



平成26年3月期 決算短信資料

2014年4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)

単位:億円

	10年度	11年度	12年度	13年度	10/18修正		
					対12年度		対公表
					増減	増減率	増減
売上高	1,813	1,800	1,962	1,930	▲32	▲2%	▲20
営業利益	80	85	93	68	▲25	▲27%	±0
率	4.4%	4.7%	4.7%	3.5%			
経常利益	84	92	100	75	▲25	▲25%	+3
率	4.6%	5.1%	5.1%	3.9%			
純利益	25	42	65	51	▲14	▲21%	+4
率	1.4%	2.3%	3.3%	2.6%			

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。
- ・昨年10月の修正公表値に対しては、微減収・増益。
- ・利益は計画どおりの水準。

事業別売上高(平成26年3月期)

◆国内

単位:億円

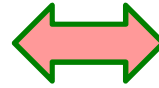
	12年度	12年度 読替	13年度	実質	
				増減	増減率
飲料	961	911	878	▲33	▲4%
食品	276	231	233	+2	+1%
ギフト	79	79	83	+4	+5%
生鮮野菜	89	89	97	+8	+8%
通販	77	77	83	+6	+8%
業務用	250	250	258	+7	+3%
その他	138	138	151	+13	+10%
国内小計	1,870	1,776	1,782	+6	+0%

読替＝飲料・食品で13年度の価格制度基準を適用。

- ・実質的な国内事業の前年比は100%(前年並み)だった。
- ・12年度をもって撤退した自販機飲料の売上が▲11億円減少した。
- ・減収は飲料事業のみ。ギフト・生鮮野菜・通販・業務用は過去最高の売上を更新した。

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 など

◆野菜生活の季節限定商品 24億円増



◆トマトジュース 22億円減

◆ドライ商品 9億円減
※トマトジュース除き



・「超濃縮」シリーズも好調



「新たな需要の創造」による成果があったが、トマトブームの反動と、既存品の魅力度の低下をカバーするには至らなかった。

乳酸菌・食品

◆乳酸菌



「植物性乳酸菌ラブレLight 一日分の鉄分」がヒット。下半期は前年比108%。2月には「コラーゲン」も追加。



◆食品



トマトパックシリーズは14年も注力する。



- ・「機能軸」の商品追加で、乳酸菌事業は復調した。
- ・基礎調味料は堅調。「ナポリタン」でトマトケチャップの需要拡大を図った。

事業別売上高(平成26年3月期)

◆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	961	911	878	▲33	▲4%
食品	276	231	233	+2	+1%
ギフト	79	79	83	+4	+5%
生鮮野菜	89	89	97	+8	+8%
通販	77	77	83	+6	+8%
業務用	250	250	258	+7	+3%
その他	138	138	151	+13	+10%
国内小計	1,870	1,776	1,782	+6	+0%

読替＝飲料・食品で13年度の価格制度基準を適用。

- ・飲料 野菜飲料は前年比98%。乳酸菌は復調。撤退した自販機飲料は▲11億円。
- ・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した。
- ・生鮮 家庭用と協働での提案力が上がった。
- ・通販 広告投資を増やした。商品ラインナップを強化した。
- ・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。

