

2025年12月期上期決算 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。

- 1. 2025年度上期決算概要**
- 2. 2025年度通期予想及び下期施策**
- 3. 参考資料**

1. 2025年度上期決算概要

2025年度上期 連結業績

- ・売上収益：国際事業がトマトペースト市況の下降影響により減収
- ・事業利益：原材料価格の上昇、国際は減収影響により減益

単位:億円	25年度上期実績		対前年		24年度 上期実績
		比率		増減率	
売上収益	1,386	-	△95	△6.4%	1,482
事業利益	104	7.5%	△50	△32.7%	154
営業利益	105	7.6%	△141	△57.2%	246
中間利益 [※]	61	4.5%	△109	△64.0%	171

営業利益は、前年Ingomar連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を計上したことによる反動減
※親会社の所有者に帰属する中間利益

2025年度上期 セグメント別業績

- ・国内加工食品：トータルで増収、原材料価格上昇、広告費投入により減益
- ・国際：トマトペースト市況の下降影響などにより一次加工、二次加工とも減収減益

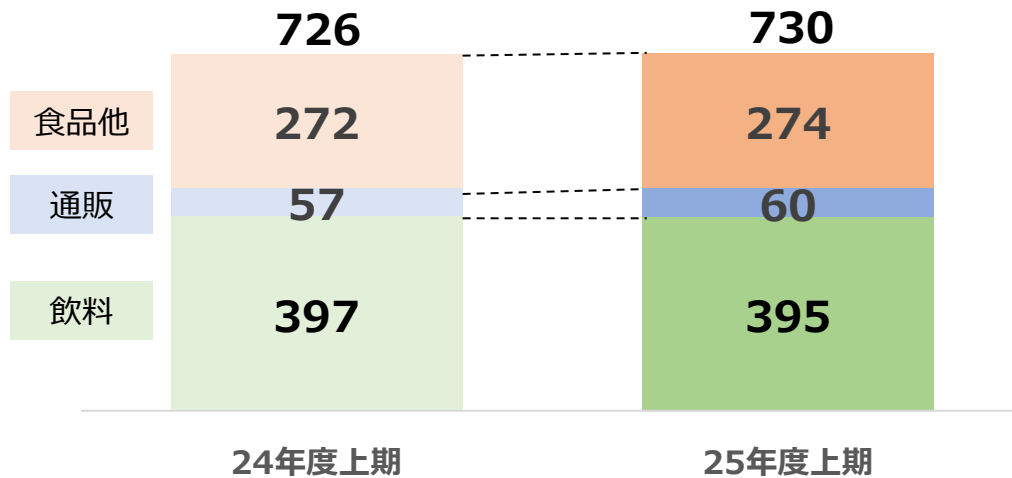
単位:億円	売上収益				24年度 上期実績	事業利益				24年度 上期実績
	25年度上期実績	対前年	増減率	為替影響		25年度上期実績	対前年	増減率	為替影響	
飲料	395	△1	△0.5%	-	397	31	△18	△37.1%	-	49
通販	60	+3	+6.1%	-	57	2	△0	△3.8%	-	2
食品他	274	+2	+0.8%	-	272	23	△3	△13.7%	-	26
① 国内加工食品計	730	+3	+0.5%	-	726	56	△22	△28.0%	-	78
トマト他一次加工	299	△98	△24.8%	△7	398	29	△6	△17.7%	△0	36
トマト他二次加工	323	△44	△12.0%	△7	367	25	△19	△43.2%	△0	44
調整額	△1	+2	-	+0	△3	1	+2	-	-	△0
② 国際計	621	△140	△18.4%	△14	761	56	△23	△29.1%	△1	79
その他/調整額	34	+40	-	+0	△6	△8	△5	-	+0	△3
合計	1,386	△95	△6.4%	△14	1,482	104	△50	△32.6%	△1	154

2025年度上期 国内加工食品事業

- ・トマトジュース引き続き好調、トマトケチャップ需要拡大により増収
- ・原材料価格の上昇、広告費の戦略的投下などにより減益

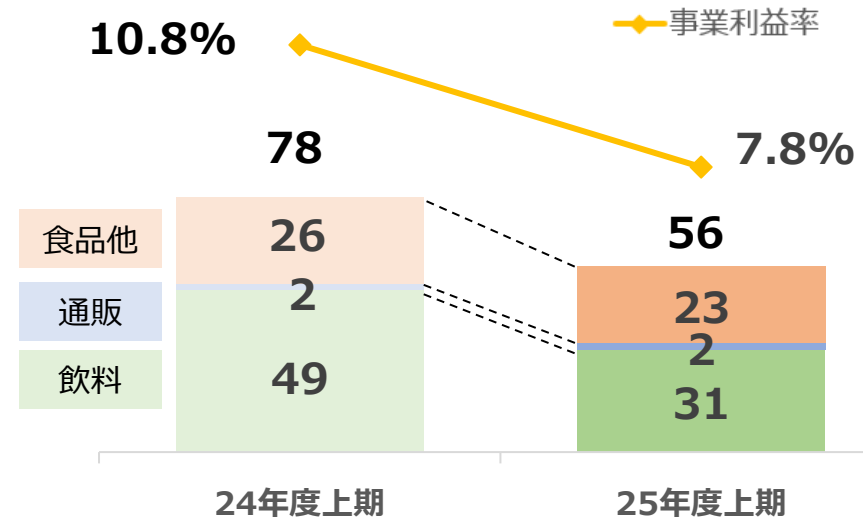
売上収益

単位:億円



事業利益

単位:億円



飲料はわずかに減収もトータルで増収

- ・飲料：トマトジュースが引き続き好調、野菜生活100は発売30周年迎え「家族の健康飲料」として子育て層向けプロモーションを実施、アーモンド・ブリーズは3月から本格的な展開
- ・通販：野菜飲料やスープが好調に推移
- ・食品他：「ナポリタンスタジアム」や「焼きケチャップ」などのメニュー情報発信、販促活動を強化

