

【株主様から事前に寄せられたご質問】

Q1

ウクライナ情勢が事業に及ぼす影響について、教えてください。

A1（議長、代表取締役社長 山口）

当社は、ロシア、ウクライナに現地拠点は保有していないため、直接的な影響はございません。しかしながら、ヨーロッパにおいて、ポルトガルとイタリアの子会社が、種子や加工食品の生産、販売活動を行っています。生産活動においては、ヨーロッパはロシアからの天然ガスの依存度が高いため、今後エネルギー価格の上昇など、間接的な影響が予想されます。また、世界的なエネルギー価格の上昇や金融市場への影響、サプライチェーンの混乱なども想定されることから、ヨーロッパの現地拠点に限らず、日本国内やその他の地域でも原材料価格やエネルギーコストがさらに上昇する可能性があります。

先ほどご説明しました通り、2022 年度は原材料高など厳しい環境を受け、減益になることを見込んでいますが、株主の皆さまにご心配をおかけしないように売上成長とコスト低減活動に今まで以上に努め、安定した利益を確保していきたいと考えています。

【出席株主様からのご質問】

Q1

ウクライナの悲惨な状況を見ていると、何とかしたいと思います。ぜひカゴメさんにもウクライナへの支援をお願いします。

A1（議長、代表取締役社長 山口）

カゴメグループを代表して、ウクライナ国内および近隣諸国で被災された方々への食料支援のため、国際連合世界食糧計画 WFP 協会に対して、2,000 万円の寄付を行っています。こちらは当社のホームページでも公開をしております。ウクライナや近隣諸国で被災されている方々に、心よりお見舞いを申し上げますと共に、一刻も早く、平穏な日々が戻ることを願っています。

Q2

御社は、農産物を作る際、畑で生産するという事で様々な作り方が行われていると思いますが、「いかにおいしく野菜を育てるか」ということについてどのような視点で研究されているのでしょうか。

A2（執行役員イノベーション本部長 上田）

農産物のおいしさ等々の研究について、弊社としては以下の 2 点のアプローチを実施しています。

一つ目は品種です。品種開発をすることにより、例えばおいしい形質を持った野菜を従来型の育種方法で育てることです。二つ目は、ご指摘頂いた栽培技術です。いわゆる肥料や水、太陽光等はそれぞれの土地によって違うので、そういった点を研究しております。この 2 つのアプローチを掛

け合わせて実現をしています。

おいしさのみならず、収穫量の増加や、最近ですと水不足を代表とした天候不順に対する栽培リスクも非常に重要視しており、品種開発と栽培技術、両面から掛け合わせた研究を行っています。

A2（議長、代表取締役社長 山口）

実際にできた野菜が本当においしいかどうかを確かめる官能評価もおこなっています。実際に食べてみることや、いろいろな機器で分析する客観的な評価も研究部門では行っています。作り方、それから出来たものがどうだったか、これらを繰り返しながら、よりおいしい野菜を作れるように活動しています。

Q3

御社の製品は様々あると思いますが国産の比率はどうなっているのでしょうか。

A3（議長、代表取締役社長 山口）

いろいろな商品の形態がございますので、原料として国産のものをどれぐらいカゴメで年間使用しているかについてまずお答えをさせていただきますと、金額のベースでは約 12%、量のベースでは約 7%程です。国産の原料で作ったことをセールスポイントにしている、例えばプレミアムトマトジュースや、先ほどもご紹介いたしました通販のつぶより野菜といった商品に使っています。ただ、今後もう少し国産を増やせないかというお客さまのご要望はいただいています。現状国内の農業においては、高齢化や人手不足の問題があり、産地を増やすことがなかなか難しい面もありますが、国産原料を継続的に増やしていき、より多くの国産原料を使った商品を作っていきたいと考えています。

Q4

私は昔のすっぱくて青くさいトマトが好きなのですが、今そのようなトマトを探してもありません。甘い＝おいしいというのは、少し違うのではないかと思います、御社の考えを教えてください。

