

【喜岡社長より経営概況の説明】

皆様、本日は色々にご多用のところ、カゴメの中間決算説明会にご出席いただき、誠にありがとうございます。また日頃は何かとご指導・ご支援を頂戴しておりますこと、厚く御礼申し上げます。

早速、中間期のカゴメの業績についてご説明させていただきます。

最初に全体の業績を確認させていただき、その後に事業毎の状況をご説明申し上げます。

1. 2007年3月期 中間期業績（全体）について （中間決算短信 1p 参照）

＜連結業績＞	● 売上高	: 1,003 億円	（前年同期比 +110 億円 +12.3%）
	● 営業利益	: 74 億円	（前年同期比 + 7 億円 +10.5%）
	● 経常利益	: 65 億円	（前年同期比 +0.3 億円 + 0.5%）
	● 当期純利益	: 35 億円	（前年同期比 +0.9 億円 + 2.6%）

＜連結業績に関するポイント＞（短信 20p・P/L）**1. 売上高について**

110 億の売上増分の内訳は、野菜飲料で 92 億円、乳酸菌で 19 億円。その他、生鮮事業、通販事業、K I U S（北米事業）、等を合算し 110 億円の増となった。

野菜飲料が最大の売り上げ増。大きく貢献したのは「野菜一日これ一本」が今期も好調に推移したこと。また、2月に発売した「野菜生活 100・紫の野菜」の売上も大きく寄与した。半期で売上 1,000 億円を突破したのは初めてのこと。また、上期 4-9 月は、過去の同月売上の最高値を毎月更新し、月間の最大値が 6 ヶ月間続いた。

2. 売上原価について

上期の原価率が 50.2%、前年同期比 1.1%増となった。

ご承知の通り、色々コストアップ要因がある情勢だが、期初予算は、前年同期比で 0.7%、約 7 億円の増でスタートした。そこから、上期 5 億円のコスト削減を実施した。一方で、供給増に対応するために委託生産の比率が増えて、期中に 8 億円のコスト増大要因が発生し、結果として、前年同期比 10 億円、1.1%のコストアップとなった。

3. 販売管理費について

前年同期比 1.0%減の 42.4%。その内訳として、広告宣伝費は、「植物性乳酸菌ラブレ」を中心に、前年同期比 10 億円増の 45 億円を執行しているが、販促費は、前年同期比 0.9%減の 16.8%まで抑制。また、運賃・保管料も 5.2%と前年並みに抑制できた。

4. 営業利益について

前年同期比 7 億円増、+10.5%の 74 億円となった。8 月 31 日に公表した数字との差は 8 億円。本体の利益増で 4.7 億円、その他の関係会社の利益増等で、合計 8 億円の差異（プラス）となった。

5. 営業外費用について

たな卸資産評価損、および、持分法による投資損失が増加した。たな卸資産評価損では、固形入りトマトペースト「ROパサータ」の評価損が 3.2 億円。評価減をして、今後用途を替え原料として使っていく。持分法損失は、いわき小名浜菜園の当期損失が 3.8 億円と拡大したことによる。

この結果、経常利益は、前年同期比 0.5%増の 65 億円。純利益は、前年同期比 2.6%増の 35 億円となった。

＜単体業績＞	● 売上高	：	939 億円	（前年同期比 +12.3%）
（短信 66p）	● 営業利益	：	73 億円	（前年同期比 +21.4%）
	● 経常利益	：	70 億円	（前年同期比 +19.0%）
	● 当期純利益	：	40 億円	（前年同期比 +15.1%）

