

## 決算説明会オンライン 2023 度中間 質疑応答

### <事前にいただいた質問への回答>

**Q:** トマトジュースが販売好調とのことですが、どのような点が支持されていると考えていますか。

**A:**

トマトジュースは、1933年の発売以来、90年にわたりご愛顧いただいているロングセラー商品となっておりますが、おかげさまで2023年度上期は前年と比較して10%以上の売上増となっております。

7月以降の下期においても、この好調な販売が続いている状況でございます。

この要因は2つあると考えております。まず1つ目は、トマトジュースに含まれるリコピンの善玉コレステロールを増やすことと、GABAの高めの血圧を下げることをサポートするといった健康価値をご評価いただき、継続した飲用につながっているという点。そしてもう1つは、リコピンの機能価値への関心の高まりにより、従来のお客様からの支持だけではなく、若年層のお客様の飲用機会が増えているものと考えております。

先ほどの業績説明の中でもお伝えいたしました。トマトジュースは、手前どものトマトの品種、畑の栽培、製造方法、品質管理、味づくりとすべてにわたったこだわりが結集した商品となっておりますが、こういった点もお客様にご支持いただけているものと考えております。

現在、今年の夏に収穫したトマトを使用した「カゴメトマトジュースプレミアム 2023」を店頭でご販売しております。ぜひ一度お試しください。と思っております。

**Q:** 今後、世界的に食糧事情の逼迫が予想されると思われませんが、その際の野菜等の確保はどのようにしていくつもりでしょうか。

**A:**

いただきましたご質問は、私たちカゴメにとって非常に大きな課題となります。カゴメは、原材料の多くが、野菜や果実といった自然のものになります。近年は気候変動や地域紛争などもあり、価格の上昇はもとより、そもそも確実にこうした原材料を調達できるのか、これが非常に重要な課題になります。

2つご紹介します。

1つ目は、当社の主原材料の中でも、その約半分を占めますトマトペーストの調達に関してです。カゴメは、トマトペーストを加工するグループ会社を米国、欧州、オーストラリアなどに持っております。また、グループ会社以外の調達先も、世界の各地に分散させることや、長期的な購入契約の比率を高めています。こうした取り組みによって、安定的な調達ができるネットワークの構築を整備しています。

2つ目は、農業に関する取組をより強化していくことです。ホームページでもご覧いただけますが、当社は10月にいくつかの組織変更を行います。その中に、グローバルアグリリサーチアンドビジネスセンターという組織があります。これは、当社の組織のうち、農業に深く関わる組織。具体的には、これまでイノベーション本部に属していたトマトの品種開発、種や苗の会社である子会社のユナイテッドジェネティクスやNECとの共同出資会社であるDXAS Agricultural Technology LDA(ディクサス アグリカルチュラル テクノロジー)、これらを一元的に運営していくというものです。こうした取り組みにより、農業におけるカゴメの価値をさらに高めていこうと考えています。

<当日チャットでお寄せいただいた質問への回答>

**Q:SDGs への取り組みについて、具体的にどのような取り組みがあるか教えてください。**

A:

SDGs に関するご質問につきましては、日々の IR の活動においても、多方面からお問い合わせをいただくことから、関心の高まりを感じております。私は二人子どもがおりますが、今は小学校でも SDGs についてクラスのみinnで勉強するなどもされているようです。当社は、主に取り組む社会課題を健康寿命の延伸、農業振興・地方創生、持続可能な地球環境の 3 つに定め、事業活動を通じて取り組みを進めております。SDGs の取り組みの事例として、目標の 12 番。作る責任、使う責任への取り組みとして、環境負荷低減を目的としたプラスチックに関する当社の取り組みをご紹介します。

当社は、プラスチックの使用による環境負荷の低減を目指して、2020 年にカゴメプラスチック方針を制定しています。具体的な事例としては、トマトジュースのペットボトルを 100%リサイクル素材を使用したスマートエコボトルに切り替えることや、スムージーなどの紙容器飲料のプラスチックキャップを 100%植物由来素材に切り替えたりしております。また、今年の 5 月には、植物性乳酸菌ラブレに添付しておりましたストローを廃止いたしました。それによって、年間約 9764 万本のストローと、そのプラスチック使用量、年間約 28 トンの削減につながっております。他にも、多様な SDGs の 17 のゴールについての取り組みについては、WEB のサステナビリティサイトに掲載がございますので、ぜひご覧ください。

**Q:新型コロナウイルスによる事業への影響を教えてください。**

A:

業績説明でもご説明申し上げましたが、新型コロナウイルスの 5 類への移行に伴いまして経済活動が活性化していること、加えてインバウンド需要の回復により外食需要が大きく高まってきておりますので、業務用事業については大きく売上げが伸びている途中です。また、レストランなどでは、人手不足による簡便性の高い商品へのニーズの高まりや、家庭の食卓でのコストパフォーマンスやタイムパフォーマンスの良いメニューへの関心の高まりなども感じておりますので、こういったことに対応できる商品を供給していくこと、あるいはメニューを提案していくことを積極的に進めていきたいと考えています。