原材料価格上昇、広告費戦略的投下により減益

- ・飲料：広告の強化、原材料価格は引き続き上昇
- ・通販：WEB広告強化、原材料価格は引き続き上昇
- ・食品他：原材料価格は引き続き上昇

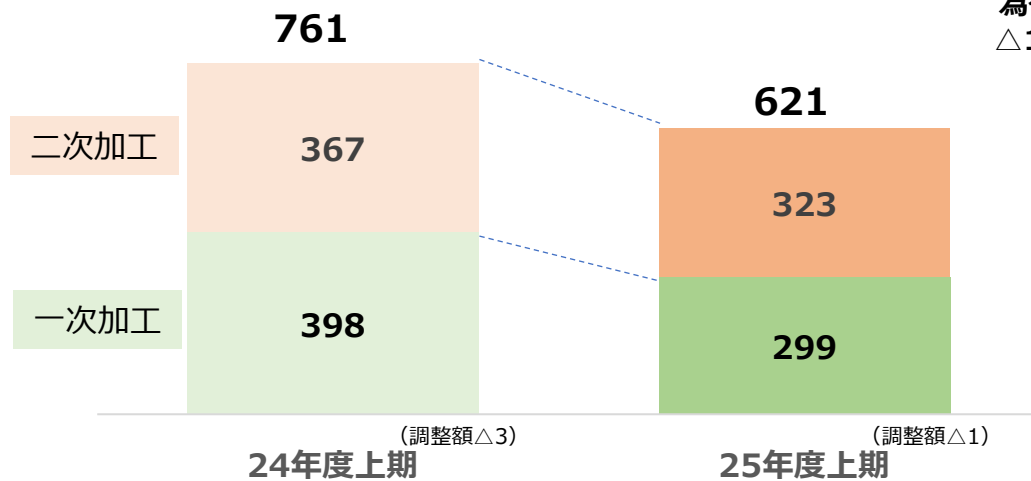
2025年度上期 国際事業

- ・トマトペースト市況の下降影響により販売価格を引き下げ、減収減益
- ・減収に加え、在庫評価減等に伴い一時的な費用が発生したことにより、減益

売上収益

単位:億円

為替影響
△14億円



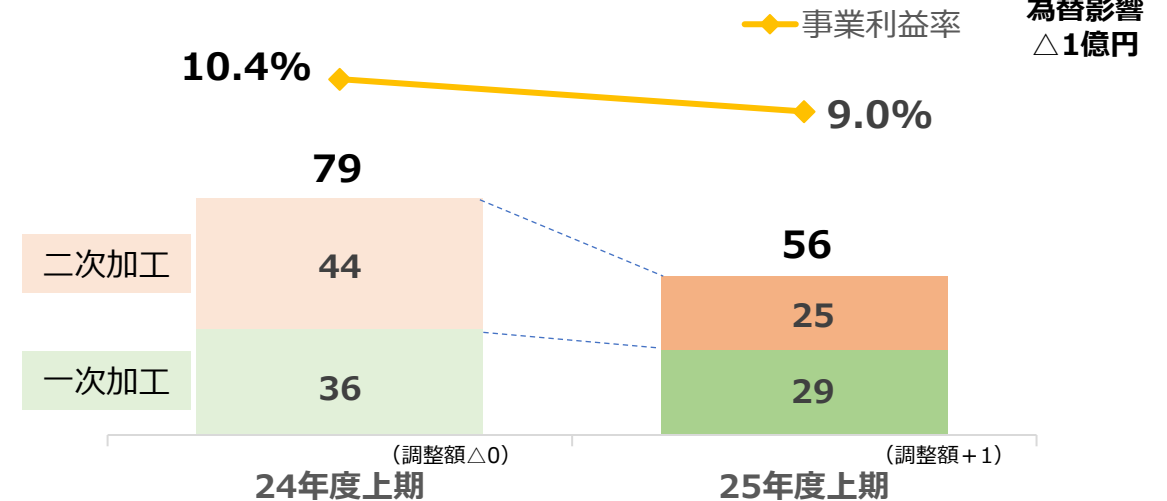
一次加工・二次加工ともに減収

- ・一次加工：トマトペースト市況の下降に伴い、販売価格を引き下げ、減収
- ・二次加工：フードサービス企業向け販売は堅調に推移したものの、市況の下降に伴う販売価格の引き下げなどに伴い、減収