＜事業内容について(概略)＞

2006年度のカゴメの経営方針は「持続的な利益成長に向けた新需要創造」。

1. 既存事業について

既存事業で新しい需要に成功し、成果が出せたのは「野菜飲料」。(詳しくは後ほど)他の事業は、報告できるような需要創造には至らなかった。

2. 新規事業について

新事業とは、現在 100 億円未満の事業規模で、将来 100 億円を目指すもの。乳酸菌／調理食品／生鮮野菜／通販／北米飲料／中国飲料、の6つ。

1) **乳酸菌事業**では、この春「ラブレ」を導入し、マーケットで評価をいただいた。

色々な問題をはらんではあるが、需要創造の大きな成果だと評価をしている。

2) **生鮮野菜事業**では4つの大型菜園が本格稼働し、一応の進展をみた。

3) **通販事業**は順調に売上、利益とも増大の方向で推移している。

II. 各事業の報告 (短信 10p、52p)

1. 既存事業について

1) 野菜飲料

カゴメの主力事業、主力商品分野。ご承知の通り、「野菜で『体内環境正常化』する」ことを数年来、様々な角度から世の中にアピールし続けている。今年度は特に、野菜の4つの「色」の価値をプロモーションの重要なテーマとして取り組んでいる。広告では草野にさんを起用し、「体内環境正常化委員会」を展開。野菜飲料の売上は、前年同期比26.4%増の440億円、通期では760億円にまで達する見込み。

うち、「野菜生活」については、2月に発売した「野菜生活・紫の野菜」の成功が大きく貢献している。4色の「色」の中で、最も牽引したのがこの「紫」。「野菜生活」の売上は前年同期比36%増の245億円。通期では、440億円が達成できる見込み。

次に、「野菜一日これ一本」では、若者を中心としたユーザーの獲得に成功した。前の決算説明会で100億円規模になったと申し上げたが、今年度は130億円を超える見込み。

また、オーセンティックな主力商品である「トマトジュース」についても、今後とも長く価値訴求を続けていく必要がある。今年は「2006年夏トマト」として、「旬」の時期でのプロモーションを8月に展開した。

以上の結果、好調に推移し、野菜飲料事業全体で26.4%増となった。

<野菜飲料の好調の背景について> (別添資料)

(1) 飲料市場の中で「野菜飲料」カテゴリーが伸張

飲料市場カテゴリー別ランキング(2005年)を視ると、最も伸びたカテゴリーは「野菜飲料」。前年比114%、増分金額138億円。

(2) 野菜不足を実感し「野菜ジュース」を解消手段とする人が増加

野菜不足を実感している人の解消法として、「野菜ジュースを利用」している人は50%にまで拡大している。

(3) 低温度帯商品シェアの高まり

カゴメの野菜飲料事業では低温度帯商品の比率が年々高まっている。今年は48%、約半分が紙パック商品。この紙パック飲料ではカゴメのシェアが圧倒的に強い。

(4) 食事と関連した野菜飲料の飲用場面

野菜飲料の飲用場面は「朝・昼食と一緒に」や「食後に」が大きく伸び、食事と関係のないTPOは減っている。極めて食事と関連した飲用形態が広がっている。

(5) 20代30代の飲用率が伸張

世代別飲用量では、特に20代30代男女が大きく伸張。若い方々も、野菜飲料を「身近な飲料」として感じていただけるようになりつつある。

(6) 野菜飲料の国民一人当たり飲用量が拡大

「野菜飲料を国民健康飲料にする」ことをカゴメの使命として10年以上取り組み続けている。使命を標榜した98年当時の野菜飲料の国民一人当たり飲用量は年間3ℓ。2005年には4.5ℓにまで拡大。今の仕事を順調に続けていけば2~3年後には6リットルを超えると確信している。

牛乳は、この15年少しずつ減少し続けている。戦後、学校給食などを含めて日本人の体力・健康を支えてきた飲料であった。一方で、牛乳に依存しすぎるという問題もあって、今では給食でも毎日が出さなくなっている。大きなマーケットなので色々な飲料に拡大のチャンスがある。

