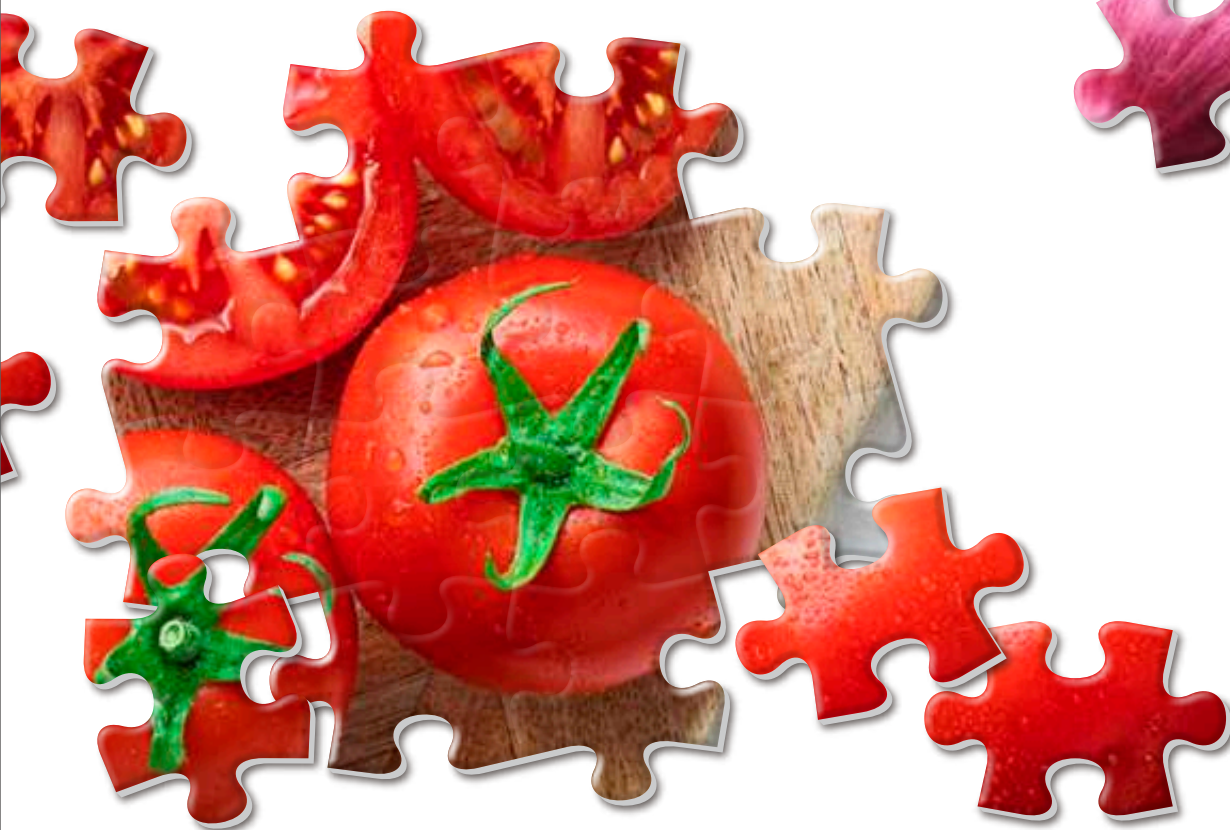




KAGOME
S T O R Y
2020

会 社 案 内





日本の野菜不足を 解消したい

時間がない、野菜が苦手など、
その理由はさまざまですが、
日本人の野菜不足は年々深刻化しています。
カゴメは、飲料をはじめ、調味料などの加工食品や、
生鮮野菜などで培ったノウハウを活かし、
その課題解決に全力で取り組んでいます。
野菜をもっと身近なおかずとして、いつでも手軽に
摂ることのできる暮らしの実現をめざして、
さまざまな形で野菜をお届けすることで、
健康長寿に貢献していきます。

食を通じて社会課題の解決に取り組み、 持続的に成長できる強い企業をめざして

カゴメの創業は1899年。農業を営んでいた創業者蟹江一太郎がトマトの栽培に挑戦し、その発芽を見た日にはじまります。以来私たちは120年にわたり、日本の食を見つめ、新しい食のあり方を提案してまいりました。

当社は、2025年のありたい姿を「食を通じて社会課題の解決に取り組み、持続的に成長できる強い企業」と定めています。農業から生産・加工・販売と一貫したバリューチェーンを持つ世界でもユニークな企業として、健康寿命の延伸、農業振興・地方創生、そして世界の食糧不足の問題に取り組んでまいります。

そして今、私たちは「トマトの会社から、野菜の会社に」というビジョンを掲げています。当社は現在、野菜をさまざまな商品でご提供していますが、日本人の野菜摂取量は目標値に対してまだまだ大きく不足しています。だからこそ私たちは、トマトはもちろん、さまざまな野菜の価値を活かした幅広く革新的な商品を次々とお届けし、人々の健康に貢献することによって、持続的な成長につなげていきたいと考えています。

カゴメの企業理念は「感謝」「自然」「開かれた企業」です。

私たちの原点である自然に根差し、地域社会・お客さま・お得意先さま・栽培農家の皆さま・株主さま・従業員など、世界に広がるあらゆるステークホルダーの皆さまと手を携え、価値ある商品やサービスをお届けできるよう、たゆまぬ努力をしてまいります。皆さまのご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

カゴメ株式会社 代表取締役社長

山口 聡



数字でみる KAGOME

えっ、そうなの？
知らなかった、すごい！

カゴメの特長や実力を
言葉だけではなく、
さまざまな数字を中心に
ご紹介します。

1899- 創業 121 年

1899年、トマトという当時日本ではなじみのなかった西洋野菜の栽培に挑戦し、のちに加工に取り組んだのが、カゴメの歴史の始まりです。以来、畑を原点に野菜と向き合い、新しい食を提案し、今年122年目を迎えました。