事業利益

単位:億円

為替影響
△1億円



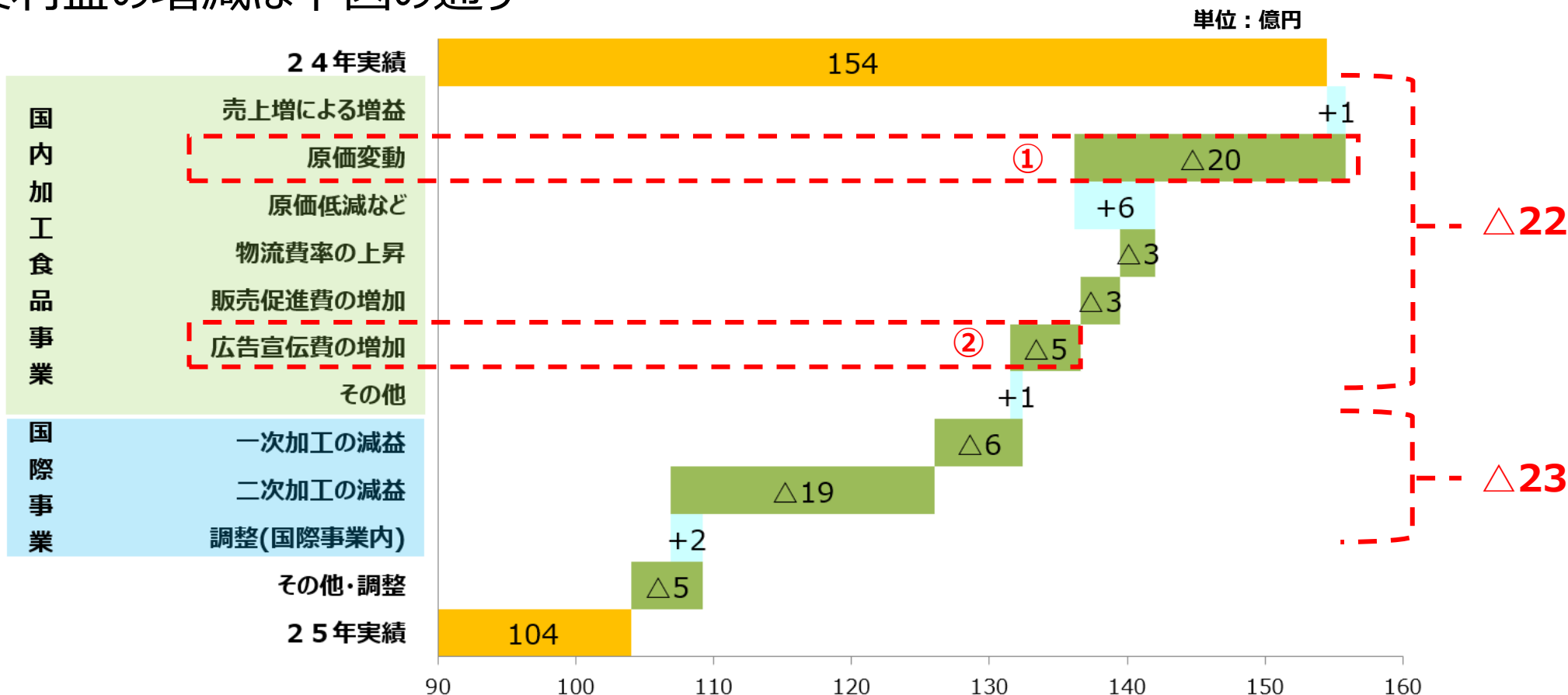
一次加工・二次加工ともに減益

- ・一次加工：減収要因による減益
- ・二次加工：減収要因による減益

※在庫評価減等一時的な損失を6億円認識

2025年度上期 事業利益増減要因

・事業利益の増減は下図の通り



国内加工食品 △22

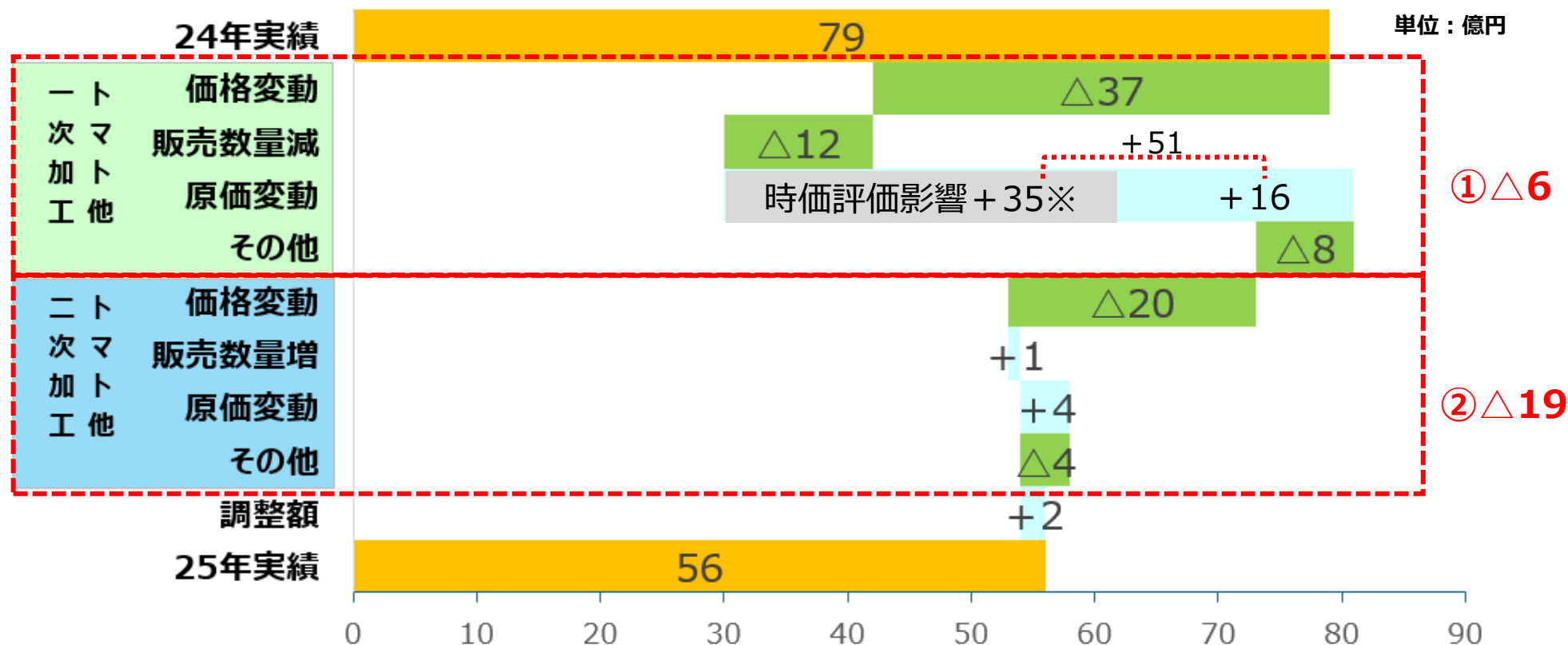
①原価変動△20：トマトペースト+0.2、にんじん・りんごなど△8、包材など△5、内為替影響△4など

