



# 平成26年3月期 第2四半期 決算短信資料

2013年10月24日(木)

カゴメ株式会社(2811)

<http://www.kagome.co.jp/company/ir/index.html>

# 連結業績(平成26年3月期 第2四半期累計)

単位:億円

	11年度 実績	12年度 実績	13年度 予想	13年度 実績	対前年		対予想	
					増減	増減率	増減	増減率
					売上高	943	1,059	1,050
営業利益	57	75	63	50	▲25	▲33%	▲13	▲20%
率	6.1%	7.1%	6.0%	4.8%				
経常利益	60	79	65	55	▲24	▲31%	▲10	▲16%
率	6.4%	7.4%	6.2%	5.3%				
純利益	30	57	41	40	▲17	▲30%	▲1	▲3%
率	3.2%	5.4%	3.9%	3.9%				

億円未満は四捨五入

- ・価格制度の変更により減収となったが、実質的には3%の増収。
- ・もともと減益を予想していたが、その予想を下回った。
- ・純利益は予想どおり。

# 収益への影響要因

## ◆期初に想定していた減収減益要因 = 予想に反映済み

価格制度の変更

飲料・食品の恒常的な販促費を売上から控除。  
上半期の影響額51億円 = **実質的には3%の増収。**

円安

国内事業の原価上昇。

販促費の計上

価格制度の変更に伴い、変更月(13年4月)にのみ表れる、  
旧基準での販促費の計上。

固定費の増加

成長のための、人件費、広告宣伝費などの増加。

## ◆個別業績(予想に対し、営業利益19億円減)における主な期中減益要因

飲料・食品の売上

計画未達により、利益影響8億円。

販売促進費率

上昇により、利益影響6.5億円。

売上原価

1Qの市況影響で生鮮野菜事業の原価率上昇。事業や商品の  
構成比の変化。合計で利益影響3.5億円。

# 事業別売上高(平成26年3月期 第2四半期累計)

## ◆国内

単位:億円

	12年度	12年度 読替	13年度	実質	
				増減	増減率
飲料	533	504	492	▲11	▲2%
食品	137	115	116	+1	+1%
ギフト	54	54	57	+2	+4%
生鮮野菜	52	52	56	+4	+7%
通販	40	40	44	+4	+10%
業務用	128	128	131	+3	+3%
その他	75	75	80	+5	+6%
<b>国内小計</b>	<b>1,019</b>	<b>968</b>	<b>976</b>	<b>+8</b>	<b>+1%</b>

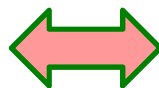
読替＝飲料・食品で13年度の価格制度基準を適用。

- ・飲料 野菜飲料は前年を上回る。乳酸菌は1割減。撤退した自販機飲料は▲9億円。
- ・食品 基礎調味料が堅調。
- ・ギフト 紙容器・野菜飲料が伸びた。流通との商品開発を強化。
- ・生鮮 家庭用と協働での提案力が上がった。作柄が良かった。
- ・通販 広告投資を増やした。サプリメントなどを強化した。
- ・業務用 大手顧客に対する営業力強化の成果が引き続き表れた。