トマトの遺伝資源

約 **7,500** 種

イノベーション本部では、約7,500種ものトマト種子をはじめとする豊富な遺伝資源を保管し、データベース化。これらを活用し、遺伝子組み換え技術を用いずに加工用と生鮮用トマトの品種開発をしています。

※登録済品種約70種

カゴメの 緑黄色野菜供給量

国内の **17.7%**

日本の緑黄色野菜消費量の17.7%、野菜*消費量の4.4%をカゴメが供給しています。

*淡色野菜+緑黄色野菜

日本国内の
野菜消費量

1,397万トン

カゴメの供給量

62.1万トン

日本国内の
緑黄色野菜の消費量

338万トン

60.0万トン

出典：VEGE-DAS(カゴメ野菜供給量算出システム)、農林水産省「食料需給表」H30年度概算値

食育支援活動

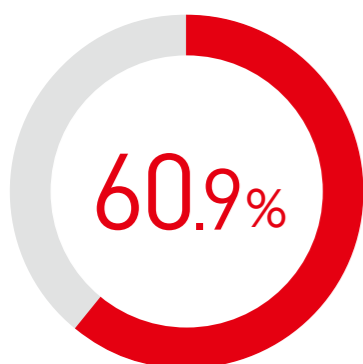
364万人

子どもたちの「食」への興味を育み、健やかな成長を応援するカゴメの「食育支援活動」。「食育」という言葉が一般的になるずっと前の1964年、全国の幼稚園に保育に役立つ紙芝居や絵本を配り始めたのが、そのはじまり。1972年からは親子に食べ物や健康の



大切さを伝えるミュージカル「カゴメ劇場」がスタートし、のべ364万人を無料でご招待しています。さらに、全国の約1割にあたる小学校や保育園にジュース用トマト「凛々子」の苗と学習教材を無償で提供する活動も続けています。

トマトケチャップ



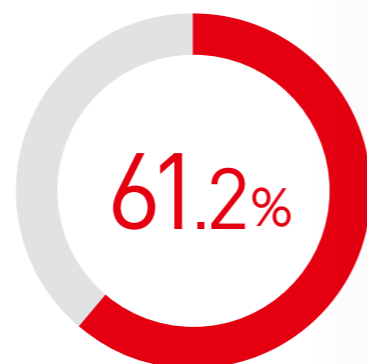
出典：インテージSRI/期間：2019年1月-12月/金額ベース
対象エリア：全国/対象業態：スーパーマーケット+コンビニエンスストア

国内シェア
NO.1



※画像は代表的商品です

野菜果実 ミックスジュース



出典：インテージSRI/期間：2019年1月-12月/金額ベース
対象エリア：全国/対象業態：スーパーマーケット+ドラッグストア+コンビニエンスストア/その他：ドライ+チャイルド、野菜果実ミックスジュースカテゴリー

個人株主数

19.2万名

個人株主比率
99.5%

「開かれた企業」を企業理念のひとつに掲げるカゴメは、2001年に「ファン株主10万人構想」に向けた取り組みをはじめ、2005年9月に10万人を突破しました。現在も業界では圧倒的多数の株主さまに支えられています。株主さまの声に積極的に耳を傾け、商品開発やイベントの開催に活かしています。

※2019年末時点192,722名



株主優待商品

食による 健康寿命の延伸

野菜の力で 日本の未来を切り開く

現代人の野菜不足や塩分過多の食生活を改善するために、野菜が持つ機能価値を商品でお届けするだけでなく、野菜のおいしい食べ方や手軽に摂取できる方法を提案し、健やかな毎日を応援していきます。



Using food to help
people live longer,
healthy lives

「野菜をとろうキャンペーン」開始

日本人の野菜不足の解消を目的として、「野菜をとろうキャンペーン」を開始いたしました。野菜摂取目標値の不足分60gを象徴化した「野菜をとろうあと60g」スローガンを活用し、他企業・団体や有識者との協働によって野菜摂取意欲を高める様々な施策を展開してまいります。この活動を通じて、一人でも多くの方に、従来の摂取方法にはとられない、前向きで楽しい野菜摂取方法を提案していきます。



2020年度の活動内容

- ① 目指せ 100 万人! 全国ベジチェック体験
- ② 企業・団体との連携「野菜摂取推進プロジェクト」
- ③ カゴメオリジナル「野菜マエストロ検定」
- ④ 「カゴメ株主 野菜アンバサダー」による情報発信
- ⑤ 広告展開 (新聞・TV・SNS など)

「野菜と生活 管理栄養士ラボ」で 健康経営にアプローチ

「野菜と生活 管理栄養士ラボ」は、当社の従業員である管理栄養士により編成された「食と健康」に関するコンテンツを開発・提案する専門チームです。カゴメがトマトを中心とする野菜の研究活動で培った知見、小売店・中食・外食業態を展開する企業様向けの営業活動で培ったメニュー開発・提案力を活かし、「健康セミナー」や「メニューレシピ監修」など、健康づくりを支援するコンテンツを開発し、主に法人・自治体向けにご提案しています。2017年の立ち上げから、セミナー回数は約230回、述べ13,000人にコンテンツを提供、体験いただきました。(2019年12月末時点)

野菜と生活 管理栄養士ラボ



野菜摂取充足度測定器「ベジチェック™」の開発

2019年7月、ドイツの Biozoom services社 (パイオズーム サービス社) と共同開発した野菜摂取の充足度を表示できる機器「ベジチェック」のレンタル・リース及び本機器を使った健康サポートプログラムの販売を開始いたしました。主に、企業や自治体の健康増進支援ツールとして、健康管理や健康診断での食事指導など様々な場面でご活用いただいています。また、2020年2月からは、カゴメの健康サービス事業と大和総研のモバイルアプリを組み合わせた新たな健康増進プログラム(「チーム対抗!ベジ選手権™4週間チャレンジ」)の提供も開始いたしました。