②広告宣伝費の増加：△5 上期は戦略的に増額

国際事業 △23

2025年度上期 国際事業利益増減要因

・事業利益の増減は下図の通り



- ①一次加工△6：価格変動△37、数量減△12、原価変動+51（Ingomar+45、内、在庫等の時価評価影響※35含む）など
 ※企業結合会計を適用したことに伴う、在庫・固定資産などを時価評価したことにより生じる利益影響（24年上期：△52、25年上期：△17、増減+35）
 ②二次加工△19：価格変動△20（プロダクトミックス、販売価格引き下げ影響など）、数量増+1、原価変動+4など

2025年度上期 中間利益増減要因

- ・営業利益：前年Ingomar連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を計上したことによる反動減

単位:億円	25年度上期実績			24年度 上期実績
		対前年	増減率	
事業利益	104	△50	△32.7%	154
① その他の収益	3	△91	△96.5%	95
その他の費用	1	△1	△40.7%	2
営業利益	105	△141	△57.2%	246
税前利益	99	△131	△56.8%	231
法人所得税費用	28	△18	△39.8%	47
実効税率	28.4%	② +8.0pt	-	20.4%
非支配持分に帰属する損益	9	△3	△24.0%	12
中間利益※	61	△109	△64.0%	171

※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△91：前年Ingomar連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を計上したことによる反動減
- ②実効税率+8.0pt：①に関する差益に対する昨年の非課税影響等

2025年度上期 財政状態計算書変動内容

・財政状態計算書は以下の通り

連結財政状態計算書

2025年6月30日

単位:億円

① 資産合計 3,295 (△329)

- 流動資産 1,836 (△262)
- 非流動資産 1,458 (△66)

② 負債 1,346 (△161)

③ 資本 1,949 (△167)

資産/負債・資本

3,295億円(前期末比△329億円)

④ 親会社所有者帰属持分比率:52.0%(+0.7pt)

前期末からの増減内容(為替影響含む) 単位:億円

■ 流動資産1,836(△262)

棚卸資産△188 営業債権及びその他の債権△36
現金及び現金同等物△23 など

■ 非流動資産1,458(△66)

無形資産△34、有形固定資産△17 など

■ 負債1,346(△161)

借入金(長期含む) △70、
営業債務及びその他の債務 △68 など

■ 資本1,949(△167)

自己株式取得による△68、 その他の資本の構成要素△83

2025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：前年Ingomar取得に伴う投資キャッシュフローの影響
- ・財務活動によるキャッシュフロー：長期借入金返済や自己株式の取得などにより減少

単位:億円	25年度上期実績			24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)	235	△ 32	△12.0%	268
投資活動によるキャッシュフロー(B)	△ 59	+347	—	△ 407
フリーキャッシュフロー(A+B)	175	+315	—	△ 139
財務活動によるキャッシュフロー	△ 195	△ 214	—	18

■ 25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99億円、減価償却費及び償却費57億円、棚卸資産の減少15億円、
営業債務及びその他の債務の減少△51億円、法人所得税の支払い△25億円 など