過去最高の売上を更新

# 野菜飲料

地産全消  
マーケティング



12年トマトブーム  
増分の反動

- ◆野菜生活の季節限定商品 17億円増  
→ チルド商品 17億円増



- ・「超濃縮」シリーズも好調



- ◆トマトジュース 13億円減  
→ ドライ商品 17億円減

・猛暑による競争激化も響いた



- ・チルド向けストレートは好評
- ・8-9月は前年比90%に回復
- ・10年度比では130%

地産全消マーケティングで増加も、トマトジュースが減少し、成長はできなかった。

# 乳酸菌・食品

## ◆乳酸菌



9月発売の  
「植物性乳酸菌ラブレLight  
一日分の鉄分」  
が好調。  
10月は前年を上回っている。

## ◆食品

### トマトパックシリーズ



特に「かけるトマト」は、  
トマトをかける喫食行為と  
紙容器で新たな価値を  
つくったが、一時休売した。  
12月に全国販売を再開。

- ・「機能軸」の新商品追加で、乳酸菌事業は9月以降復調している。
- ・基礎調味料は堅調。加えて新たな価値をつくり食品事業を成長させたい。

# 事業別売上高(平成26年3月期 第2四半期累計)

## ◆国内

単位:億円

	12年度	12年度 読替	13年度	実質	
				増減	増減率
飲料	533	504	492	▲11	▲2%
食品	137	115	116	+1	+1%
ギフト	54	54	57	+2	+4%
生鮮野菜	52	52	56	+4	+7%
通販	40	40	44	+4	+10%
業務用	128	128	131	+3	+3%
その他	75	75	80	+5	+6%
<b>国内小計</b>	<b>1,019</b>	<b>968</b>	<b>976</b>	<b>+8</b>	<b>+1%</b>

読替＝飲料・食品で13年度の価格制度基準を適用。

- ・飲料 野菜飲料は前年を上回る。乳酸菌は1割減。撤退した自販機飲料は▲9億円。
- ・食品 基礎調味料が堅調。
- ・ギフト 紙容器・野菜飲料が伸びた。流通との商品開発を強化。
- ・生鮮 家庭用と協働での提案力が上がった。作柄が良かった。
- ・通販 広告投資を増やした。サプリメントなどを強化した。
- ・業務用 大手顧客に対する営業力強化の成果が引き続き表れた。