ロングセラー商品が続々、機能性表示食品化

カゴメは、トマトを中心に野菜の栄養素の研究を長年続け、さまざまな効果効能を検証しています。リコピンに善玉 (HDL) コレステロールを増やす働きが報告されており、これによりリコピンを含む「カゴメトマトジュース」(265g、720ml、200ml) と「リコピン コレステファイン」を2016年機能性表示食品として発売。さらに野菜由来のGABAに高めの血圧を下げる働きが報告され、2017年には「カゴメ野菜ジュース」が機能性表示食品として再登場しました。トマト由来のGABAにも同様の報告がされており、2018年からは「カゴメトマトジュース」の機能性表示を追加。さらに生鮮トマトとして初めての機能性表示食品、「GABA Select」を首都圏で発売。また、今年にはトマトジュース「カゴメ あまいトマト GABA&リラックス」も発売。植物性乳酸菌飲料からは「カゴメラブレαプレーン」を、「腸内環境を改善する」と機能性表示し発売しています。



農業振興・ 地方創生

Agricultural
development and
regional
revitalization

農業を支え 地域の持続的成長に貢献

超高齢化や労働人口の減少が急激に進む地域では、農業生産基盤の脆弱化が問題となっています。カゴメは日本の農業の発展が、地域の活性化につながると考え、日本の農業の成長産業化に貢献していきます。



カゴメ野菜生活ファーム富士見

2019年4月、「農業・ものづくり・観光」が一体化した体験型「野菜のテーマパーク」をコンセプトに、「カゴメ野菜生活ファーム富士見」を長野県諏訪郡富士見町に開業しました。八ヶ岳の雄大な自然を背景に、野菜と豊かにふれあいながら、農業や食、地域の魅力を体験できる施設です。2019年は県内・県外から3万名を超えるお客様にご来園いただき、地域や野菜の魅力を感じていただくことができました。



プロジェクションマッピングによる製造過程イメージ映像



生産者や自治体と連携し、 地域の農業と健康を応援

カゴメは、全国の自治体などと協定を結び、地元の農産物を使用した商品の展開やレシピの共同開発、食育やトマトの栽培指導など、地域の農業振興や健康づくりに積極的に取り組んでいます。

【カゴメが地域で締結している協定】

17府県5市1町1団体 27協定

※2020年2月末時点



農家の負担を減らし、 ジュース用トマト生産量の拡大へ

農業従事者の高齢化が進み、栽培面積が減る一方で、当社の国内ジュース用トマトの必要量は増加しています。当社ではその解決策の一環として、農業機械メーカーと共同で加工用トマト収穫機「Kagome Tomato Harvester」(KTH)を開発。農家にとって最も負担が重い収穫作業の機械化に取り組んでいます。また、JA全農いばらきとトマトの運搬を委託している美野里運送倉庫(株)(茨城県小美玉市)と連携し、KTHと作業者をセットで派遣する収穫委託も拡大しています。



「野菜生活100季節限定シリーズ」 が日本を元気に

地域の農産物を全国で消費する「地産全消」活動の核となる商品「野菜生活100季節限定シリーズ」は、今では年間10種類以上を順次発売。カゴメはこれからも、新たな野菜や果物の開拓やコラボレーションによって、地域の農業さらには健康長寿をサポートしていきます。



野菜生活100季節限定シリーズ(2019年4月～2020年3月)

垂直統合型 ビジネス

Vertically Integrated
Business

種子から食卓まで、 ワンストップで価値を創造

カゴメが保有するトマトの遺伝資源は約7,500種。その種子から、土づくり、栽培、収穫、製造、そして最終商品に至るまで、安全かつ安心という価値を確実にお届けするためのビジネスモデル。それが、カゴメの強みであり、世界的にもユニークな「垂直統合型」ビジネスです。



アメリカ



日本

水平方向

世界各地の
主な拠点



ポルトガル



オーストラリア



需要創造

商品が持つ価値をお客さまに伝え、需要を創造する価値伝達活動。



商品生産

よい原料と技術の最適な組み合わせで、原料の価値を最大化する製造工程と品質管理。



一次加工・調達

自社基準を満たした高品質の原料のみを調達し、おいしさを損なわないための一次加工を実施。

垂直方向

“トマトのことなら何でもカゴメに”