投資活動によるキャッシュフロー

有形固定資産及び無形資産の取得△60億円 など

財務活動によるキャッシュフロー

自己株式の取得△69億円、借入金の増減△53億円、配当金の支払い△52億円 など

2. 2025年度通期予想及び下期施策

2025年度通期予想



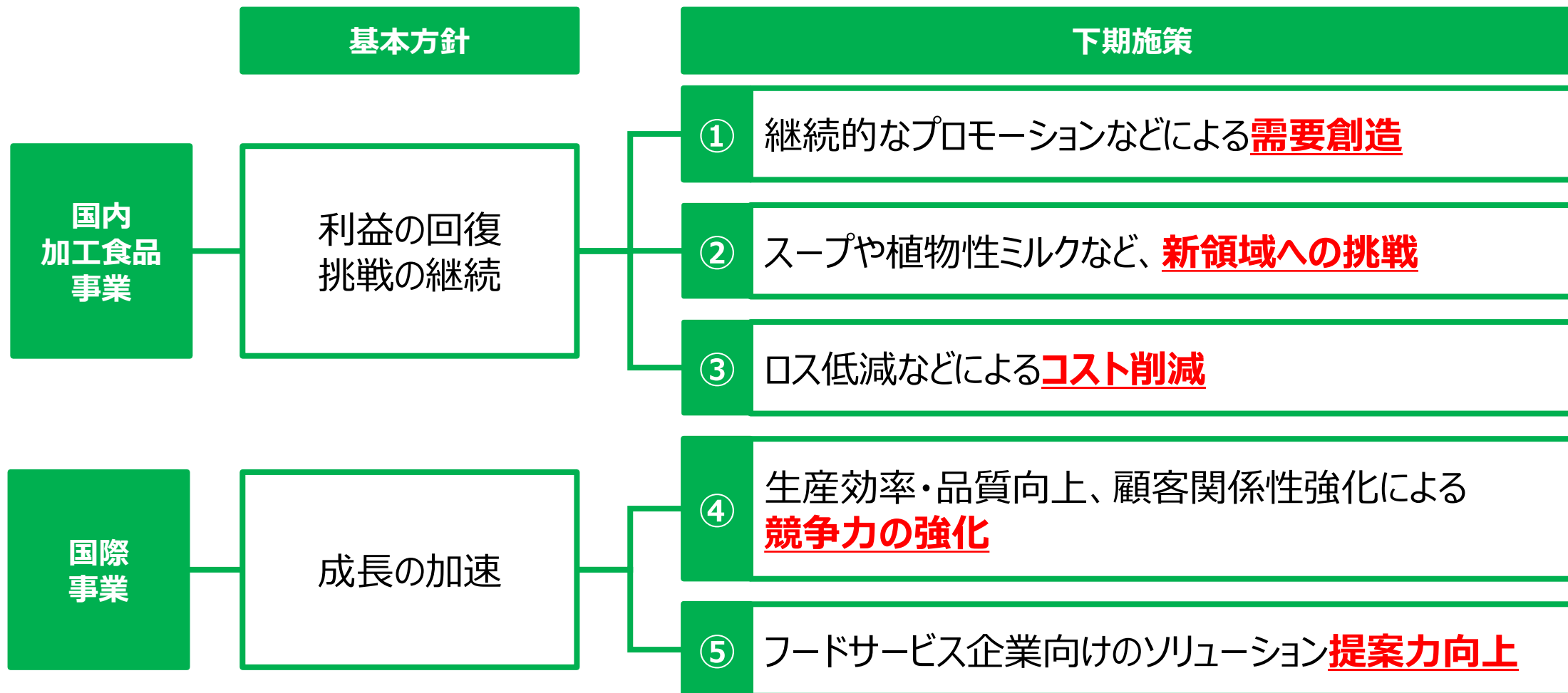
・通期予想は、売上収益、事業利益ともに期初予想から変更なし

単位:億円		25年度通期業績予想 (A)		上期実績 (B)			下期見込 (A) - (B)		
			対前年		対予想 進捗率	対前年		対予想残 進捗率	対前年
国内加工食品計	売上収益	1,575	+17	730	46.3%	+3	844	53.7%	+14
	事業利益	139	△16	56	40.3%	△22	82	59.7%	① +5
国際計	売上収益	1,325	△168	621	46.9%	△140	703	53.1%	△27
	事業利益	119	△20	56	47.1%	△23	62	52.9%	② +2
その他/調整額	売上収益	100	+81	34	34.0%	+40	65	66.0%	+40
	事業利益	△18	+6	△8	44.4%	△5	△9	55.6%	+11
合計	売上収益	3,000	△68	1,386	46.2%	△95	1,613	53.8%	+26
	事業利益	240	△30	104	43.3%	△50	135	56.7%	+19

- ①国内加工食品：原価変動や物流費上昇の影響による利益減も、売上増加や広告宣伝費の効率化などにより、増益を目指す
②国際事業：販売価格の下落に対し、生産効率向上や新規案件獲得などに注力し、増益を目指す

下期施策

- ・基本方針や取り組むべき施策は期初から変更なし



2025年度下期 国内加工食品事業（飲料）

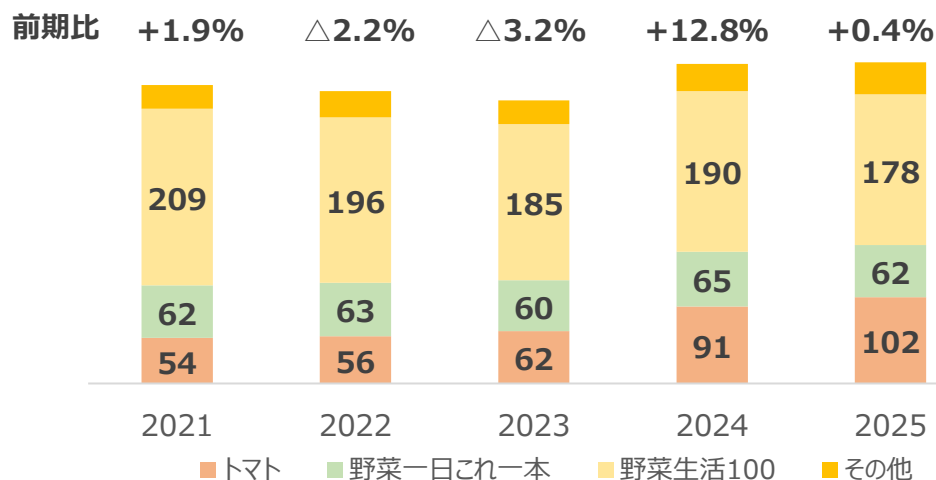
- ・継続的なプロモーションなどにより需要創造を進める
- ・最盛期を迎える下期に向け、野菜飲料の価値訴求を強化

