月に発売する新商品「ごはんにかけるスープ」は、時短、節約意識から食卓における皿数の減少が進む中、手間なく、おいしく、1食分を完結できる点を訴求し、時短簡便意識の高い女性のニーズを開拓していきます。

業務用は、訪日外国人が過去最高を記録し、好調に推移しております。そのような状況の中、ホテル・飲食店などの外食市場において人手不足が深刻な課題となっています。

下期は、ホテル・飲食店での人手不足に対応する商品の提案を強化するとともに、継続している、不採算商品の見直しなどの収益構造改革を進めていきます。

2024年度下期施策 国際事業



- ・フードサービス企業向け引き続き好調も、24年産のトマトペースト市況は下降に転じる
- ・Ingomarとのシナジー創出に向けてグローバル・アグリ・リサーチ&ビジネスセンターと連携

カンパニー化によるグループ連携強化

■カンパニー化によりグループ全体で戦略を進める

- ・ 国際事業は社内カンパニー体制となり、毎月主な子会社CEOによる経営会議を実施
- ・ 複数拠点で連携することで、安定供給力をさらに強化
- ・ 価格戦略をはじめとした海外グループ全体での戦略を進める



フードサービス企業への対応強化

■メニュー提案力を強化

- ・ バーベキューソースなど、ピザソース以外にも商品を広げ、既存取引先との売上拡大を目指す
- ・ 主要取引先のグローバルフードサービス企業に加え、各エリアのローカルフードサービス企業との新規取引先の獲得を進める



Ingomarとの取り組み

■今後の課題

- ・ 短期：24年クローブ生産において、生産ロス削減などの取り組み中 借入金利の抑制などの効果を見込む
- ・ 長期：競争優位性ある持続可能な農業技術開発

■グローバル・アグリ・リサーチ&ビジネスセンターとの連携

- ・ Ingomarの契約農家へ担当者が直接訪問し、カリフォルニアの農業の状況などリアルな現状把握、現地農家のニーズの探索を実施
- ・ 同センターの新たな拠点をIngomarと同じカリフォルニアに設置
- ・ 農業領域において、自社では持ちえない、イノベーションの機会になる可能性がある先端技術を探るためにコーポレートベンチャーキャピタル、CVCの設立に向けた準備を進める



© 2024 カゴメ株式会社

19

国際事業は、一次加工、二次加工ともに、トマトペーストの市況高を背景に、フードサービス企業向け商品が引き続き好調に推移していますが、24年産のトマトペーストからは、市況が下降に転じると見込んでいます。

国際事業は、昨年より社内カンパニー体制となり、毎月、主な子会社CEOによる経営会議を実施し、グループ連携を強化しています。

それにより、複数の生産拠点が連携した商品の安定供給力の強化などが図られてきています。

下期は、今後のトマトペースト価格の下降も見据え、価格戦略をはじめとした海外グループ全体での戦略を進めていきます。フードサービス企業への対応も更に強化していきます。メニュー提案力を強化し、バーベキューソースなど、ピザソース以外にも商品カテゴリーを広げていくことで、既存取引先との売上拡大を目指すとともに、主要取引先であるグローバルフードサービス企業に加えて、各エリアでのローカルフードサービス企業との新規取引先の獲得も進めていきます。

インゴマーとは、シナジー創出に向けて、具体的な課題の取り組みを進めます。短期的シナジーとしては、生産ロスの削減によるコスト削減や借入金利の抑制を見込んでいます。

長期的シナジーとしては、競争優位性ある持続可能な農業技術開発を目指し、プロジェクトをスタートさせました。

インゴマーとのシナジー創出にあたっては、昨年設立したグローバル・アグリ・リサーチ&ビジネスセンターとの連携が不可欠です。インゴマーの契約農家へ担当者が直接訪問し、カリフォルニアの農業の状況などリアルな現状把握を行い、現地農家のニーズの探索を行いました。

現地では、水の調達や土壌の病害に関する課題を共有化することができ、今後、新たな品種開発や栽培技術の開発に向け取り組んでまいります。

また、この4月に同センターの新たな拠点をインゴマーと同じカリフォルニアに設置したことで、より緊密な連携が可能になりました。

更に、同センターにおいては、農業領域において、自社では持ちえない、イノベーションの機会になる可能性がある先端技術を探るためにコーポレートベンチャーキャピタル、CVCの設立に向けた準備も進めています。CVCの詳細につきましては、後日改めてお知らせします。

事業環境は劇的に変化したが 目指すところは変わらない



2025年の
ありたい姿

**「食を通じて社会課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」**

2025年の
ビジョン

「トマトの会社から野菜の会社に」

事業環境は大きく変化し、当社の事業構造も国内、国際の構成比が逆転する転換点を迎えています。
引き続き、「食と健康」領域において、2025年のありたい姿とビジョンの達成を目指してまいります。
以上になります。ご清聴ありがとうございました。