栽培

指定品種による契約栽培と農業指導、ハイテク菜園での生鮮トマトの栽培。



品種開発・種苗生産

自社保有の農産物の遺伝資源を用い、交配法で有用品種を創出し、競争力のある種苗を生産・供給。



研究開発

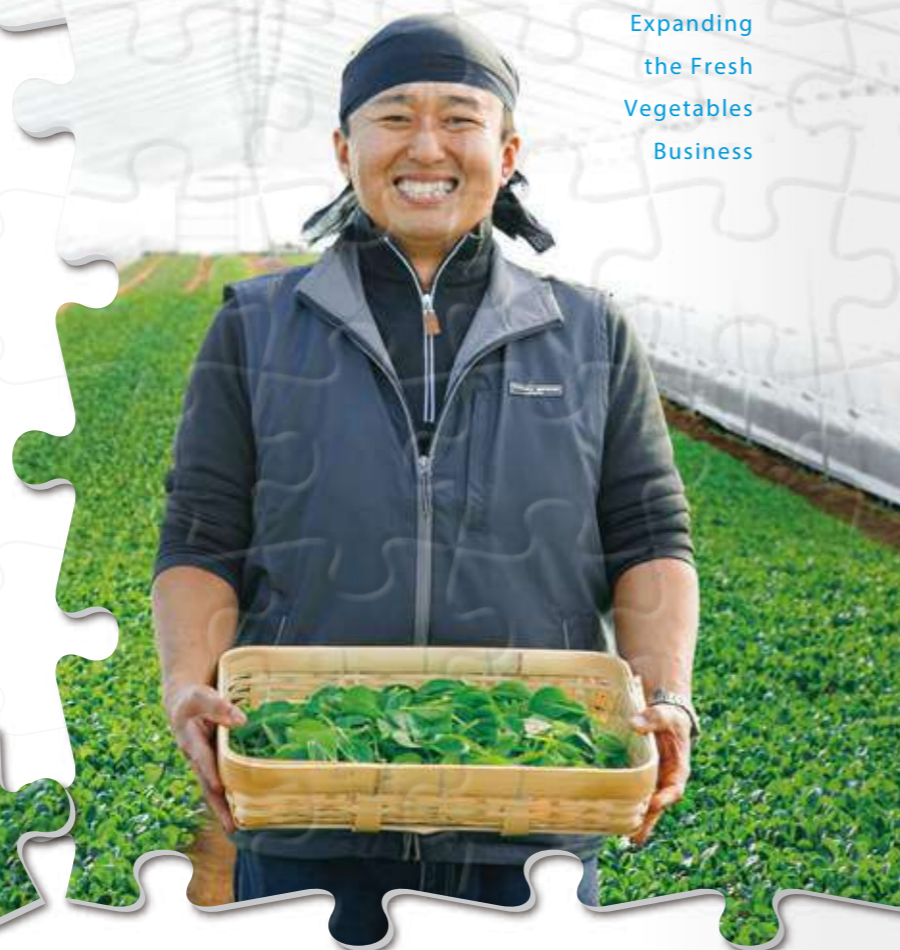
自然の恵みの農産物の価値を最大化し、健康寿命の延伸に貢献するための一貫した研究開発。

生鮮 ビジネスの拡大

最先端の技術を集結し、 生鮮事業で農業の成長産業化

生鮮トマト事業では、高リコピントマトを中心に生鮮売場を活性化し、新たなトマトの品種開発を進めています。さらに、ベビーリーフの販売エリアや商品ラインナップを拡充させ、「トマトの会社から、野菜の会社に」事業領域を広げます。

Expanding
the Fresh
Vegetables
Business



ラウンドレッド



高リコピントマト



GABAリッチトマト



大規模ハイテク菜園を全国で展開

1998年より本格的にスタートした生鮮トマト事業。旬の夏と秋の時期は露地栽培、その他の時期は大型菜園でトマトを栽培しています。大型菜園では、温室内の温度や湿度、灌水などをコンピュータで自動制御。外界との接触が少ないため病虫害のリスクを抑えることもできます。また、立体的な仕立て方により、単位面積当たりの収穫量を最大化できるなど、均一な室内環境と均一な管理作業によって年間を通して安定した出荷量と高単収を実現しています。菜園では、クリーンエネルギーの活用やCO₂対策、節水、生態系への配慮など、環境にやさしいトマト栽培を実現。「ラウンドレッド」や「高リコピントマト」をはじめ、約14,000tの年間出荷量を目指しています。



ケールとダイコンから生まれた新野菜 「ケーリッシュ®」の開発

2019年10月、健康成分スルフォラファン(*1)を多く含む新しい葉野菜「ケーリッシュ」(*2)の販売を開始いたしました。「ケーリッシュ」はケールとダイコンを掛け合わせた新しい葉野菜です。生で食べるとダイコンやルッコラのような辛味があり、加熱調理すると濃い旨味が引き立ちます。この野菜の特徴は、健康成分スルフォラファンを豊富に含んでいることにあります。調理方法は、生でももちろん、スープ・煮物・炒め物などの加熱調理メニューにもむいており、スルフォラファンの摂り方の選択肢を広げます。これから「ケーリッシュ」を広めていくことにより、お客様の健康で豊かな食生活に貢献してまいります。

(*1)食品中ではSGS(スルフォラファングルコシノレート)として存在しており、体内で分解されることでスルフォラファンに変わります。
(*2)「ケーリッシュ」(品種名:サンテヴェール48)は、カゴメ株式会社の登録商標です。



ベビーリーフを使用したメニュー例



イタリアンサラダミックス



ベビーリーフミックス



洗わないでそのまま使える国産ベビーリーフミックス

ベビーリーフの販売を強化

カゴメがトマト以外で初めて発売した野菜がベビーリーフです。ベビーリーフは食物繊維やカルシウム、鉄、ビタミンAなどが栄養表示基準を上回る高機能野菜です。また、その幼葉には大人葉よりも多くのポリフェノールやβカロテンが含まれていることも明らかになっています。2017年からは山梨県北杜市で「高根ベビーリーフ菜園」を稼働。供給体制と販売を強化するとともに、新たなメニューを提案しています。さらに、2019年夏には「洗わないでそのまま使える国産ベビーリーフミックス」を発売。今後も、毎日の食事に手軽に野菜をとり入れることのできる魅力的な商品をお届けします。



畑は 第一の工場

よい原料はよい畑から それが商品づくりの哲学

「畑は第一の工場」というものづくりの思想のもと、創業時から続けてきた契約農家との栽培に取り組み、トマトジュースの原料の国内産地拡大を進めながら、契約栽培で培ってきたノウハウや実績を海外からの原料調達にも活かしています。

フィールドマンと呼ばれる農業のプロがいます

カゴメは創業以来、よい原料はよい畑から生まれるという思いを変えずに、安心・安全な原料を調達するためにトマトなどの「契約栽培」に取り組んでいます。日本の農業との共存共栄を図る「契約栽培」は、まず作付け前に農家の方々と全量を買入れる契約を結びます。その後、フィールドマンと呼ばれる担当者が契約農家の畑を巡回し、カゴメ独自のきめ細かな栽培指導をはじめ、トマトの生育状態にあわせて的確なアドバイスをしています。「契約栽培」を行うことで、農家の方にとっては廃棄の無駄や価格変動という不安がなくなり、高品質の原料を作ることに専念できます。同時に、高齢化する日本の農家において経験の浅い若手農家の育成にもつながります。