飲料(乳酸菌除く)：売上収益 前年超えで進捗

■ブランドごとの差異はあるものの、全体は前年超えで進捗

- ・カゴメトマトジュースが全体を牽引、拡大が継続
- ・野菜生活100の回復が、さらなる成長への最重要課題
- ・需要創造に向けた取り組みを着実に進める

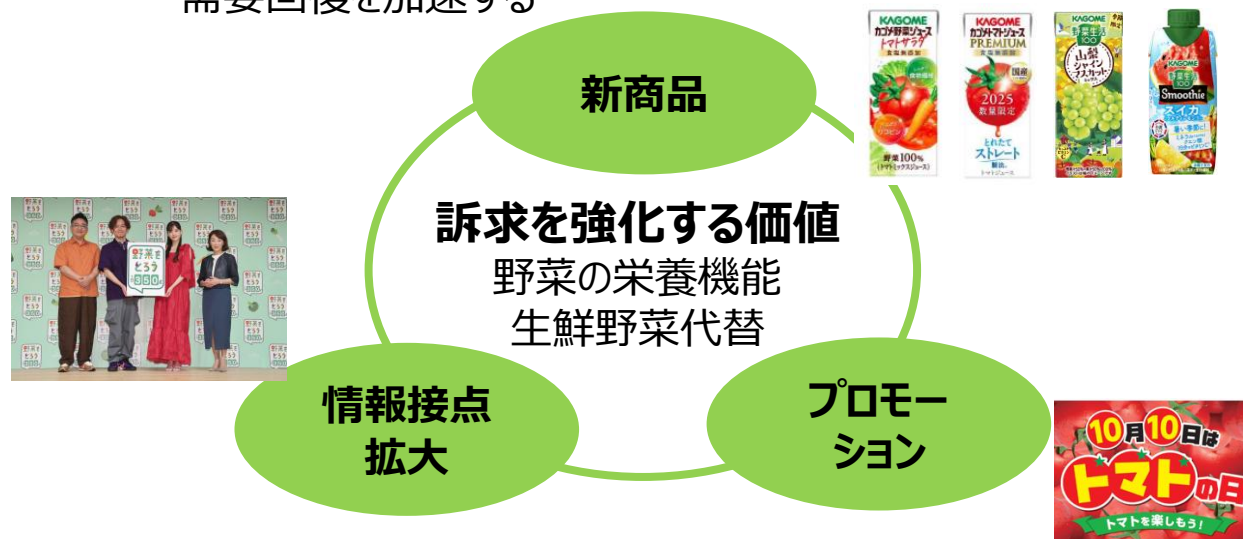
【カゴメ飲料※乳酸菌除き 売上収益推移（1-6月）】



新商品×情報接点拡大×プロモーションによる
需要回復の加速

■野菜飲料が持つ価値の訴求を強化し、習慣化を促す

- ・野菜の栄養機能や、生鮮野菜高騰時の代替提案を強化し、需要回復を加速する



- ・野菜をとろうフォーラム
- ・トマトジュースサンプリング
- ・ベジチェック体験
- ・SNS広告 など
- ・野菜（8月31日）の日
- ・トマト（10月10日）の日
- ・人気キャラクターキャンペーン

2025年度下期 国内加工食品事業（飲料）

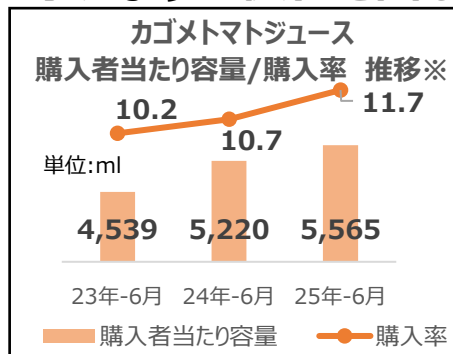
- ・トマトジュース、野菜生活100は引き続き需要拡大、回復に注力する
- ・アーモンド・ブリーズは市場定着に向けてトライアル獲得を進める

カゴメトマトジュース：需要拡大

■ 血圧を下げる機能の訴求により習慣化を図る

- ・購入者あたり容量と購入率は引き続き伸長
- ・サンプリングなどを通じ、機能浸透を図り、習慣化を促進

※出典：マクロミルQPR/全国/全業態/期間
22年7月～25年6月
※12か月移動合計



アーモンド・ブリーズ：需要創造

■ アンバサダー活用によるトライアル獲得

- ・3月から、本格的に展開を開始
- ・メジャーリーガー ダルビッシュ有さんをアンバサダーとして起用した効果もあり、新たな男性ユーザーの獲得に繋がる
- ・小売店への配荷状況にはまだ拡大余地あり
- ・新商品の導入やアンバサダーを活用し、ブランド認知度向上と市場定着を加速