4.参考資料

国内加工食品事業 飲料トピックス



・トマトジュースは新規ユーザー獲得、ヘビーユーザー化により好調

飲料（乳酸菌除く）販売チャネル別・容器別 売上前年比

販売チャネル	1Q	2Q	累計
コンビニエンスストア	110%	124%	117%
量販店	111%	111%	111%
EC	111%	140%	126%
合計	110%	115%	113%

容器	1Q	2Q	累計
パーソナル容器	106%	115%	111%
大型容器	120%	116%	118%
合計	110%	115%	113%



販売チャネル別、容器別販売状況

- ・コンビニエンスストア：トマトジュース好調、オフィス需要の回復
- ・大型容器：トマトジュースの構成比が大きく伸び率が高い

主力ブランド別売上収益

トマトジュース 91億円(対前年+46%)

- ・美容関心層の新規ユーザーが流入、ヘビーユーザー化

野菜一日これ一本 65億円(対前年+8%)

- ・トリプルケアなどの新商品が好調

野菜生活100シリーズ 190億円(対前年+3%)

- ・コンビニ需要の回復、Smoothieが好調

販売促進費、広告宣伝費（対前年）

販売促進費の効率的投入により減少

広告宣伝費は“緑黄色社会”を起用したCMプロモーション強化

販売促進費 対前年△1.2億円、広告宣伝費+2.1億円

国内加工食品事業 通販トピックス



・サプリメントの健康直送便の定期顧客数が減少

カゴメの通信販売
健康直送便



主力商品の野菜飲料やサプリメント類が前年割れ

主力商品別売上収益
野菜飲料36億円(前年比△3%)
サプリメント類9億円(△7%)
スープ類7億円(+22%)



事業利益
広告宣伝費の抑制などにより+0.1億円

国内加工食品事業 食品他トピックス



・価格改定後のトマトケチャップが早期回復、使用量の多い子育て層でニーズ広がる



家庭用食品

売上収益99億円（対前年+9%）

・価格改定後の数量維持

主力商品別売上収益

トマトケチャップ50億円(対前年+11%)

・オムライスなどのワンプレートメニューが拡大



業務用

売上収益136億円（対前年+18%）

・外食需要が引き続き堅調

事業利益

原材料価格が上昇するも、売上収益の伸長などで増益

国際事業トピックス



- ・Ingomarの連結子会社化により大幅増収
- ・市況に連動した価格改定により増益

単位：億円

単位：億円	売上収益			23年度 上期実績	事業利益			23年度 上期実績
	24年度上期実績	対前年	対前年 (為替影響除く)		24年度上期実績	対前年	対前年 (為替影響除く)	
米国Ingomar	267	+267	+236	-	19.9	+19.9	+17.7	-
米国Kagome Inc.	271	+86	+55	184	34.9	+7.5	+3.7	27.4
ポルトガルHIT	120	+12	△1	107	24.5	+8.8	+6.1	15.7
カゴメオーストラリア	59	+16	+10	43	4.3	+3.2	+2.7	1.1
台湾可果美	31	+3	+1	27	2.7	△0.1	△0.3	2.8
その他	11	+1	0	10	△1.0	+1.8	+1.9	△2.9
国際事業 計	761	+387	+302	374	85.5	+41.2	+31.9	44.3

個社別のサマリー(現地通貨)

- Ingomar (一次加工) : 企業結合会計適用により、在庫の時価評価で原価などが上昇することに伴い、本年は一時的低水準
- Kagome Inc (二次加工) : 価格改定による販売価格の上昇や、フードサービス企業向け好調により、増収増益
- ポルトガルHIT (一次・二次加工) : 出荷期ずれによる減収、トマトペースト価格の上昇等で増益
- カゴメオーストラリア (一次・二次加工) : トマトペーストの販売価格の上昇等により増収増益
- 台湾可果美 (二次加工) : 価格改定などで増収、原材料価格の上昇等により減益

サステナビリティ&トピックス



- ・サステナビリティ：CDP 水セキュリティにおいて、最高評価の「Aリスト企業」
- ・トピックス：未来型食品工場コンソーシアム結成

「CDP 水セキュリティ」において、最高評価の「Aリスト企業」に選定

■ 国際的影響力のある環境非営利団体 CDP の水資源管理に関する企業調査「CDP 水セキュリティ」において、最高評価の「A リスト企業」選定

- ・水の保全是、2018年に「水の方針」を制定
- ・水のリスク調査と対応、生産拠点の取水量削減、水の浄化と循環利用の推進等に取り組む



「未来型食品工場コンソーシアム」結成

■ 食品メーカー複数社とロボット開発会社で食品工場の非競争領域の共通課題解決を目指す

- ・「労働力不足」や「原価高騰」課題への対応
- ・非競争領域の共通課題に高度なロボテクノロジー活用
- ・共同開発による、コスト分散、技術やノウハウの共有

