

## 第70回定時株主総会

2014年6月18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

株主懇親会を復活してほしい。

#### A1

今年の3月に名古屋では何年かぶりに株主懇親会を開催させていただいた。

現在全国至る所に株主の皆さまがいらっしゃるので、できるだけエリアを定期的に変えながら、札幌であったり、この前は横浜であったり、株主さまとの懇親を深める会を実施している。今後とも、できる限り続けてまいりたいと考えている。

#### Q2

株主総会会場までの交通の便が悪いことから、株主総会会場まで名古屋駅からバスをチャーターして欲しい。

#### A2

本日、おそらく2,500名を上回る株主の方にご出席をいただいております、大変感謝申し上げます。これだけの人数になるとなかなか会場が確保できないということがある。バスのチャーターについて、すぐの実現は難しいが、決算期末が12月に変更になることに伴い、株主総会の開催時期も来年以降は3月が変わる。会場等も検討しながら便利な場所での開催を心がけていきたい。

#### Q3

女性役職員の活用状況について。特に女性役員の登用について教えてほしい。

#### A3

女性の活用というテーマでお話させていただくと、現在カゴメの女性社員の比率は28%、そのうち、管理職、マネージャーになった者が8名、まだわずかに2%という構成比である。今、安倍内閣も、女性の労働力の活用ということに力を入れており、わたくしどももこの女性たちが生き活きと働く場にしていきたいと考えている。

あわせて女性の社員には、今がチャンスなんだからもっとしっかり目標を見据えて、目標を強く持って仕事をしなさい、というメッセージも社長就任の折りに話をした。

今回ご承認をいただければ、社外取締役だが、初の女性の取締役起用ということになる。今後も女性にがんばっていただける会社であるように努力を続けていく。

#### Q4

株主総会壇上が白っぽいので、トマトの赤色をもっと多用し元気が出る雰囲気にしてはどうか。

#### A4

わたくしも、今期が増収であれば、真っ赤なTシャツを着てここで話した方が良かったのではないかと、という考えもあった。ただ一方で2期連続の減収ということで大変申し訳なく思っており、なんと

## 第70回定時株主総会

2014年6月18日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

か来期こそ増収に転じられるように取り組んでいく。応援メッセージをいただきありがたく思う。

### Q5

スクリーン映像等にトマトの写真が出てくるが、これはいつ、どこで撮影されたものか。

### A5

こちらの写真はわたくしどものいわき小名浜菜園という生鮮トマトの大型施設の写真である。比較的最近のものではないかと思う。トマトの圃場(ほじょう→畑のこと)については、海外の分を含めすべて現地で撮影をしてきたものである。正確にいつだったかというのはちょっとお答えできないが、すべてわたくしどもの菜園もしくは圃場の写真である。

### Q6

ラブレを飲み続けるとアトピー症状に効果があるという意見を聞いたが、こうした効果検証の研究を進めているのか。

### A6

いつも当社の商品をご利用いただき、お礼を申し上げます。ラブレに関しては、お客さま相談センターにも、たとえば便通改善効果があったとか、そういった実感のお声が非常に多く寄せられている。アトピーの症状に効いたという方も何人かお手紙をいただいている。研究開発本部で、以前から便通の改善効果といったことに対する研究と、それから直近ではインフルエンザに対する研究をある程度の規模で実験してきている。アトピーに限っての具体的な研究というのはまだ大きな規模では行っていない。

### Q7

大府市でトマトの一般用栽培がおこなわれているということを聞いた。大府市に限らず、今後こうした一般市場での販売についてどのように考えているのか。

### A7

現在、生鮮トマト事業は、100億円近い売上規模になっている。全国約7,000店の店舗で、こくみトマトであるとか、高リコピントマトであるとか、そういったブランド商品の取り扱いがかなり増えている。

比較的近くの大型菜園としては、和歌山県に加太(かだ)菜園という菜園があり、そこから持ってきたり、あるいは近隣の夏場契約をしていただいている中規模の農家の方から提供をいただいたりということで、すでに販売をしている。ブランドはすべてカゴメブランドがついている商品であり、ぜひ引き続きお買い求めいただければと思う。

### Q8

2013年度の決算について。減益の要因の1つに販売促進費がかかりすぎた、あるいは手を打つのが遅すぎたのではないか。

## 第70回定時株主総会

2014年6月18日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

### A8

たしかに昨年度は、実質は微増収であったが、残念ながら減益ということになった。

減益の最大の理由で、一番金額で大きかったのは急激な円安によるものであった。次に販売促進費であった。季節限定の商品の売上げが非常に今大きな規模になっているが、「季節限定」であるがゆえに、きちっと最後の需給調整がうまくいかなかった。そのことに対して、余った物を売るために余分に販売費をかけて売る費用が、販売促進費のうちの半分ぐらいを占めた。

今後は営業部門でも徹底して、商品の販売計画そのものを見直していき、的確に売れる数でつくって販売する、当たり前のことだが、そのことを徹底していく。

### Q9

トマトの価値、評価が非常に高い企業であるのに、なぜ売上高経常利益率が低いのか。

### A9

円安が続いていることに加えて海外から輸入しているトマトの原料価格が現在——これはわたたくしどもだけではなくてたぶん他のメーカーさんも含めて——急激に高騰している。それに対してこれから様々な手を打っていくが、当面まずやらなければならないことは、円安やトマトの原料価格といった、こうした環境変化に対し、現状極めてもろい体質であるので、もっと変化の予測をして、それに対する手をもっと早く打っていかなければならないことであると認識している。こうしたことが続けば減益になってしまう。今後スピード感を持って、新しいイノベーションを2015年度以降に起こせるように企業体質を変えていけるような、付加価値をつけて利益が出るような構造にしていく。