*「野菜をジュースで摂る」意識から行動へ

カゴメでは「野菜をジュースで摂る」野菜不足をジュースで補うことを長年にわたり提案し続けている。野菜をジュースで摂ることは、生で野菜を食べるよりも、加熱や破碎によって吸収率が高いことが科学的にも明らかになっている。1日350gの野菜を摂ることが理想だがなかなか難しい。その中で、野菜をジュースで摂る・補うことを訴求し続けた成果が出つつある。野菜を出来るだけ摂ろう、摂るべきだ」という意識は結構高まっている。調査でみると、野菜の摂食率が増えていないが、野菜飲料で野菜不足を補っている人が5割に達した。意識から「行動」段階に入りつつある。これには、カゴメが少しは貢献できているのではないかと考えている。今後も、この傾向は持続・拡大していけると考えており、その意味で先ほど野菜飲料の一人当たり年間摂取量が現在の4.5ℓから2~3年のうちに6ℓまで拡大できると申し上げた。力量不足を露呈すると低迷し、他の飲料に侵食されてしまう可能性もあるが、我々がきちんと仕事をすれば、野菜飲料の成長は持続できると考えている。

この下期に向けて、壮年の方向けに「カラダが求める30品目」、幼児向けに「おやつ野菜」を導入した。多様な野菜ジュース群でカテゴリー価値を形成し、老若男女の多くの皆様に飲んでいただけることを目指している。

生産面については、成長状態にあるため生産体制が重要な問題になっている。意志決定済みのものでは、那須工場に小型のペットラインを増設、来年2月稼働予定で16億円の投資。富士見工場には紙・200mlラインを増設、2007年6月稼働予定で20億円の投資。これによって200mlの内製化率を現在の62%から80%にまで高め、収益力を向上させる。

野菜飲料に他の飲料（フルーツ・お茶飲料、乳酸菌飲料）を入れた通期の飲料事業全体は、連結で売上高が前期比12%増の1,100億円、営業利益が57億円の見込み。

2) 食品事業

調味料については、残念ながらご報告できるような大きな価値創造ができていない。色々取り組んでいるが成果があがっていない。調理食品は「カゴメ・デリ」を始めなかなか市場において価値の拡大が出来ない状態が続いている。

調理食品の上期売上高は、前年同期比8%減の17.7億円、食品事業全体では、前年同期比7.3%減の143億円。通期では、売上高290億円、計画比-16億円。営業利益は12億円、計画比-2.5億円、前期比-0.8億円の見通し。

3) 業務用事業

着実に進展をしており、上期トータルで、売上高1.6%増の149億円。通期では300億円を超える見通し。特に今、高齢者福祉施設、病院給食向けの新しい商品に取り組んでいる。一方、原価のアップによって、若干、営業利益が圧迫されている。前期比-4億円の15億円程度になる見込みだが、収益拡大を目指して下期も取り組んでいく。

4) 乳酸菌事業

「植物性乳酸菌ラブレ」を3月14日に全国導入したが、残念ながら、供給不全の状態である。ラインが十分に稼動しなかったこと、また、需要予測の誤りもあって、首都圏だけの限定販売となった。その後、現在は東北・名古屋・北陸まではエリアを拡大した。乳酸菌事業全体で、上期は、おおよそ63億円、前年同期比44%増。乳酸菌事業そのものでは伸びているが、このうちラブレが22億円と、当初「大きな需要」と申し上げた数字と比べて非常に小さい。

130mlはライン稼動も順調でずっと供給できていたが、80ml・3連パックのほうが供給不全であった。この80ml・3連パックが主力商品で、売上の6~7割を占めているので、思い切った販売エリア拡大が出来ず、上期わずか22億円となった。

この11月から大阪・中国・四国地区で販売を開始する。したがって、通期では、乳酸菌事業全体で145億円、うち、ラブレは通期で80~100億円の見込み。

一度シュリンクした状態にあるので、もう一度お試しいただけるよう情報発信する必要があり、11月、大阪の発売を期して、既存の販売エリアも含めて、再度、集中的にスポット広告を投入する予定。ラブレの広告費は下期15億円、上期の11億円と合わせて通期で26億円、2005年度下期に20億を投入しているのでトータル46億円を投入することになる。ようやく、11月初旬に、130mlも80mlも生産体制が整う