✦ 世界80カ国以上で種子育苗事業を展開

カゴメは2013年11月、トマトと野菜の非遺伝子組み換え種子を自社開発し、アメリカを中心に80カ国以上もの市場で販売事業を展開している米国の種苗会社ユナイテッド・ジェネティクス社を子会社化しました。これにより、種子を起点としたカゴメのトマト事業は世界中に拡大。種子から原料、加工、販売までワンストップで価値を創造するカゴメ独自の垂直統合型ビジネスと世界各地に広がる水平方向の拠点を武器にグローバル化がますます加速します。

Fields are the Primary
Production Plant



Becoming a
Global Tomato Supplier

グローバルトマト サプライヤーへ

挑戦しつづけ、成長しつづけ、 「トマトならカゴメ」を世界共通語に

2050年には90億人に達するとも言われる人口の増加に伴い、世界の食糧やトマトの需要も大幅な伸びが予測されています。カゴメはトマトをはじめとした食を通じて、世界が抱える様々な課題の解決に貢献し、世界No.1のグローバルトマトサプライヤーをめざします。

セネガルに加工用トマトの 営農会社を設立

2017年12月、アフリカのセネガル共和国に加工用トマトの栽培・仕入れ・販売を担う営農会社「Kagome Senegal Sarl (カゴメセネガル社)」を設立しました。西アフリカにはトマトの食文化が根付いており、セネガルではトマトの一人あたりの年間消費量は20kgを超え、日本の2倍以上です。しかし、資金不足や栽培技術が未熟なこと、病虫害などにより、品質・量ともに十分にトマトを確保できていない状況です。同社では、当社グループが保有する種子や栽培技術などの農業技術資源を用いて、セネガルに新たな加工用トマト産地を形成し、西アフリカ地域の加工用トマト市場の振興に貢献していきます。



最先端の加工用トマト 栽培技術を共同開発

2015年3月より、ビッグデータを活用した海外における最先端の加工用トマト栽培技術の開発に着手しています。具体的には、試験圃場に設置した気象・土壌などの各種センサや人工衛星・ドローンなどから得られるデータと、灌漑・施肥などの営農環境から得られるデータを活用し、トマトの生育状況や気象条件に応じた水・肥料・農薬などの使用量の最適化と収穫量の最大化を達成することで、農業の高付加価値化と環境にやさしい農業の実践をめざしています。



グローバルフードサービスの 取り組み

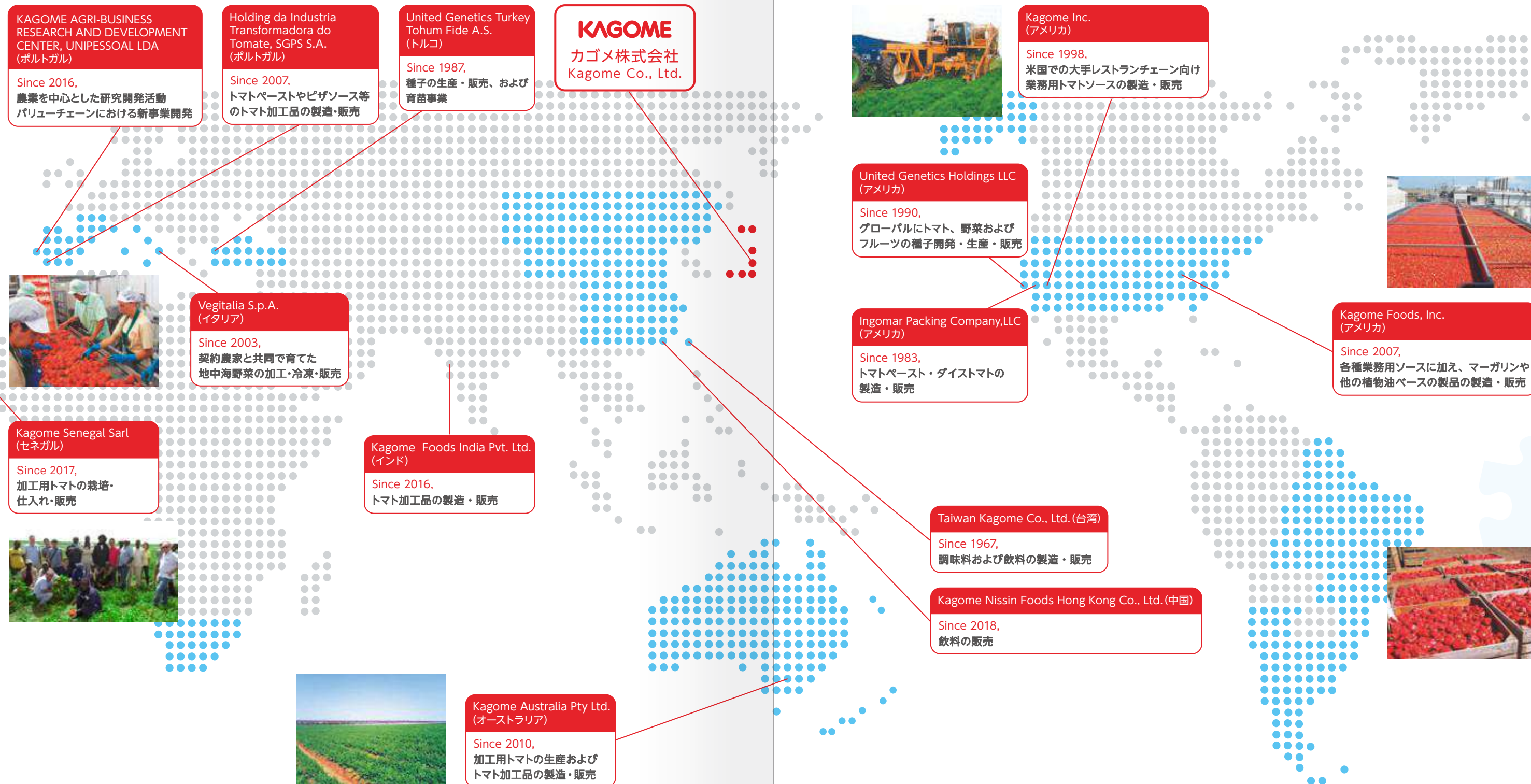
私たちは、グローバルに活躍する大手フードサービス企業各社と連携し、トマト加工品の提供だけでなく、新商品の開発にも取り組み始めています。また、いっそう高まる「低糖・低塩・低脂肪」ニーズに対して、カゴメは「トマトと野菜の栄養成分、機能性研究」等の成果を活用し、「食による健康」として実現をめざします。さらに、中国をはじめとしたアジア領域や、南米、中東など新しい領域での顧客の開拓や事業機会の獲得にも積極的に取り組みます。