過去最高の売上を更新

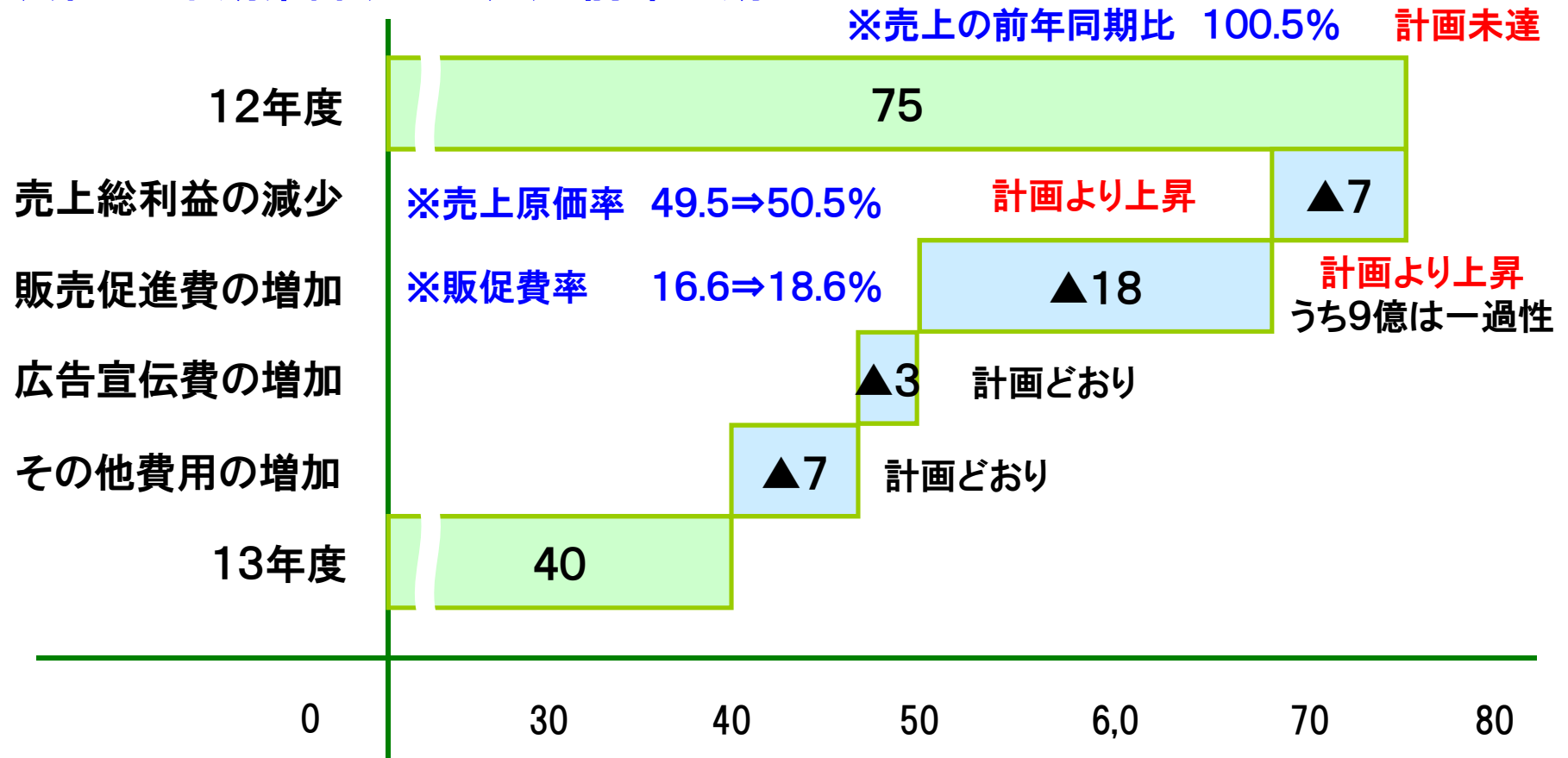


# 営業利益増減要因(個別)

12年度実績は13年度基準に読み替えている

## ◆第2四半期累計(4~9月) 前年同期比

単位:億円(以下四捨五入)



販売促進費率はトマトブームの反動、売上の計画未達に伴う手段の追加、猛暑による競争激化、期間限定品の増加により上昇した。



# 事業別売上高(平成26年3月期 第2四半期累計)

## ◆海外

単位:億円

	12年度	13年度	増減	
			増減	増減率
米国	53	65	+12	+22%
欧州	22	51	+29	+132%
豪州	24	18	▲6	▲24%
グローバルトマト計	99	134	+35	+35%
アジア	12	15	+3	+25%
海外小計	111	149	+38	+34%

- ・米国 円安により大きく増加。現地でも大手フードサービス向け事業が順調。
- ・欧州 ポルトガルのH.I.T.社の子会社化により、1Qの売上が純増。
- ・豪州 販売量は減少した。13クロップトマト加工品の原価低減で利益は増加した。
- ・アジア 杭州で香港向け飲料の生産が増えた。円安も影響し増加。

## ◆連結

	12年度	12年度 読替	13年度	実質	
				増減	増減率
セグメント間取引	▲72	▲72	▲88	-	-
連結(国内+海外)	1,059	1,008	1,037	+29	+3%

読替＝飲料・食品で13年度の価格制度基準を適用。

# 連結業績(平成26年3月期 第2四半期累計)

単位:億円

	11年度 実績	12年度 実績	13年度 予想	13年度 実績	対前年		対予想	
					増減	増減率	増減	増減率
					売上高	943	1,059	1,050
営業利益	57	75	63	50	▲25	▲33%	▲13	▲20%
率	6.1%	7.1%	6.0%	4.8%				
経常利益	60	79	65	55	▲24	▲31%	▲10	▲16%
率	6.4%	7.4%	6.2%	5.3%				
純利益	30	57	41	40	▲17	▲30%	▲1	▲3%
率	3.2%	5.4%	3.9%	3.9%				

億円未満は四捨五入

- ・自販機の撤退に伴い保有株式を売却したため、純利益はほぼ予想どおりだった。
- ・上半期は、国内の飲料・食品事業を成長させられなかったことで、販促費も増加し、減益に繋がった。
- ・その他の事業は国内外問わず順調だった。