また、飲料事業については、コロナの中、学校での需要あるいはオフィスでの需要が一時的に厳しい状況にありましたが、入社や登校が増えていく中で、コンビニエンスストアでの販売が増加傾向にありますし、先ほどトマトジュースについてのご質問の中でもお伝えしたように、健康や美容への関心も高まっている中で、製品の販売が伸びている状況でございます。経済活動の活性化という、需要回復の機会を確実に捉えて、売上げを拡大していくことは元より、健康や美容への意識がますます高まってきている中で、野菜摂取の重要性をお伝えし、野菜のおいしい食べ方や手軽に摂取できる方法をしっかりとご提案していくことで皆さまの健康に貢献をし、加えて私どもの事業成長につなげていきたいと考えております。

**Q:猛暑による影響は何かありますか。**

A:

猛暑による影響は、大きく 2 つありまして、まず 1 つ目は、国内の飲料に関する影響です。猛暑になると、

清涼飲料の売り上げが増えるという風に言われていまして、野菜飲料も、冷夏になるよりかは、猛暑になった方が、売り上げが良くなるという傾向があります。さらに、猛暑で、生鮮野菜の価格が高くなってくると、野菜の代わりに野菜飲料を飲むという方が増えますので、間接的に良い影響が出る可能性があります。

2つ目は世界に目を向けた場合です。世界に目を向けるといいことばかりではありません。例えば、猛暑による干ばつや水不足などで、世界的に農産物の価格が高くなると、当社の原材料の価格の上昇にもつながります。もちろんそういった、気候変動の対策、環境への対応、いろいろな取り組みをし、グローバルの調達ネットワークの構築などをしながら対応を進めているところです。

**Q:2月に価格改定をしていますが、今後もさらなる価格改定の予定はありますか。**

A:

ご質問いただいた通り今年の2月に、価格改定を行っています。対象となりましたのは、家庭用商品と業務用商品、品目数でいきますと、300品目を超える価格改定になりました。この価格改定は、当社商品の主要原材料である、トマトをはじめとした農産原料の世界的な価格高騰に加えまして、容器など資材の価格、加えてエネルギー費などの上昇が、その要因となっています。価格改定すなわち値上げになりますが、これを行いますと販売数量は減ります。したがって私たちとしては、なんとかこの数量を落とさない。また、一時的に数量が落ちたとしても、これを早期に回復させる需要の喚起策が重要となります。価格の改定と需要の喚起、これをセットで行うことが基本的な考え方となります。まずは、そこに注力をしてまいります。今後の値上げについて、ということですが。今のところ決まっていることはありません。もちろん価格は非常に重要な経営戦略の1つになりますので、必要に応じた対応は、今後も行おうと思っております。いずれにいたしましても、値上げの有無にかかわらず、全社を挙げた合理化や経費の削減には、継続的に取り組んでまいります。

**Q:資源高騰の影響とその対応を教えてください。**

A:

資源価格の高騰とは言わないまでも、上昇は続いており、私どもの事業への影響は継続しています。先ほどよりご説明していますが、私どもは、気候変動の影響も受けるトマトやニンジンなどの農産物を主原料としています。主原材料価格、容器・包材価格、エネルギー価格、様々な価格上昇が、当社の商品の原価を上昇させています。その対応として、1つに、調達部門や生産部門での原価低減活動、また、全社での費用見直しなどのコスト低減の取り組みをしています。上昇する分を下げるという活動です。また同時に、コスト低減のような即効性はありませんが、原材料の調達先の分散、調達先との中長期契約化、これによる原材料価格の安定化にも取り組んでいます。短期的なコスト低減対応のみでは、継続的な企業活動に影響が出てしまう懸念もあります。これらのことを進めていった上で、吸収できなかったコスト増の部分については価格改定をさせていただいています。価格改定をいたしましても、お客様に継続して商品を購入していただけるように、例えば野菜の色が持っている機能の価値発信など、需要喚起策を引き続き進めてまいります。

Q:「トマトがどのように体にいいかについて教えてください。」

A:

トマトの機能ということで、赤い色素であるリコピンの効果を2つご紹介したいと思います。

1つ目は、活性酸素を消去する力です。この抗酸化力は、例えばこの季節ですと、紫外線による肌の赤みや色素沈着などの皮膚ダメージを予防、軽減する効果が期待できます。

2つ目は、コレステロール対策効果です。当社の研究では、リコピンに血中の善玉コレステロールの濃度を上昇させる機能があるということを確認しています。トマトに限らず野菜の色の力、野菜の彩りの力については、当社の「鮮やか生活研究所」というサイトにたくさんの情報が載っておりますので、ぜひご覧ください。

最後に、マメ知識としてお伝えいたします。リコピンを摂取するタイミングは、朝昼晩どの時間帯が効果的かについて当社の研究結果では、朝がリコピンが最も体内に吸収されることが明らかになっておりますので、効率よくリコピンを摂取するために、朝食にトマトジュースを飲むことをお勧めしたいと思います。