

Q1

2019 年度以降、会計基準を国際会計基準(IFRS)に移行されますが、2019 年度における経常利益を教えてください。

A1 (取締役専務執行役員 渡辺)

招集通知の 31 ページをご覧くださいと、損益状況の上から 3 行目に事業利益という欄がございます。IFRS に会計基準が移行しますと経常利益がなくなりますので、それに代わる指標として事業利益で管理してまいります。事業利益の定義については、32 ページの注 3 をご覧くださいと定義が記載されております。この事業利益を従来までの経常利益に代わる管理指標としてまいります。従来の経常利益につきましては、算出いたしません。

Q2

本株主総会への出席は株主本人であるということが当然であって、入場のチェック体制はどのようになっているのかを説明してください。

A2 (議長、代表取締役社長 寺田)

株主総会への出席は、株主ではない代理人および同伴の方は議決権行使が出来ませんので、株主以外の方は入場出来ないということは招集ご通知にも記載のとおりでございます。

ご意見を承りましたので、来年以降は入場の際の本人確認のチェックを徹底してまいりたいと考えております。

Q3

カゴメでの食品のゲノム化や遺伝子組み換え食品への取り組みはどうなっているのか説明してください。

A3 (議長、代表取締役社長 寺田)

遺伝子組み換えについては、海外子会社の種会社(United Genetics Holdings LLC)を含めて一切やっております。

ゲノム編集については、今現在、非常に注目されており、私どももこの技術には注目して、イノベーション本部で研究開発を進めております。ただ、ゲノム編集も遺伝子組み換えと同じようにみなされたりもしておりますし、国や大学、あるいは消費者の方の世論の不安感や不信感がなくなった状況になったら、商品を出す可能性もあります。慎重に判断をしてまいります。

Q4

株主優待制度を作った経緯について、教えてください。

A4 (議長、代表取締役社長 寺田)

株主優待制度は、もともと株式持ち合いを解消して、それに代わってファン株主を増やしていきたいという思いで、6 代目社長の伊藤から始めさせていただいております。当時、株主優待と 100 株単位に切り下げるといふ取り組みを始めたのが起源でございます。

今年は、優待を年2回から1回にしていますので、その分、金額も増やし新商品を入れるなど魅力のあるものにしていきたいと思っております。

Q5

昨今話題になっているストロー等の問題について、カゴメの野菜飲料のプラスチックストローは今後どうしていくのでしょうか。

A5（議長、代表取締役社長 寺田）

今、非常に環境問題が関心事になっておりまして、ストローに限らず、あらゆる環境問題について検討を始めています。紙容器の200mlパックにつきましては、ストローを全部外すわけにはいきませんので、1つの考え方としては、例えばケースで買っていただく場合は、ストローを外して、そのうちの何本か（ストローを）入れてケースでお届けする等も検討しております。植物性乳酸菌ラブレについても、賞味期限が短い商品であり、持ち歩いて飲むということはあまり考えにくい商品なので、3本パックについては、ストローを1本付けるということも検討対象にしております。

一方で、生分解性のストローやプラスチック等であれば、海洋生物の体内で悪影響にならないという技術もありますので、いろいろな情報を交換しながら、検討していきたいと思っております。

Q6

女性の管理職比率は、どうなっていますか。

A6（議長、代表取締役社長 寺田）

現在、カゴメの女性構成比率は25%。女性管理職比率は5%という非常に低い水準でございます。壇上にいる役員につきましては社外も含めて8%、いずれも低い水準です。ご承知かもしれませんが、この状況を変えるために、ダイバーシティに向けて女性比率を社員から役員まで50%にする、この長期ビジョンを社内外に発信をして取り組んでいます。

この目標を持って達成に向けて諸施策をスタートさせないと、遅れたままになってしまいます。まず2017年度の新卒の採用者から女性50%以上の採用を続けています。女性役員の曽根が、管理職を目指す候補者の支援をしています。中途採用も増やしていく予定ですので、女性管理職比率はここ数年で大きく高まると思っております。