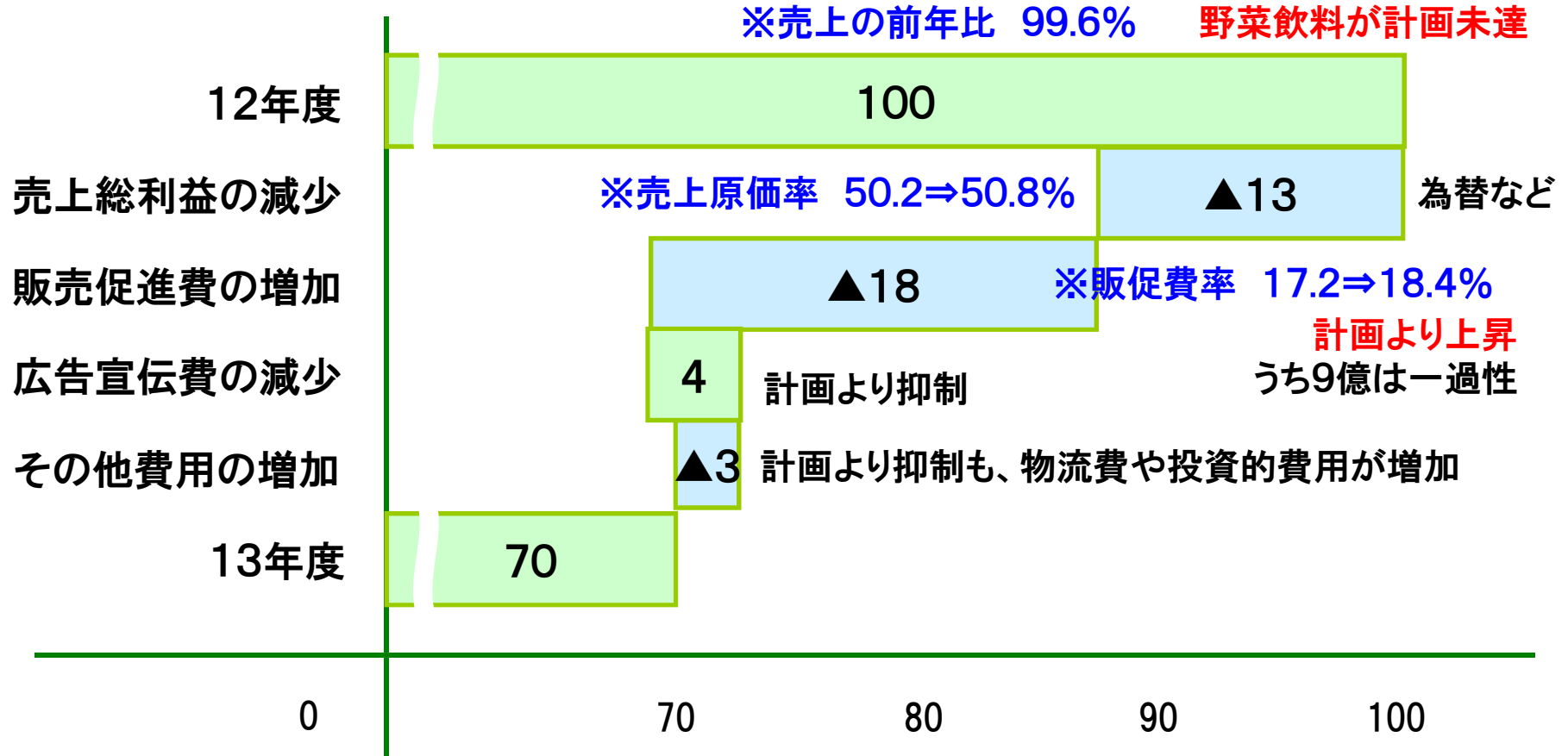
過去最高の
売上を
更新

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

単位:億円(以下四捨五入)

◆累計(4~3月) 前年比



- ・円安により原価率が上昇したが、想定範囲内だった。
- ・販売促進費率が、売上の計画未達に伴う販促手段の追加、期間限定品の増加、トマトブームの反動により、想定以上に上昇した。

事業別売上高(平成26年3月期)

◆海外

単位：億円

	12年度	13年度	増減	
			増減	増減率
米国	118	156	+38	+32%
欧州	59	108	+49	+84%
豪州	38	37	▲1	▲2%
グローバルトマト計	214	300	+86	+40%
アジア	24	33	+9	+38%
海外小計	238	333	+95	+40%

- ・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 売上・利益ともに前年並み。
- ・アジア 円安などにより増加。タイでトマト飲料事業が始まった。

◆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	▲146	▲146	▲185	-	-
連結(国内+海外)	1,962	1,868	1,930	+62	+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)

単位:億円

	10年度	11年度	12年度	13年度	10/18修正		
					対12年度		対公表
					増減	増減率	増減
売上高	1,813	1,800	1,962	1,930	▲32	▲2%	▲20
営業利益	80	85	93	68	▲25	▲27%	±0
率	4.4%	4.7%	4.7%	3.5%			
経常利益	84	92	100	75	▲25	▲25%	+3
率	4.6%	5.1%	5.1%	3.9%			
純利益	25	42	65	51	▲14	▲21%	+4
率	1.4%	2.3%	3.3%	2.6%			

億円未満は四捨五入

- ・野菜飲料の売上を成長させられなかったことが課題として残った。
- ・結果、販促費が増加した。円安による原価の上昇もあり減益となった。
- ・国内の他の事業と、海外事業については順調だった。