ので、それを期して販売攻勢をかけたい。

5) 生鮮野菜事業

Jパワーと協同で開発した響灘菜園が「日経ものづくり大賞」を頂戴した。受賞は大変有難いことだが、7月から出荷を開始したものの、事業そのものは非常に問題を抱えている。売上では、上期は前年同期比23%増の29億円、通期で60億円を見込んでいる。昨年は2ヶタの廃棄損がでたが、今年、オペレーションを大幅に変更し、1%未満と大きく改善できた。しかし、残念ながら4つの直轄菜園の稼働が極めて不全であり、赤字が出る見込み。主な原因は、病害虫による収量の低下、夏越し栽培（夏に作って、秋口のトマトが不足する時期に出荷する方法）。いわき・小名浜を中心に取り組んだが、夏の栽培が難しく、失敗して結果的に生産が減少した。また、オイル、労務費等のコストが増加。初年度赤字が出ることは計算のうちだったが、その赤字が倍になった。

下期から、菜園の収益改善のために、栽培技術の改善、高付加価値・高価格商品の導入、現場作業の改善、エネルギーコストの改善、などに取り組む。08年度までの黒字化を目標に進めている。

6) 通販事業

順調に進んでいる。説明は省略)

2. 子会社の業績（短信6p）

1) 北米事業

KAGOME INCは、ピザソースなどの業務用・調味料ビジネスと、野菜飲料ビジネスの2つの事業を展開しており、売上高は、前年同期比13%増の31億円。営業利益は、前年同期比-1.8億円の▲1.5億円。通期では、売上高12%増の70億円。営業利益は、▲1.2億円の見込み。

業務用ビジネスは、売上も伸びて順調に推移していたが、オイル高による配送運賃、材料費などの変動費が増加したことで収益を圧迫した。下期からは価格改定交渉に成功し、収益回復の目処がついている。

飲料ビジネスについては、上期で、前年同期比54%増の2.1億円、通期で4.4億円の見込み。赤字状態は変わらず通年で▲3~4億円の見通し。損益分岐の規模は15億

円程度だと見ている。今後は、重点企業・重点エリアに絞ってプロモーションを集中することで成長を図っていく考え。

2) 中国事業

康師傅控股有限公司と伊藤忠商事との合弁会社「可果美(杭州)食品有限公司」で展開している。この6月にカゴメ(可果美)のブランドで、野菜飲料200ml・4アイテムを、さらに7月には900ml・4アイテム(いずれもペット容器・チルド)を発売した。現在、主力のCVSやハイパーマーケットなど約2,500店舗でアイテム化されている。広告も、一部すでに実施しているが、交通広告・雑誌広告・TVCMなどで、今期2億円強を投入する予定。現在、売上は月額で2,000万円程度。

3. 設備投資について

乳酸菌事業に関して、ラビオ小牧工場が重要拠点であり、ここに隣接地を確保し、来春の完成を目指して建設、増産体制を進めている。一方で、関東でも、乳酸菌とSLチルドの製造拠点の検討を進めてきた。新しい工場の建設、他社工場の買収、自社工場のリストラクチャリングなど、各種検討した結果、適当な土地・労働力・水などの条件確保ができず、従って、自社の茨城工場を再編する。既存ラインを他工場へ移設し、全面的に改編し、そこに、乳酸菌とSLチルドのラインを新設することを決定した。それ以外の投資も含めて、全体の設備投資額は、06年度は88億円の予定。07年度は、ラブレの進展具合とも関わるが、おおよそ100億円の設備投資を見込んでいる。

4. 年間の業績予想

先ほど、固形入トマトペースト「ROパサータ」の評価損3.2億円によって利益が変わったと申し上げたが、このことは通期にも影響している。8月31日の修正発表時点では特別損失で予定していたが、これを営業外費用(たな卸資産廃棄損)で処理することにしたので、連結で86億円の経常利益を82億円に、4億円下方修正した。