### Q10

単体の損益計算書では貸倒引当金が増えている。これは今後も同程度発生するものなのか。

### A10

単体の貸倒引当金は、グループ会社に対する貸付金の貸し倒れである。昨年度から事業整理をしているベジタリア社に対する貸付金がこの貸倒引当金の主な内容である。

今後これが続くのか、ということに関しては、ベジタリア社は今回の事業再編により日本向けの輸出に特化して、損益ゼロか若干の黒字が出るのところまで事業を再編できる見通しが立ったので、今後はここまでの規模の貸倒引当金というのではない見込みである。どうかご安心いただきたい。

### Q11

取締役会の内部統制において、とりわけ食品を襲った風評被害等のリスクについて、どのような対策をとっているのか。

### A11

内部統制に関しては、金融商品取引法の定めるJ-SOXに則り、毎年至らない所を監査法人からの指摘に基づき、少しずつ改善を進めているところである。昨年からは内部監査室を社長直属の組織とし、より公明正大な内部監査ができるように組織の手当てをしたところである。

## 第70回定時株主総会

2014年6月18日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

内部統制については社長直属の組織ということで、わたくしの考えを具体的に指示している。総合的なリスクが今一体どこにあるのかというのは毎月、国内外問わず検討をさせていただいている。

### Q12

Q&A8で話があった季節限定商品の処分方法について詳しく聞きたい。

### A12

処分というところちょっと言い方が悪かったかもしれない。もちろん賞味期限の中での商品であり、得意先の消費期限に応じて荷受をする期間がある。

そのことに則ったかたちで判断をするが、ある特定の安く売る販売店に条件を付けて、あまり大きなチラシではなく目立たないようなかたちで買っていただくような売り方がある。もちろんあまりいいことではないが、そういった販売先があることは事実であるので、そこに対して値段を下げたかたちでご提供を申し上げて、たくさん短期間で売っていただくというやり方である。

### Q13

株主優待で、今までに経験のないおいしいトマトジュースをいただいた。どこで買えるのか教えてほしい。

### A13

「あまイトマト」という商品と思われる。「あまイトマト」は、東日本限定でこれまで販売してきたが、7月以降は名古屋地区で販売を予定している。たくさんのお売店で取り扱いができるよう頑張ってもらいたい。

### Q14

TPP が締結された場合の影響、例えば安価な遺伝子組換えトマトが輸入されたらどのような影響があるのか。

### A14

日本の農業の活性化について申し上げますと、わたくし共にとっては TPP がどうなるかというよりも、今、安倍内閣が進めている農業の規制緩和がかなり追い風になると考えている。

特に生鮮のトマト事業をやっていること、それからそれを今後野菜に広げていくこと、またトマトジュースでは加工用のトマトの契約栽培をもっと増やしていきたいということある。

お米というのは TPP でも大きな問題になったり、規制が遅れた、競争力がない部分かと思うが、現在日本の野菜というのは、たとえば 10 アール辺りの収穫量でいうとお米の 5 倍ぐらいあるということで、契約栽培が進んでいたり非常に野菜は競争力がある。

これは日本の中で売っていくこと、あるいは今 20 億円ぐらいの規模に増えている輸出においても言えることである。わたくしは野菜というのは日本の農業の活性化のためには重要なもので、お米とはちょっと異なる状況ではないかと思う。

## 第70回定時株主総会

2014年6月18日 10:00～ 名古屋国際会議場 センチュリーホール

例えばトマトなど、遺伝子組換え野菜が日本に入ってくるという状況は、わたくしはそう簡単に起こらないと考えている。仮に起こってきたとしても、日本の消費者はそういった物に対してはたして支持をするのだろうか、と疑問を感じる。

### Q15

情報セキュリティの問題で、スマートフォン、携帯等を社内外で使用するにより情報漏えい等のリスクはないのか。

### A15

社内で、特に営業部門は、情報化時代の対応をすべくスマートフォンを持って、得意先や外にいる間での社内との情報、データを見られるようにしている。

情報セキュリティに関しては、特に個人情報の保護についてはわたくしどもの会社では個人のパソコンではデータを保管していない。外部の、セキュリティの高いデータセンターに保管しているので、社内からだれでも簡単に個人情報を、たとえばその画面にダウンロードして、それを携帯とかスマートフォンで撮影して外部に流出するとか、そういったことはできない仕組みになっている。ご安心いただければと思う。

### Q16

トマトウォーターをサンプル提供のWebサイトで破格の値段で扱われているのを見た。こういったことは、キャンペーンの応募締切り後の販売という点も含め、当社にとって風評リスク、イメージダウンがあるのではないか。

### A16

まったくこういうことがないわけではなく、お客さまセンターには、キャンペーン期間が過ぎた商品が店頭で販売されていて、応募したがそれがもう期限を過ぎている、というご相談がくることがある。

店頭の販売期間のサイクルを読んでシールを付けるというのは非常に難しく、販売期間というのは過去のデータから読み取るため、そういったことがないように努めているが、早い段階で製造した物に対してキャンペーンシールを付けたことによりご迷惑をおかけしている点については申し訳なく思う。これからはそういったキャンペーンシールを付ける際の貴重なご意見として、承らせていただく。

以上