A4（議長、代表取締役社長 山口）

生で販売されているトマトにつきましては、より甘いトマトを品種開発する流れがこの 10 年・20 年続いてきて、その結果、今生で販売されているトマトは、相当甘いものが増えてきていると思います。弊社も生のトマトを販売させていただいておりますが、甘さを追求することよりも、リコピンや血圧を下げる働きのある GABA のような体によい成分をなるべく多く含んでいるトマトをお客さまにご購入して食べていただきたいということで、甘い方向だけではない品種開発を中心に、販売しています。高リコピントマトは、全国のスーパーさんで取り扱っていただいておりますので、もし店頭で見かけましたら、一度食していただいて、どんな感じであるか、また感想などもお聞かせいただければと思います。

Q5

カゴメのトマト缶を、よく使用させていただいています。そこで思うのが、例えばミネストローネのよ

うな野菜スープを濃縮還元して缶詰にしておいて、家に帰ったら缶詰を開けて、水を足して温めればすぐにスープにできるといった商品があればとても良いと思うので、その辺りをどうお考えなのか教えていただきたいです。

A5（議長、代表取締役社長 山口）

第3次中期経営計画の中で、これから重点的に強化をしていく領域の一つとして、スープを取り上げています。これは、野菜をもっと摂っていただくということに対して、野菜飲料だけではなく、食品としても摂っていただきたいという弊社の思いがあります。スープについては、2025 年に向けて売上を拡大する方向で考えており、拡大のためには新しい商品も必要であると考えています。そういった中で、どのような形態の商品を開発していくかについては、これから考えさせていただきます。ご意見いただいたような商品も視野に入れて、様々な商品形態を考えてまいりたいと思います。

Q6

製造関係についてお伺いしたいです。パンフレットでは工場の写真等はよく見るのですが、例えばですがドローンを使った工場の空からの撮影、工場で何が作られているか、原料はどこから来るかななどを動画にまとめることで、良いものを食しているという PR になると思います。特に、海外の工場はどんなところか、どんな場所か、何も分かりません。ぜひ検討いただきたいです。

A6（議長、代表取締役社長 山口）

弊社の生産工場がどんなことをやっているかということをもっとアピールをして、ご説明をしていかなければならないと、そういった点が足りていないことを改めて感じました。ご意見を参考にさせていただき、今後どういったかたちで工場、製造関係のアピールをしていくかを考えてまいりたいと思います。

Q7

御社がトマトの苗をホームセンターで売っているのを見かけました。御社が野菜摂取を促進していることは理解したのですが、苗を売る必要はないのではと思います。どうして苗を売ろうと思ったのかお聞きしたいです。

A7（議長、代表取締役社長 山口）

弊社の調査によりますと、野菜をたくさん食べていらっしゃる方は、野菜が好きな方です。野菜を好きになっていただくためには、実際に育てていただくというのが非常に良いということが分かりました。ホームセンターでトマトの苗を販売させていただいておりますが、その苗に数ヶ月後にトマトの実がなり、それを収穫して食べるという経験をされた方は、その経験が終わってからも野菜をたくさん食べていただけるということが分かっていたので、そういった意図もあって、ホームセンターで弊社のトマトの苗の販売をスタートしています。

苗については生鮮トマトとして販売している品種もありますが、苗だけでしか販売していない品種もあります。例えば、普通のトマトよりも少し皮が薄くて、サクランボのような食感のトマトの苗もありま

すので、ぜひホームセンターで見かけましたら、一度ご購入いただいて、育てていただくと大変ありがたいです。

Q8

名探偵コナンと御社がコラボしている CM が好きなのですが、なぜコナン君を選んだのでしょうか。

A8（執行役員マーケティング本部長 稲垣）

弊社の CM についてご理解いただきありがとうございます。名探偵コナンにつきましては、選定した理由は様々ありますが、主に幅広い世代に支持されていること、それから歴史があって何世代にもわたってコミュニケーションされているということ、そしてとても好感度が高いということが主な選定理由です。そしてさらに、コナン君が謎解きをしていくということで、野菜の魅力をお伝えするという点で非常にふさわしいキャラクターだと判断をいたしました。名探偵コナンとのコラボは 3 年間続いておりますけれども、お客さまからの反応がとても良いため、今年もまた名探偵コナンとのコラボを継続したいと考えているところでございます。

以 上