Q7

女性の子育て支援策はどうなっているのでしょうか。

A7（議長、代表取締役社長 寺田）

在宅勤務や時差出勤制度など各種制度を導入して働きやすい環境づくりを行っています。既に多くの女性社員がそれぞれの職場で活躍をしております。育児休暇制度も充実させており、また、男性の育児休暇の取得も増えております。

Q8

食品のフードロス問題について、カゴメの状況や今後の対策等はどうなっているのでしょうか。

A8（議長、代表取締役社長 寺田）

原材料の廃棄ロスは、当社にとっても大きな課題として取り組んでいます。毎年廃棄は減ってきておりますが、残念ながらその金額だけで約 5 億円あります。地球環境を考慮して、廃棄は悪だということを社内で徹底しております。

廃棄を減らすためには、生産したものをしっかりと販売出来るようにすることが重要になってきますし、在庫の削減にも取り組んでいます。また、賞味期限の年月表示を、一部の飲料商品で検討を進めたいと考えております。

食品業界全体では、小売業の納品期限が非常に厳しいということに対しても、私どももメーカーの一員として声を上げて、その改善を農林水産省に働き掛けています。

工場で発生する生産余剰物については、分別の徹底や廃棄原料として使用することに努め、99%以上の再資源化率を達成しております。

Q9

ソースの容器が開けづらく、改良出来ないでしょうか。

A9（議長、代表取締役社長 寺田）

これまでの古い容器は、中栓の開け方が分からない、外栓が斜めかぶりになってしまう、容器を横にするとこぼれてしまう等のクレームが多発して、中栓をシンプルなものにし、斜めかぶりを防止するワンタッチ式のキャップに変更しました。

ただ、今度は外栓が開けづらい。注ぎ口から液だれしているというご指摘をいただき、弊社のお客様相談センターへ問い合わせが続いている状況でございます。

技術的には株主様のご指摘の内容に沿ったものに出来るとは思うのですが、容器メーカーの技術が追い付いていかないのが現状です。

2020 年の秋をめどに抜本的な改良を目指しています。本当にご迷惑をお掛けして、申し訳ありません。お客さまの声が多数寄せられていることは事実です。出来るだけ、急いで改善に努めます。

Q10

社長が出演されている番組を見ました。カゴメの会社方針からすると、もっと開かれた社長室像が大事なのではないのでしょうか。

A10（議長、代表取締役社長 寺田）

社長室は、カゴメの伝統でいつも開けています。歴代の社長は常にかけておりますので、今でも私がいれば、様々な社員・役員が来ます。非常にオープンなマインドになっています。テレビ番組では、私も緊張しましたので、少し固く見えたのかもしれませんが。

Q11

トマトの会社から野菜の会社になる時に、野菜の調達や生産体制はどのようにするのでしょうか。

A11 (執行役員、野菜事業本部長 山口)

トマトの会社から野菜の会社になる時に、私どもはこれから野菜のいろいろな商品を開発して、市場に投入していこうと考えています。生鮮と加工したもの、両方やろうとしております。

国内で生鮮として販売するものは、既にベビーリーフでやっておりますように、自社で野菜を栽培して販売する場合もあると思います。

また、加工食品に使う野菜の場合は、国内・海外とも広くいろいろな種類を調達する必要がありますので、今までどおり購入、調達していくという手段を取ることになります。自社と調達の2つをうまくバランスよくやりながら、いろいろな野菜を使った商品を広げていきたいと考えています。

Q12

花粉に効く商品の研究はどうなっていますか。

A12 (議長、代表取締役社長 寺田)

トマトを食べると、逆にスギ花粉症が悪化するというテレビの報道が一部あったようでございますが、私どもの研究では、トマトのリコピンが花粉症の症状を改善するという研究結果も出ていますので、まだはっきりとはしていません。植物性乳酸菌のラブレを飲んでいる方が、お客さまセンターの方に花粉症が改善したという声もいただいています。

花粉症に対して効果があるかどうかという研究を深めるレベルには到達しておりません。花粉症への効果は個人差があって、機能性表示が出来る研究段階ではないということでございます。

Q13

スムージーシリーズを飲んでいますが、商品の開発段階では何回位で飲みきるという想定で開発されたものでしょうか。

A13 (執行役員、マーケティング本部長 宮地)