# 連結業績見通し(平成26年3月期)

## ◆セグメント別売上高計画

単位:億円

	12年度	12年度 読替	13年度	同基準での比較	
				増減	増減率
飲料	961	911	901	▲10	▲1%
食品	276	231	233	+2	+1%
ギフト	79	79	83	+4	+5%
生鮮野菜	89	89	95	+6	+6%
通販	77	77	87	+10	+13%
業務用	250	250	261	+11	+4%
その他	138	138	148	+10	+8%
<b>国内小計</b>	<b>1,870</b>	<b>1,776</b>	<b>1,808</b>	<b>+32</b>	<b>+2%</b>
米国	118	118	139	+21	+18%
欧州	59	59	107	+48	+83%
豪州	38	38	37	▲1	▲2%
グローバルトマト事業	214	214	283	+69	+32%
アジア	24	24	34	+10	+42%
<b>海外小計</b>	<b>238</b>	<b>238</b>	<b>317</b>	<b>+79</b>	<b>+33%</b>
セグメント間取引	▲146	▲146	▲175		
<b>連結(国内+海外)</b>	<b>1,962</b>	<b>1,868</b>	<b>1,950</b>	<b>+82</b>	<b>+4%</b>

読替＝飲料・食品で13年度の価格制度基準を適用。

※読替額が12年度決算説明時の資料と異なるが、価格制度変更の影響を再計算したことによる。

# 下半期の経営課題 新たな需要の創造

トマト・ディスカバリーズ



KAGOME × GINZA Cozy Corner



絹子姫のパフェ



新商品

- ・秋の好調な新商品を拡販する。
- ・来春は新商品・リニューアル品を増やす。



下半期の経営におけるポイントは、国内で成長できなかった事業の改善と、順調であった事業における良い成果の継続。

# 新規事業

## OSOTSPA KAGOME

タイ

- ・9月にコンシューマー向けトマト飲料をローンチ。
- ・現地で一般的な小瓶入りワンショット容器を採用し、現地企業と合併で進めている。

トマト・エッセンス 45ml



## 業務用トマト調味料・生鮮トマト

中国

- ・トマト加工品の需要増を見込み、BtoB向け事業を始める。自社工場も建設予定。
- ・生鮮トマト事業で初めて海外に進出する。日本で培った栽培技術・品種を活かす。現地企業と合併で進める。



リージョンの需要に対し、カゴメが保有するリソースを活かす。



# 新規事業

## 種子事業の取得



- ・グローバルに種子の開発・生産・販売事業を展開する会社を子会社化。
- ・トマト事業カンパニーでは、トマト事業の展開地域の多様さと、トマトの生産・加工・販売を垂直統合して保有しているという、カゴメグループの強みを活かした成長を目指している。
- ・バリューチェーンの最上流に位置する種子事業を取得することで、コアを強化する。



リージョンへの拡がりとともに、コアを強化した成長を目指していく。

# 連結業績見通し(平成26年3月期)

## ◆通期

単位:億円

	11年度	12年度	13年度	対4/25		
				増減	増減率	増減
売上高	1,800	1,962	1,950	▲12	▲1%	▲10
営業利益	85	93	68	▲25	▲27%	▲21
率	4.7%	4.7%	3.5%			
経常利益	92	100	72	▲28	▲28%	▲20
率	5.1%	5.1%	3.7%			
純利益	42	65	47	▲18	▲28%	▲6
率	2.3%	3.3%	2.4%			

億円未満は四捨五入

- ・売上・利益ともに、上半期の計画未達と下半期の見通しを反映して修正。
- ・下半期だけでは、ほぼ前期並みの利益を計画。
- ・純利益は過去2番目の水準であり、配当は「Next 50」の利益還元方針に沿って、2円増配の22円を予定。



## 注意事項

当資料はカゴメの現在の計画、見通し、戦略などのうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られたカゴメの経営者の判断に基づいております。従いまして、これら業績見通しのみで全面的な依拠することは控えるようお願い致します。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与える重要な要素には、以下のようなものが含まれます。すなわち、①天候、特に夏場の低温 ②異物混入等の製品事故 ③カゴメの事業領域を取り巻く経済情勢、特に消費動向 ④変わりやすい顧客嗜好などを特徴とする激しい競争にさらされた市場の中で、顧客に受け入れられる製品やサービスをカゴメが企画・開発し続けていく能力、などです。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。また当資料は、あくまでカゴメをより深く理解していただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。さらに当資料に記載されている市場などのデータ等におきましても、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した情報に基づき作成しておりますが、将来の予測のみならず過去の部分も含めて、見直し等により予告なしに変更することがありますので注意ください。