世界中の人たちに、 おいしさと健康をお届けするために

日本で培ってきたノウハウをもとに、世界各地を調査し、最適な栽培地を吟味して、
世界中の国々で事業を展開しています。

● 海外の原料生産国



トマトの特徴にあわせた商品開発

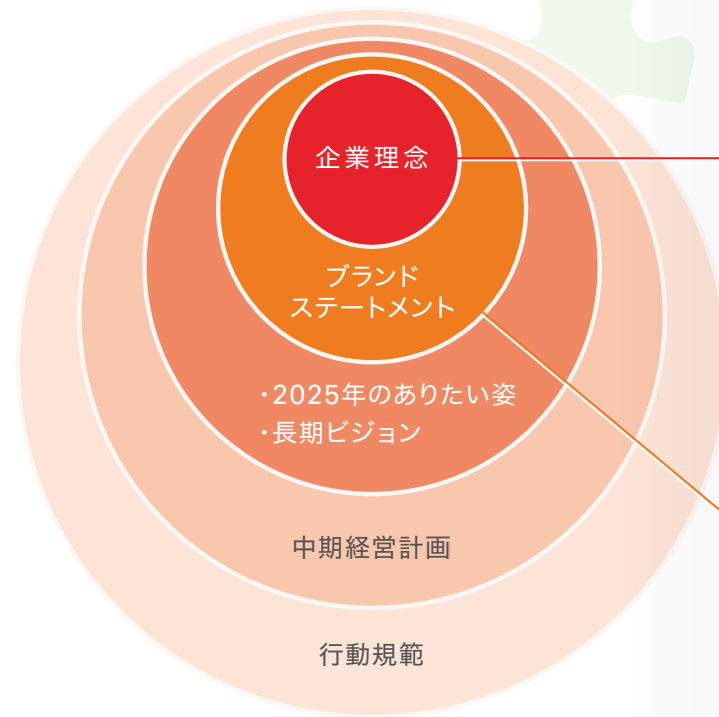
トマトの品質特性は産地によって大きく異なります。例えば、日本や中国のトマトは酸味が強く、逆にチリやポルトガルでは甘味が強い。こうした産地別での特徴を商品開発に活用できるのも世界中にネットワークがあるカゴメならではの大きな武器です。

産地	甘味	酸味	旨み	味のタイプ	主な加工品
日本	中	強	中	酸味型	トマトジュース
チリ	強	中	弱	甘味型	ペースト
ポルトガル	強	中	中	甘味型	ペースト
イタリア	中	中	強	旨み型	ホールトマト・ダイストマト
トルコ	中	中	中	バランス型	ペースト・ホールトマト・ダイストマト
アメリカ	中	中	中	バランス型	ペースト・トマトジュース・トマトケチャップ



カゴメの理念体系

カゴメは、創業以来121年、トマトなど自然の恵みを活かした商品を通して、人々の健康に貢献してきました。そして、企業理念を守り続けながら、カゴメの価値を時代とともに磨いてきました。そんなカゴメがめざす、2025年にあるべき理想の姿。それは、日本はもちろん世界が抱えるさまざまな社会課題の解決に、これまで培ってきたトマトや健康への知見で積極的に取り組み、持続的に成長できる「強い企業」「野菜の会社」としてのカゴメです。



企業理念 時代を経ても変わらずに継承される「経営のこころ」

感謝

私たちは、自然の恵みと多くの人々との出会いに感謝し、自然生態系と人間性を尊重します。

自然

私たちは、自然の恵みを活かして、時代に先がけた深みのある価値を創造し、お客さまの健康に貢献します。

開かれた企業

私たちは、おたがいの個性・能力を認め合い、公正・透明な企業活動につとめ開かれた企業を目指します。



ブランドステートメント ブランドのありたい姿

自然を

自然の恵みもつ抗酸化力や免疫力を活用して、食と健康を深く追求すること。

おいしく

自然に反する添加物や技術にたよらず、体にやさしいおいしさを実現すること。

楽しく

地球環境と体内環境に十分配慮して、食の楽しさの新しい需要を創造すること。



これまでのあゆみ

1899年の創業以来、「自然の恵みである農産物の価値を活かして、人々の健康に貢献したい思い」を商品に込め、生活者の皆さまにお届けしています。その歩みは、時代のニーズに応える

ためにこれまでなかった商品を開発しつづける「技術革新」の歴史でもあります。

「自然を、おいしく、楽しく。KAGOME」をブランド・ステートメントとする。



1899 創業者 蟹江一太郎 西洋野菜の栽培に着手	1903 東海市荒尾町西屋敷に 工場を建設、 トマトソースの 本格的生産に入る	1906 トマトジュース発売	1908 世界初 プラスチックチューブ入り ケチャップ発売	1933 「カゴメ劇場」スタート	1963 KAGOME U.S.A. INC. 設立	1966	1967	1972	1978	1988	1992
---------------------------------	---	-------------------	--	---------------------	-------------------------------	------	------	------	------	------	------

