

第69回定時株主総会

2013年6月19日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

質疑・応答

Q1

海外事業の状況について、特に中国やオーストラリアでの水事情をどの様に評価しているか。

A1

中国事業に関しては、上海の近くの杭州に工場を持っており、飲料製品の生産を行っている。また、北京でオフィス給食事業を行っている。

まず杭州の工場は、上水を活用しているが、中国の食品衛生法に該当するような規制にはもちろん適合しており、殺菌した水を使用している。日本国内の品質基準に準じる検査体制をとっており、全く問題は出ていない。安心・安全な商品を中国の皆さまにも供給していると理解している。北京の事業も、それに適用される規制に則っており、全く安心・安全である。

オーストラリアに関しては、非常に効率的な水の割り当てが行われており、今後50年間、全く問題ない。半地下での灌漑(かんがい)という、非常にユニークな灌漑方法をとっている。効率的な水の活用が可能で、従来の灌漑方法に比べ 35%の水の使用量を削減することができる。また、水量に関しても非常に豊富である。

食品企業にとって水は大変重要な資源である。まず水の「品質」の問題、これは食品の安全性に直接関わる。そして水の「量」の問題、これは自然から水をいただいているため、水の環境保全にこだわり、無駄遣いをせず循環して使うことが大事である。この2つの面について、日本のみならず海外も含めて共通の高い基準をもって推進している。

ただ、オーストラリアのように私どもが直接農地を保有して農業をおこなっているところでは、灌漑を含めて独自のシステムを開発し、トマト栽培以外のときには菜種や小麦を植えて農地を豊かにすることや、水の効率的な活用を直接手掛けることができる。一方、契約栽培においては、農地は農家の方が保有しているため、あくまでも支援となる。

また、工場の中で製造する分については、基本的にはすべて水の処理をして安全性を確保するというのを、世界中の工場で継続して行っている。品質的には日本のお客さま、そして海外のお客さまともに安心してカゴメの食品をご飲食いただけていると思っている。

Q2

今期の為替はどのように設定しているか。

A2

今期の予算レートは、93円/1米ドル、125円/1ユーロで設定している。これは予算作成時の実勢レートである。多少の為替変動があっても、長期の為替ヘッジも行っているため、概ね現状ぐらいのレートであればお示したような目標どおりの利益は確保できると考えている。

私どもは海外から多くの原材料を仕入れるとともに、海外事業も拡大している。現在海外売上比率は11%ぐらいだが、これが16%ぐらいに増えると、この為替は連結決算に対して非常に大きなインパクトになると思う。

第69回定時株主総会

2013年6月19日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

原材料購入における為替の影響を説明させていただく。3 つぐらいの要素がある。1つは「購入量」の影響である。「購入量」が増えると為替レートの変動による影響は大きくなり、「購入量」が減ると影響は小さくなる。2 つめは、固定的な指標があるわけではないが、世界中の「価格」も影響する。それぞれ、例えばアメリカでの価格、イタリアでの価格というように、各地での現地価格での価格水準が原材料に関わってくる。更に為替の問題があるため、多重に、いくつかの方法論でこれを安定的にヘッジできるような仕組みをとっている。その1つが、中・長期的に為替予約を行なうという方法である。それでも今期については、前期と比べると為替差損が 20 億円程度発生するため、それ以外の努力によって経費目標値等を達成していきたいと考えている。

Q3

中期経営計画「NEXT50」における目標値が控えめな気がする。トマトの取扱いで世界ナンバー1になる、という様な夢のある目標を掲げてもらいたい。

A3

グローバルなトマトの企業として、質的にも量的にも本当に将来ナンバー1になりたいと考えている。量的には、現在加工用トマトでは、世界中で 3,700 万トン程度生産されており、私どもはその内 100 万トン取り扱っている。これを中・長期的に 200 万トンぐらいにすれば、ベスト3には入る数字である。更にそこから先も考えると、ナンバー1になれないことはないと考えている。また質的には、地域別、研究資産等々を考えると、世界で唯一のユニークなトマト事業会社になれると考えている。ぜひそのような強い意志を持っているということをご理解いただくとともにご支援をいただきたい。

Q4

今年度の連結売上高・売上総利益に比べ、営業利益が少ない。売上総利益が前年比大幅に増えているのに営業利益がついてこないのはなぜか。もう少し配当に還元できるのでは。

A4

販売費および一般管理費が増加している。私どもは「値ごろ感」が特に重要だと考えており、「値ごろ感」に対応するための販売促進費と拡売費を合わせて前年に比べて約47億円増加しており、これが販売費および一般管理費の一番大きな増加要因となっている。このほか、項目でいうと、広告宣伝費が前年比9億円増加している。こういった点が、売上総利益が増えているのに営業利益が増えていない理由と考えている。

いずれにしてもご質問でも言及いただいたように、事業を成長させる投資とともに、株主の皆さまへの配当をはじめとしたカゴメの利益還元について、より進化をさせてまいりたい。

Q5

カゴメは比較的有名なタレントを起用しているが、長期契約している気がしない。そのことがかえって契約費用のアップや投資効率の悪化につながっているのではないかと危惧している。広告への考え方を教えてほしい。

第69回定時株主総会

2013年6月19日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

A5

私どもが現時点で一番長くご契約させていただいているのは、吉永小百合さんである。吉永さんご自身がカゴメの商品を大変気に入っていただいております、ご愛用いただいている関係から、通販の商品、カゴメの企業広告等に私どもの顔として、広告契約を続けていただいている。