野菜生活100：需要回復

■ 習慣化による需要回復につなげる施策を拡充

- ・子育て層の購入率UP
- ・CM・SNSによるプロモーションに加え、子供向けの人気キャラクターとコラボしたキャンペーンを展開し、定着化を目指す



2025年度下期 国内加工食品事業（食品他）



- ・トマトメニューの提案によりトマトケチャップの需要拡大を進める
- ・業務用は顧客ニーズである人手不足に対応する商品の拡販を進める

トマトケチャップ：調理用途拡大

■「ケチャップ×ソース」の合わせ使いによるメニュー提案

- ・基礎調味料としての値頃感を活かし、生活者の節約・時短志向に応えるメニュー提案を進める
- ・「焼きケチャップ」に加え、「ケチャップ×ソース」の合わせ使いによる、アレンジメニューを開発



※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。
酸味がやわらいで濃厚でコク深い味わいに

- ・業務用においても昭和100年をきっかけとしたナポリタンなどのレトロメニューの企画定着を進め需要拡大に繋げる



スープ：新領域で需要創造

■各カテゴリーでニーズに合わせた商品展開

- ・家庭用商品の「ごはんにかけるスープ」のラインナップを追加
- ・ギフト、通販カテゴリーにおいても更なる需要創造を目指す



※店頭発売日：8月26日

業務用：特別な技術不要、手間減の商品強化

■調理のアウトソーシング化が進む

- ・人手不足だけでなく、単発アルバイトの増加などで技術伝承も困難
- ・ホテル・飲食店での商品の強化（仕込の手間減など）

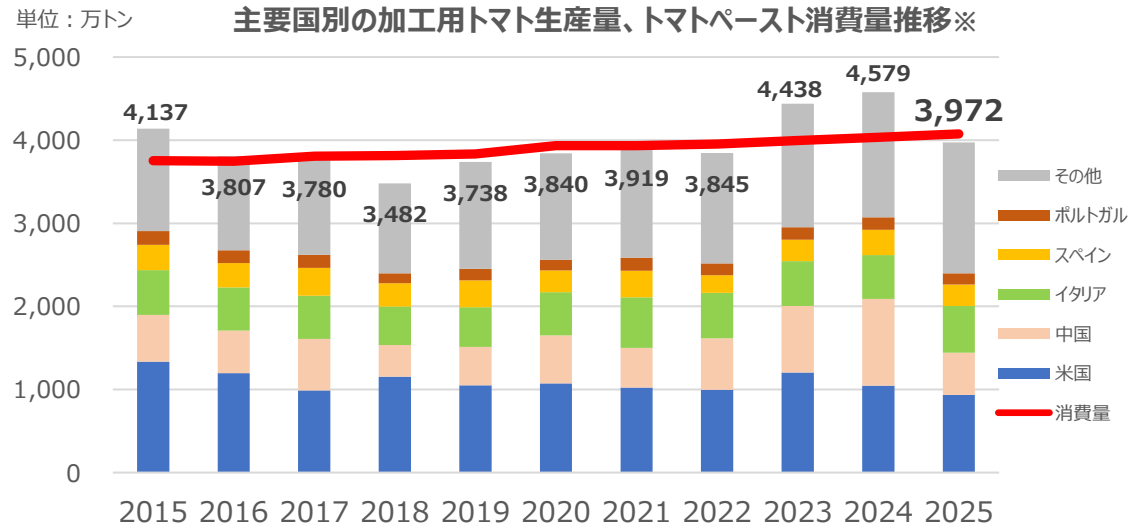


2025年度下期 国際事業（トマト他一次加工）

- ・25年クロープの加工用トマトの生産量は前年から大幅な減産を見込む
- ・競争力強化に向けた取り組みを着実に進める

世界の加工用トマト生産量

- ・ 22年までトマトペースト需給がひっ迫
- ・ 23、24年クロープの増産により需給ひっ迫は急速に解消
- ・ 25年クロープの生産量は4,000万トン程度となる見通し



Ingomar：7月から収穫・加工スタート

■ 契約農家における取り組み

- ・ 前年クロープデータを基に、農家・農地単位で最適なトマト品種を選定
- ・ 契約農家の圃場にて節水技術開発の運用試験を実施

■ 工場における取り組み

- ・ 生産効率の改善を目的として、ダイストマトの自動選別機を導入
- ・ 従来、人が選別していたものを自動化し原価低減を進める
- ・ カゴメグループの品質基準に基づく、改善にも引き続き取り組む



収穫前調査の様子



自動選別機

2025年度下期 国際事業（トマト他二次加工）

- ・グローバルフードサービス、ローカルフードサービスで販売数量の拡大を進める
- ・メニュー開発力を活かした、トマトベースソース以外のメニュー提案

ソリューション型の新規提案

■顧客関係性強化による課題把握とソリューション提案

- ・顧客が抱える課題に対し、強みである商品開発力を活かしたソリューション提案により、顧客満足度の向上、販売数量の拡大
- ・商品開発力を生かし、トマトベースソースに加え、市場成長が見込まれる、オイルソース・アジアンメニューソースなどの開発にも注力

【ソリューション型提案による新規導入事例】

顧客課題の
把握

ソリューション
提案

効果

- ・店舗スタッフ不足
- ・店舗間の味のばらつき
- ・店内調理ソースについてRTU※ソースを開発し提供
※Ready to use
袋を開けて食材と混ぜるだけ
- ・店舗運営改善
- ・味のばらつきの解消



カゴメグループ連携

■大手グローバルフードサービス企業向けシェア拡大

- ・グループ各社との連携を活かし、大手グローバルフードサービス企業が進出している国・地域の中でも当社グループにとって、特に成長余地が見込まれるアジア諸国への展開を進める