1995 野菜生活100発売	1998 企業理念(「感謝」「自然」「開かれた企業」)を制定	2000	2001 株主数10万人突破	2003	2004 カゴメオーストラリア設立	2005	2006	2010	2014	2015 GREENS発売
-------------------	-----------------------------------	------	-------------------	------	----------------------	------	------	------	------	------------------

1906 トマトソース (現在のトマトピューレー)の 製造に着手	1908 トマトケチャップ ウスターソースの 製造開始	1963 社名を 「カゴメ株式会社」と改称、 トマトマーク制定	1967 台湾カゴメ設立 初の海外進出	1978 名古屋証券取引所市場 第1部に上場 東京証券取引所市場 第1部に上場	1992 キャロット100シリーズ 発売
---	--------------------------------------	--	---------------------------	---	----------------------------

1998 アンナマンマ発売	2001 生鮮トマト(こくみトマト) 販売開始	2004 野菜一日 これ一本(杯)発売	2006 植物性乳酸菌ラブレ発売	2014 サラダ野菜発売
------------------	-------------------------------	---------------------------	---------------------	-----------------

中期経営計画

2025年のありたい姿

「食を通じて社会課題の解決に取り組み、持続的に成長できる強い企業になる」

社会課題 1 健康寿命の延伸 社会課題 2 農業振興・地方創生 社会課題 3 世界の食糧不足

日本国内においては、少子高齢化を背景とした医療費や介護費が増加し、労働人口が減少しています。一方、世界に目を向けると、人口増加や異常気象等による食糧不足が深刻化しています。当社は、こうした社会課題の解決に、これまで培ってきた野菜・健康への知見を活かして貢献していきます。

社会課題への取り組みと貢献

健康寿命の延伸

- ベビーリーフなどの生鮮領域強化による提供野菜の種類拡大
- 「ベジタブル・ソリューション」による「野菜のおかず」の消費拡大
- 健康増進サービス事業を通じた、顧客の行動変容による野菜摂取量の拡大
- 包括協定を締結した自治体と、エリア流通業との協働による、地域の健康増進
- 大学等の外部機関との共同研究による、野菜摂取と健康増進の関係性の解明

農業振興・地方創生

- 国内における野菜加工ビジネスの拡大
- 耕作放棄地での加工用トマトや野菜の生産、生産者の高齢化・人手不足対策
- 通販「農園応援」での活力ある生産者の発掘と販売支援
- 包括協定を締結した自治体の農・水・畜産物消費拡大

世界の食糧不足

- セネガル、インド、他新興国での加工用トマト産地開発と生産性向上支援
- 最先端技術の活用による持続可能な高効率農業への貢献

東日本大震災からの復興

- 復興住宅や保育園等での料理教室、カゴメミニ劇場開催、キッチンカー派遣
- 農業高校へのトマト栽培指導
- みちのく未来基金を通じた震災遺児の進学支援

長期ビジョン

2025年までに

「トマトの会社」から「野菜の会社」に

生鮮野菜からジュース・調味料、冷凍素材、サプリメントに至るまで幅広く、さまざまな素材・カテゴリー・温度帯・容器・容量で「野菜」を取り扱っている会社として、カゴメはユニークな存在です。安心安全、おいしさ、健康などの提供価値を磨き、「野菜の会社」をめざします。

2040年ごろまでに

女性比率を50%に一社員から役員まで

多様化する消費者ニーズへの対応や、ダイバーシティの考え方に基づき多様な視点を取り入れることで、お客さまをはじめとしたステークホルダーの視点に立った事業戦略や活動を進展させます。

中期経営計画 (2019年度～2021年度)

基本戦略

収益力強化の継続と新事業・新領域への挑戦による成長

「2025年のありたい姿」や長期ビジョンの達成に向けて、16年からの3か年に続く19-21年を“第二次”中期と位置づけ、新事業・新領域に挑戦し、当社の社会的価値・経済的価値を高めていけるよう取り組みます。また、新事業には大きな投資が伴うため、その原資を創出するべく引き続き収益構造改革を進めるなど、イノベーション創出の基盤をあらゆる側面から整え、体質化してまいります。

中期重点課題

重点課題 1 「バリューアップ」と「ムダ・ムリ・ムラの削減」の継続

重点課題 2 新事業・新領域への挑戦

重点課題 3 「働き方の改革」から「生き方改革」へ ～厳しくも、働きやすく、働きがいのある会社になる～

重点課題 4 「強い企業」になるためのしくみづくり

事業戦略

食の外部化・ボーダレス化を踏まえ、従来の家庭用・業務用・農の事業の垣根を無くし連携を深め、「野菜の会社」として、「健康寿命の延伸」という社会課題の解決に向け「野菜をおかずで摂る」提案に本格的に取り組めます。

※2019年12月期決算より国際財務報告基準(IFRS)を適用

事業セグメント別目標 (2021年度)

1 国内加工食品事業	2 農事業	3 国際事業
売上収益 1,480億円	事業利益 124億円	売上収益 140億円
		事業利益 8億円
		売上収益 500億円
		事業利益 30億円

各事業の連携を一層進め、B to Cで培ったブランド価値をB to B to Cの企業価値に広げることを目指します。そのために、B to Bの「野菜のソリューション力」とB to Cの「野菜の需要創造力(イノベーション)」を向上し、中食・外食への「野菜のおかず化」提案本格化と、野菜の新産地・加工拠点形成による商品領域の拡大に取り組めます。

事業紹介

多彩なラインナップで
野菜の価値をお届けします

時間がない、野菜が苦手など、その理由はさまざまですが、

日本人の野菜不足は年々深刻化しています。

カゴメは、手軽においしく野菜を摂ることのできる商品を

広くお届けしたいとの思いから、飲料や食品、業務用だけでなく、通販や農事業まで事業領域を広げ、1,000種類以上の商品ラインナップで、その問題解決に全力で取り組んでいます。