また、AKB48 には 3 年間TVコマーシャルに出ていただいた。当然 3 年経つと、商品のポジションが変わってくる。その商品のポジションに応じて、また、ターゲットと考えるお客さまに応じてタレントを決めていくということが必要と考えているため、一定のサイクルで、起用タレントは変わっていくことになる。起用するのは、必ずしも有名タレントだけではない。今年野菜生活 100 のCMで起用している早見あかりさんというタレントはまだ新人で、これから活躍をされる方である。そのあたりはご指摘のとおり、投資効率・費用も勘案して選定している。ぜひ、ご理解いただきたい。

Q6

東京マラソンへの協賛は事業報告にもあったが、地元名古屋の名古屋ウィメンズマラソンへも是非協賛していただき、トマトを提供していただきたい。

A6

この場で「はい」とは申し上げられないが、詳細を確認し、名古屋のイベントであるので、協賛を検討したい。

ちなみに東京マラソンでのトマト配布は、飲料よりご評判をいただいた。飲料は水分なので、瞬間的にはのどの渇きを止めるが、お腹にたまらない。それに対してトマトは、酸味があったり甘味があったり、スポーツ中の適当な水分ということで、大変好評だった。

また、マラソンだけではなく、各地でウォーキングにも協賛させていただいている。マラソンアスリートの藤原新選手とのスポンサー契約をはじめ、持続的な体力づくりのための運動にはこれからいろいろな形で協賛させていただきたいと考えている。

Q7

新しい商品のネーミングについて、もう少しパンチの効いた一般に愛されるような商品名を考えられてはいかがでしょうか。

A7

商品開発のスタートにおいて、今のお客さまのニーズと私どもが保有するシーズを合体させて商品のコンセプトを作り上げ、そのターゲットを決めている。その上で、ネーミングやパッケージデザインに落とし込んでいる。コンセプトとターゲットをよりはっきりさせることによって、よりシャープなネーミングというものが本来は出てくると考えるが、ネーミングにインパクトがないということは、ひとつはコンセプトやターゲットがまだボヤっとしている商品があるかもしれないと考える。

また、法律上のネーミングの制約もある。許される範囲で分かりやすく伝えていくということを心がけているが、インパクトがないというご指摘は謙虚に受け止め、今後もっとインパクトがある、あるいは、コンセプトもしっかりした商品開発を心がけたい。

第69回定時株主総会

2013年6月19日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

Q8

先日、新聞紙上に農業ベンチャーに関する記事が載っていたが、「NEXT50」における農業ベンチャーの位置づけを教えてください。品質管理とコストについての考え方も教えてください。

A8

「NEXT50」の中で、「日本の農業の成長」は、大きく重要なテーマと考えている。日本の農業をいかに強くするか、成長させていくか、そして新しい農業者、若い方々が農業に魅力を持ち、自分の仕事として進めていけるような夢や希望を持った農業となることに貢献したい、力を発揮したいと考えている。その実現に向け、いくつかの方法を取っている。

ひとつは、立ち上げから十数年経つ生鮮トマト事業である。この事業は10年近くかかりやっと、品質とコストがまあまあ満足できる水準になってきた。お客さまも喜んで買ってもらえるようになってきたので、近い将来100億円の事業になるのではと期待している。

農業に関連することは、時間がかかる。大きな施設園芸であっても、コンピュータ等々で環境整備しても日照や気温等が影響するため、収穫量や、発生する病気が変わってくる。習熟するのに時間がかかるため、ぜひ株主の皆さま方にも、それなりの時間がかかることをお認めいただきたい。

また、我々は民間企業であるため、自分たちで利益が上がる農業をしたいと考えている。これが持続していくための大事なことと思っているので、品質とコストは大変大きなポイントになる。私どもが持っている技術を使って、現在の作り方だけではなくて、より良い品質のものをより安いコストで作れるように努力したい。

先般投資をした農業ベンチャーの株式会社グランパもまだ始まって間がない会社である。今、例えば南相馬の復興に、この会社の施設が大変大きな貢献をしはじめている。それ以外にも多くの地域でこの会社の施設やノウハウを活用できるということで、今回の連携に至ったが、品質、コストについて改善できる場所が多々あると考えている。

こういった会社、社外の皆さんとも連携して農業事業を推進してまいりたい。

Q9

女性役員の登用について。来年の株主総会では是非登用していただきたい。

A9

私も本当にそう思っている。再三ご指摘いただいております。多くのお客さまが女性、また本日まで参加いただいている株主の半分以上が女性の食品企業において、女性の役員がいないことは問題であると、私自身も認識している。是非ご指摘のようになれるよう努力してまいりたい。

ただ、是非ご理解をいただきたいのは、女性役員はいないが、社内全体で女性が活躍していないというわけではないことである。本日議事進行を務めているIR部長をはじめ、女性の部長も3人いる。また、いくつか女性だけのグループで開発したサプリメントがあったり、ギフト事業でご紹介した「フルーツマ」や「トマッティーニ」等、女性が開発した商品もある。それ以外にも多くの研究、開発、営業の現場で女性が活躍している。

第69回定時株主総会

2013年6月19日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

さらに、女性だけではなく、国籍についても多様化していくべきだろうということで、本日3名の海外事業のCEOを同席させている。是非来年には登用できるように努力してまいりたい。

以 上