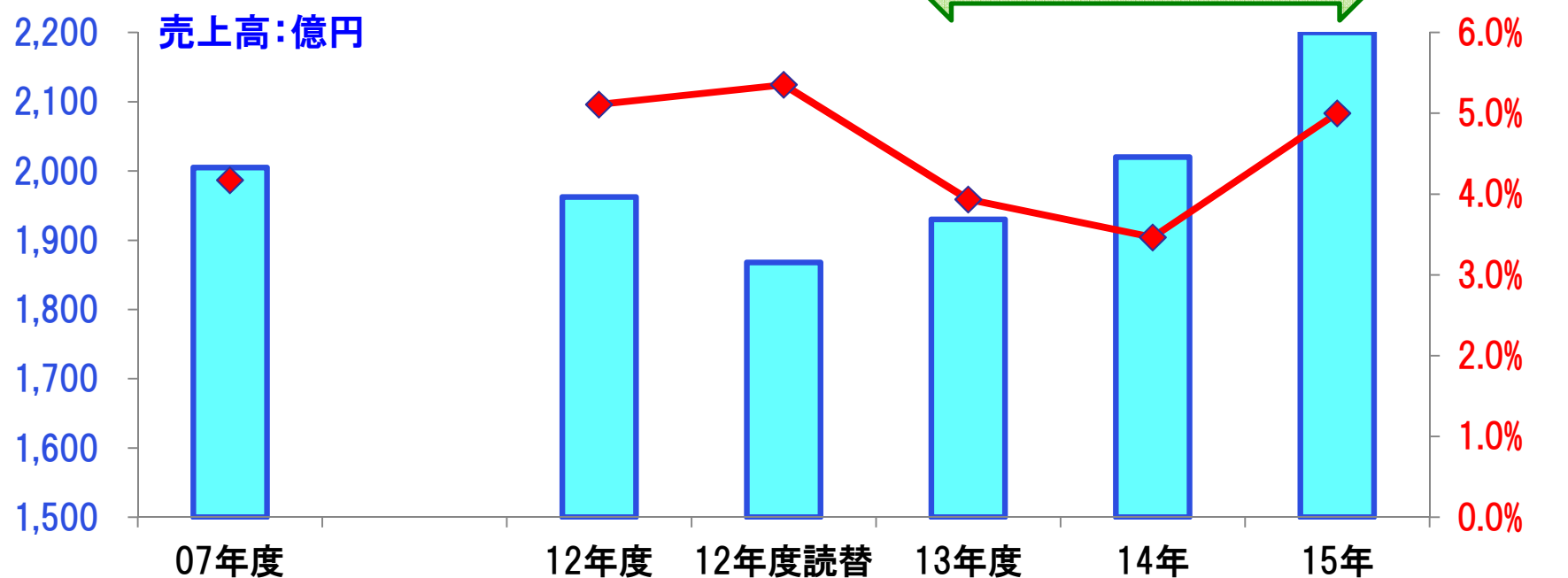
決算期の変更と定量目標

決算期の変更

※株主総会での承認が必要

- ・3月→12月。14年度は単体が9ヶ月の変則決算となる。
- ・12ヶ月間のみなし数値は、14年1～12月で算出する。

「Next 50」から見た定量目標



14年度の経営課題

前提

- ・13年度からの成長側面における課題は、**野菜飲料の再成長**。
- ・利益面においては、**国内事業の原価の大幅な上昇**を想定しなければならない。

- ◆世界的なトマト価格の上昇
- ◆円安

} 14年度における影響が特に大きい

構造的な変化であることを前提に取り組む。

→ **国内事業の収益力強化を最優先に、将来の成長を見据える。**

14年度の経営課題

- ①バリューアップ
- ②企業体質の強化
- ③「Next 50」イノベーション

バリューアップ

例：スマートペット化



増税後の値ごろ感も意識しつつ、世帯人数の変化に合わせて、容器・容量を刷新。同時に野菜の配合量も増やし、品質を向上させた。



商品の価値を磨き、価値を高めるとともに、価値に見合った価格を実現することで、収益性を高めるバリューアップに取り組む。

企業体質の強化

コスト構造改革

- ・継続的な原価低減活動
- ・販売期間が短い商品をはじめとした滞留ロスの極小化
- ・販売促進費/広告宣伝費の効率的な活用
- ・定常的な固定費の削減
- ・商品の絞り込み