さまざまな形で野菜をお届けし続けることで、日本の野菜不足を解消し、寿命の延伸に貢献してまいります。



飲料事業

野菜果実ミックス / トマト100% / 野菜100% / キャロット100% / 乳酸菌 / 果実・野菜・大豆ミックス



食品事業

トマトケチャップなど / トマト調味料 / ソース / パスタソース
おかず調味料 / レンジ調理食品 / 鍋用つゆ



農事業

生鮮トマト / 野菜 / 農産加工品 / 家庭用園芸商品



業務用事業

業務用常温商品 / 業務用冷凍商品



通販事業

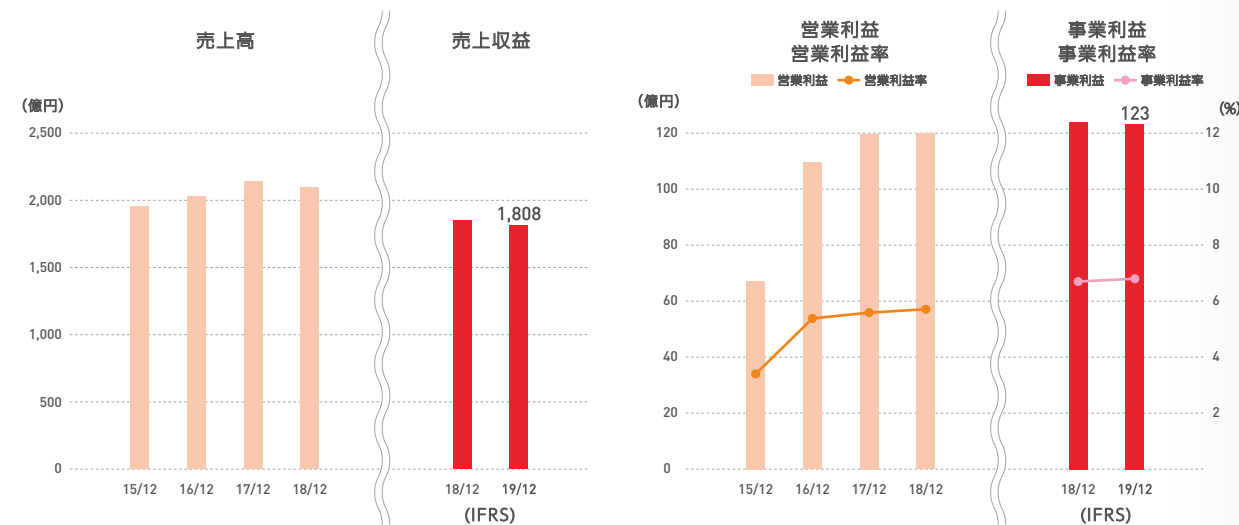
季節商品 / 飲料商品 / サプリメント



会社概要

連結決算財務パフォーマンス

※2019年12月期決算より国際財務報告基準(IFRS)を適用
18年度IFRSは読替数値(概算)



会社概要 (2019年末現在)

創業	1899年(明治32年)	主な連結子会社
設立	1949年(昭和24年)	響灘菜園株式会社
本社	愛知県名古屋市中区錦3丁目14番15号 TEL (052) 951-3571 (代表) FAX (052) 968-2510	いわき小名浜菜園株式会社
東京本社	東京都中央区日本橋浜町3丁目21番1号 日本橋浜町Fタワー TEL (03) 5623-8501 (代表) FAX (03) 5623-2331	カゴメアクシス株式会社
資本金	19,985百万円	Kagome Inc.
従業員数	2,599名(連結)	United Genetics Holdings LLC
事業所	本社、東京本社、1支社、8支店、6工場、イノベーション本部	Vegitalia S.p.A.
事業内容	調味食品、保存食品、飲料、その他の食品の製造・販売、 種苗、青果物の仕入れ・生産・販売	Holding da Industria Transformadora do Tomate, SGPS S.A.(HIT)
		台湾可果美股份有限公司
		Kagome Australia Pty Ltd.

CSR情報のご案内

CSR関連情報をご紹介します。
<http://www.kagome.co.jp/company/csr/>

公益財団法人 みちのく未来基金



2011年カゴメは、ロート製菓(株)・カルビー(株)とともに宮城県仙台市に「みちのく未来基金」を設立し、震災遺児の進学を支援する活動を開始しました。現在はエバラ食品工業(株)も加わり4社にて運営する公益財団法人です。東日本大震災によって両親またはいずれかの親を亡くした子どもたちは、全国で約1,800人とされています。彼らの高校卒業後の進学の夢を支えるために全国から寄附を

いただき、入学から卒業までに必要な入学金と授業料の全額(年間上限300万円)を返済不要の奨学金として給付しています。当基金では、震災当時お腹の中にいた子どもが進学先を卒業するまで、長く支援を続けてまいります。



ホームページで詳しい内容をご紹介します。 [みちのく未来基金](#) 🔍 検索

野菜を好きになる保育園 ベジ・キッズ



2019年4月、子育て期の当社従業員がキャリア形成や仕事と育児の両立に不安を感じることなく、安心して働ける環境づくりを目的として、東京本社(東京都中央区)の近隣に、『野菜を好きになる保育園 ベジ・キッズ(以下、ベジ・

キッズ)』を開設いたしました。『ベジ・キッズ』では、心身の発達の基盤が形成される乳幼児期に、基本的な保育とともに、『野菜と触れ合える食育』を行うことで、野菜のおいしさ、楽しさ、大切さを伝えていきます。

ホームページで詳しい内容をご紹介します。 [ベジ・キッズ](#) 🔍 検索



カゴメ株式会社

本社 / 〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦3丁目14番15号 TEL.(052)951-3571(代表)
東京本社 / 〒103-8461 東京都中央区日本橋浜町3丁目21番1号 日本橋浜町Fタワー TEL.(03)5623-8501(代表)