日頃、スムージーをお買いいただきまして、誠にありがとうございます。もともと 330ml 容量につきましては、1回で飲むというよりも、特にスムージーの価値であります「小腹満たし」「ちびだら」の飲料と言われております。「ちびちび、だらだら」飲む量ということで、2回、3回に分けて、ご自分の適量に合わせてお飲みいただければと思います。

Q14

日本国内と海外のそれぞれで最も売れている商品は、何でしょうか。

A14 (取締役専務執行役員、渡辺)

国内で一番売れている商品は、野菜生活オリジナルでございます。海外で一番売れております商品は、業務用のピザソースです。

Q15

2018年まで協賛していた東京マラソンの協賛が、今年なかった理由を教えてください。

A15 (議長、代表取締役社長 寺田)

東京マラソンの協賛は 2013 年から続けてまいりました。トマトをランナーに配ることによって、バナナより水分を取れる (ランナーが水分を優先して選択する) ということがありました。

ただ、非常に多額の協賛資金がかかるということ、実際のカゴメ商品の販売、あるいは支持にどう結び付いているかを検討した結果、ある一定の期間をもって当初の目的は達したのではないかと判断をして、スポンサーから下りることになりました。ご了解をいただきたいと思います。

Q16

今回の第 1 号議案にあります取締役の選任ということで、新しい取締役の方が 2 名選任されております。せつかくですので、2 名の方の抱負も是非生でお聞かせいただきたい。

A16 (常務執行役員、営業本部長 小林)

営業本部長の小林寛久でございます。このたびは取締役の選任にあたりまして、候補者とさせていただきます。会社の仕事の中ではマーケティング、営業を主に業務を推進してまいりました。全身全霊をもって企業価値向上に努めたいと思っております。どうぞよろしくお願いたします。

(執行役員、野菜事業本部長 山口)

野菜事業本部長の山口でございます。私が現在担当しております野菜事業本部には 2 つの重点課題がございます。1 つは野菜の会社に向けた野菜加工事業を拡張していくということ、2 つ目は国内農事業の収益構造改革です。まずは、2 つの重点課題を短期間のうちにやり遂げていきたいと思っております。

加えまして、業務用事業あるいは野菜事業本部といった事業部門と、前任は基礎研究をやっておりますイノベーション本部という所におりましたので、基礎研究の成果を事業につなげて、イノベーションを起こしていく仕組みを構築してまいりたいと考えています。当社の長期ビジョンの達成に向けまして頑張りますので、よろしくお願いたします。

Q17

国際事業について。エリア別にどういう課題があって、どう解決されようとしているのでしょうか。特にアジアにおいては日本ブランドを活用したらどうでしょうか。

A17 (執行役員、国際事業本部長 江端)

海外の現在の事業の低迷要因の 1 つは、グローバルの需給バランスが崩れ、1 次加工品の在庫が過多であることが大きな要因になっております。

私どもが成長を目指しておりますのは、グローバルフードサービス事業です。これは 2 次加工の領域において、アメリカ・ヨーロッパ・アジア、これは長期的に増加傾向という大きなトレンドがございますので、こちらを成長の糧にしていきたいと考えております。

もう一つがコンシューマ事業です。現在、香港で Kagome Nissin Foods (H.K.) Co., Ltd という新たな形で、営業レベルで他企業と連携してより配荷率を上げることで着実に成果が出てきておりますので、今後ともブランドの拡大に努めてまいりたいと思います。

Q18

株主優待に 10 年での記念品があるが、その先 20 年は考えていないのでしょうか。

A18（議長、代表取締役社長 寺田）

10 年以上保有の方に記念品をお贈りするという形を、今回から新しい株主優待制度として導入させていただきます。

ただ、これから長く持つていただくということは、是非多くの株主の方にお問い合わせをしたいと思います。20 年・30 年で設計が出来るかといいますと、取り巻く時代の環境も変わってまいりますので、見極めてから判断をしたいと思っております。

今は、10 年以上保有の株主さまに対して、トマトジュースがおいしく飲める、世界に 1 つだけのオリジナルグラスを記念品としておりますので、是非私どものトマトジュースを味わっていただければと思います。

以上