【カゴメグループ 二次加工生産拠点】





ご清聴ありがとうございました

3. 参考資料

国内加工食品事業 飲料トピックス



・トマトジュースは引き続き新規ユーザー獲得、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	98%	92%	94%
量販店	105%	99%	102%
EC	108%	110%	109%
合計	103%	99%	101%

容器	1Q	2Q	累計
パーソナル容器	99%	96%	97%
大型容器	108%	104%	106%
合計	103%	99%	101%



販売チャネル別、容器別販売状況

- ・コンビニエンスストア：野菜生活 100 シリーズの減少による
- ・大型容器：トマトジュースが好調による

主力ブランド別売上収益

トマトジュース 102億円(対前年+12%)

- ・引き続き、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 62億円(対前年△5%)

- ・猛暑で止渴飲料需要が増加し、濃厚な飲料の需要が相対的に低下

野菜生活 100 シリーズ 178億円(対前年△6%)

- ・ケース販売などまとめ売りが減少

販売促進費、広告宣伝費（対前年）

野菜生活100やアーモンド・ブリーズに関するプロモーションを積極展開

販売促進費は前年比+1億円

広告宣伝費も前年比+3億円

国内加工食品事業 食品他トピックス



・「ナポリタンスタジアム」や「焼きケチャップ」などのメニュー情報発信と販促強化で引き続き、トマトケチャップが好調



家庭用食品

売上収益101億円（対前年+2%）

・トマトケチャップやソースが好調

主力商品別売上収益

トマトケチャップ51億円(対前年+2%)

・ナポリタンなど洋食のメニュー提案や、米価高騰によりパンメニュー増など



業務用

売上収益134億円（対前年△1%）

・冷凍野菜の出荷が減少

事業利益

原材料価格の上昇や広告費の投下により減益

- ・トマトペースト市況の下降影響などにより各社減収
- ・Ingomarは在庫等の時価評価影響※などにより増益

※在庫等の時価評価影響：
企業結合会計を適用したことに伴う、在庫・固定資産（有形・無形）などを時価評価したことにより生じる利益影響
24年上期利益影響：△52億円、
25年上期利益影響：△17億円、
前年比：+35億円

売上収益

単位:億円	25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)	
米国Ingomar	203	△64	△59	267
米国Kagome Inc.	232	△38	△33	271
ポルトガルHIT	99	△20	△19	120
カゴメオーストラリア	46	△13	△10	59
台湾可果美	30	△0	+0	31
その他	9	△2	△2	11
国際事業 計	621	△140	△125	761

事業利益

単位:億円	25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)	
米国Ingomar	24	+10	+10	13
米国Kagome Inc.	21	△13	△13	34
ポルトガルHIT	9	△15	△15	24
カゴメオーストラリア	0	△3	△3	4
台湾可果美	1	△1	△1	2
その他	△0	+0	+0	△1
事業利益 計	56	△23	△21	79

個社別のサマリー(現地通貨)

- Ingomar（一次加工）： トマトペースト市況の下降影響などにより減収も、在庫等の時価評価影響※の前年差+35により増益
- Kagome Inc（二次加工）： 親会社向け販売減に加え、二次加工品の販売価格の引き下げなどにより減収減益
- ポルトガルHIT（一次・二次加工）： 一次・二次加工品の販売価格の引き下げなどにより減収減益
- カゴメオーストラリア（一次・二次加工）： 一次・二次加工品の販売価格の引き下げなどにより減収減益
- 台湾可果美（二次加工）： 原料価格の高騰などにより、売上横ばいも、減益

サステナビリティ&トピックス

- ・CDP「気候変動」において、初めて最高評価「Aリスト企業」
- ・当社とキューピー株式会社が未利用野菜資源のバイオ炭化で共同研究を開始

CDP「気候変動」において、初めて 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
2024 年の「気候変動」の調査において、初めて最
高評価の「A リスト企業」選定

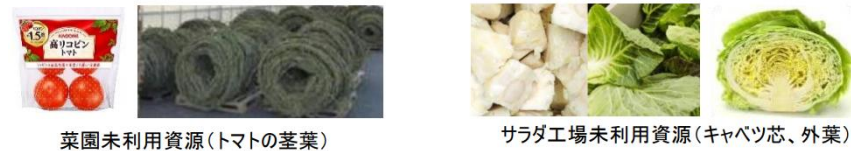
・気候変動において、2050 年
までにカゴメグループの温室効果
ガス排出量を実質ゼロを目指す
・2030 年に向けた温室効果ガ
ス排出量の削減目標を策定し、
2022 年に SBT（Science
Based Targets）イニシアチブ
から認定を取得。



当社とキューピー株式会社が 未利用野菜資源のバイオ炭化で共同研究を開始

■ 野菜の栽培・加工に関するサステナビリティ課題を解決
することを目指し、持続可能な農業の実現に貢献する

・背景：両社にとって、野菜生産における収穫残さや野菜加工品
生産における加工残さなどの未利用資源の有効活用が課題として
一致。自然のめぐみを大切にしながら事業を展開してきた企業とし
て、共同で、この課題に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献。



菜園未利用資源（トマトの茎葉）

サラダ工場未利用資源（キャベツ芯、外葉）



バイオ炭
（左：トマトの茎葉由来、右：キャベツ芯、外葉由来）

※バイオ炭とは、植
物性バイオマスを酸
素が少ない状態で加
熱し炭化させたもの。
土壌改良や炭素貯
留に効果。

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 見通しのみに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うる重要な要素には、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注意ください。