働き方の改革

単にコストを削減するだけでなく、

- ・新たな人事制度の導入
 - ・夜8時以降の残業の禁止/会議時間の削減
- などにより、仕事の生産性と心身の健康の向上を図る。



原材料価格の上昇に備え、コストの構造改革をおこなっておく。

「Next 50」イノベーション

トマトのワンストッププロバイダー

- ・13年度に、種子事業、育苗事業を取得。
- ・バリューチェーンの最上流を加え、トマトに関する商品・サービスを総合的に提供する、**トマトのワンストッププロバイダー化を加速させる。**
- ・安定的な収益構造づくりにも繋がる。

野菜/果実の種子の開発/製造/販売

UNITED GENETICS

本社：米国

トマト種子販売/育苗
トルコ：TAT種苗社



(ユナイテッド・ジェネティクス・トルコに社名変更)

フレッシュ化への挑戦

- ・国産トマトジュースのとれたてチルド化が好評。
- ・自作スムージーがブームであり、今後もフレッシュ・具材感へのニーズは高まる。



農業の成長産業化を推進

- ・3月、トマト以外で初の野菜を発売。
- ・創業以来取り組んできたトマトに加え、サラダ野菜分野の成長産業化を目指す。

連結業績見通し(平成26年12月期)

◆セグメント別売上高計画

単位:億円

	13年度 読替	14年度		
			増減	増減率
飲料	689	700	+11	+2%
食品	175	175	+1	±0%
ギフト	81	84	+3	+4%
生鮮野菜	78	80	+2	+2%
通販	66	72	+6	+9%
業務用	199	204	+5	+2%
その他	134	136	+3	+2%
国内小計	1,422	1,451	+29	+2%
米国	156	187	+31	+20%
欧州	108	128	+20	+19%
豪州	37	48	+11	+30%
グローバルトマト事業	300	362	+62	+21%
アジア	33	41	+8	+24%
海外小計	333	403	+70	+21%
セグメント間取引	▲172	▲184		
連結(国内+海外)	1,583	1,670	+87	+5%

13年度実績は14年度の変則決算基準で読み替えた。

業績予想(平成26年12月期)

◆利益に与える影響要因

減益要因

- ・世界的なトマトの価格上昇、円安などによる国内事業の原価率の上昇 約23億円
- ・成長のための固定費の増加(通販の広告費、人件費など) 約8億円
- ・物流费率の上昇 約2億円
- ・12月の期末特有の費用計上(未払や廃棄など) 約2億円

増益要因

- ・売上成長による利益の増加 約11億円
- ・14年度経営課題の推進(バリューアップ、企業体質の強化) 約10億円(単年度分)
- ・価格制度の変更に伴い、変更月(13年4月)に表れていた販売促進費の前年対比での減少 約9億円

業績予想(平成26年12月期)

◆通期

単位:億円

	13年度	13年度 読替	14年度	増減	
				増減	増減率
売上高	1,930	1,583	1,670	+87	+6%
営業利益	68	64	61	▲3	▲5%
率	3.5%	4.1%	3.7%		
経常利益	75	70	62	▲8	▲12%
率	3.9%	4.4%	3.7%		
純利益	51	46	33	▲13	▲28%
率	2.6%	2.9%	2.0%		

億円未満は四捨五入

13年度読替=14年度の変則決算基準

9ヶ月短縮決算となるため、配当は13年度の一株当たり22円の4分の3である、16円50銭を予定。

15年に向けて

国内事業

- バリューアップと企業体質の強化により、収益性を高めておく。
- ・商品の絞り込みをはじめとした、取り組みの効果を、15年には通年で業績に取り込んでいく。
 - ・15年も原材料価格が上がる見込みだが、14年ほど急激なものではない。

海外事業

- ・種苗事業取得による効果を出していく。
- ・14年に事業の再編成を計画している。
 - 欧州 ベジタリア社は規模を縮小する。
 - アジア 中国のオフィス給食事業から撤退する。
 - その他、展開地域と事業の見直しを計画している。
- ・豪州の「のれん」償却が15年の期中に終了する。

国内外ともに14年が「底」となるよう、先を見据えて経営を進める。

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。