

2025年12月期上期決算 説明会資料



カゴメ株式会社

証券コード:2811

本資料における数値について

- ・金額は億円未満を切捨てて表示しています。
- ・%については小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位まで表示しています。

© 2025 カゴメ株式会社

1

本日は、当社の2025年度上期 決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。
ごぞいます。

1. 2025年度上期決算概要
2. 2025年度通期予想及び下期施策
3. 参考資料

本日は、ご覧の内容についてご説明します。

1. 2025年度上期決算概要

はじめに、2025年度上期の決算概要です。

2025年度上期 連結業績



- ・売上収益：国際事業がトマトペースト市況の下降影響により減収
- ・事業利益：原材料価格の上昇、国際は減収影響により減益

単位:億円	25年度上期実績		対前年		24年度 上期実績
		比率		増減率	
売上収益	1,386	-	△95	△6.4%	1,482
事業利益	104	7.5%	△50	△32.7%	154
営業利益	105	7.6%	△141	△57.2%	246
中間利益 [※]	61	4.5%	△109	△64.0%	171

営業利益は、前年Ingomar連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を計上したことによる反動減
[※]親会社の所有者に帰属する中間利益

連結売上収益は、前年比6.4%減の1,386億円、事業利益は、前年比32.7%減の104億円となりました。

営業利益は前年比57.2%減の105億円、中間利益は前年比64.0%減の61億円となりました。

営業利益は、前年に一時的な利益93億円を認識した反動で減益となりましたが、詳細につきましては、のちほどご説明します。

2025年度上期 セグメント別業績



- ・国内加工食品：トータルで増収、原材料価格上昇、広告費投入により減益
- ・国際：トマトペースト市況の下降影響などにより一次加工、二次加工とも減収減益

単位:億円	売上収益				24年度 上期実績	事業利益				24年度 上期実績
	25年度上期実績	対前年	増減率	為替影響		25年度上期実績	対前年	増減率	為替影響	
飲料	395	△1	△0.5%	-	397	31	△18	△37.1%	-	49
通販	60	+3	+6.1%	-	57	2	△0	△3.8%	-	2
食品他	274	+2	+0.8%	-	272	23	△3	△13.7%	-	26
① 国内加工食品計	730	+3	+0.5%	-	726	56	△22	△28.0%	-	78
トマト他一次加工	299	△98	△24.8%	△7	398	29	△6	△17.7%	△0	36
トマト他二次加工	323	△44	△12.0%	△7	367	25	△19	△43.2%	△0	44
調整額	△1	+2	-	+0	△3	1	+2	-	-	△0
② 国際計	621	△140	△18.4%	△14	761	56	△23	△29.1%	△1	79
その他/調整額	34	+40	-	+0	△6	△8	△5	-	+0	△3
合計	1,386	△95	△6.4%	△14	1,482	104	△50	△32.6%	△1	154

© 2025 カゴメ株式会社

5

続いて、セグメント別の業績です。

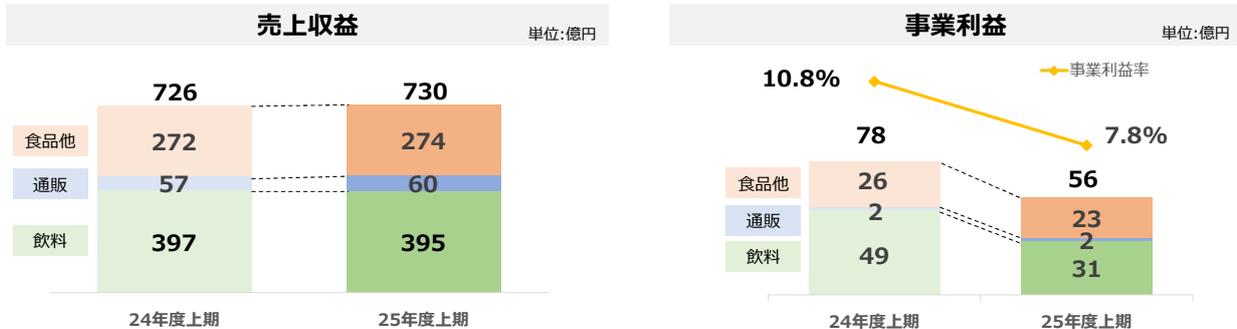
①の国内加工食品事業は、飲料はわずかに減収となりましたが、通販、食品他で増収となり、トータルで増収となりました。事業利益は、原材料価格の上昇や、戦略的広告費の投入などにより、減益となりました。

②の国際事業は、トマトペースト市況の下降影響などにより、トマト他一次加工、トマト他二次加工ともに、減収減益となりました。

2025年度上期 国内加工食品事業



- ・トマトジュース引き続き好調、トマトケチャップ需要拡大により増収
- ・原材料価格の上昇、広告費の戦略的投下などにより減益



飲料はわずかに減収もトータルで増収

- ・飲料：トマトジュースが引き続き好調、野菜生活100は発売30周年迎え「家族の健康飲料」として子育て層向けプロモーションを実施、アーモンド・ブリーズは3月から本格的な展開
- ・通販：野菜飲料やスープが好調に推移
- ・食品他：「ナポリタンスタジウム」や「焼きケチャップ」などのメニュー情報発信、販促活動を強化

原材料価格上昇、広告費戦略的投下により減益

- ・飲料：広告の強化、原材料価格は引き続き上昇
- ・通販：WEB広告強化、原材料価格は引き続き上昇
- ・食品他：原材料価格は引き続き上昇

国内加工食品事業の 카테고리別の詳細です。
左側のグラフ、売上収益について、ご説明します。

飲料は、トマトジュースが引き続き好調でした。血圧を下げる機能の訴求を強化することで、新規ユーザーを継続的に拡大できています。
野菜生活100は、発売30周年をきっかけに、「家族の健康飲料」として子育て層向けにプロモーションを進めましたが、物価高による節約志向の高まりなどにより、ケース販売など店頭でのまとめ売りが落ち込みました。
アーモンド・ブリーズについては、3月から本格的な展開を開始しました。

通販は、WEB広告などを強化したことで、主力の野菜飲料やスープが好調に推移し、増収となりました。

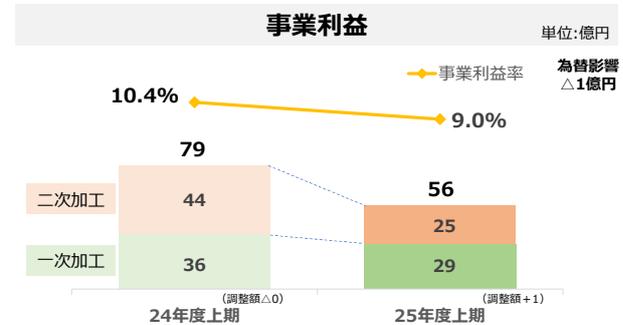
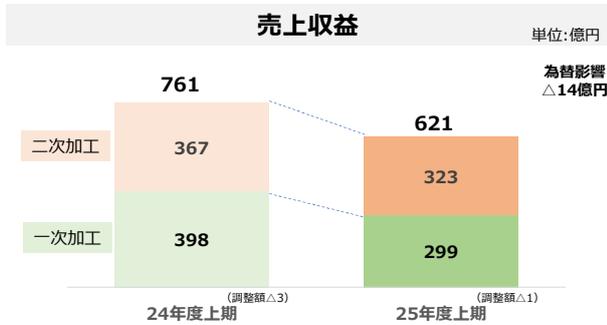
食品他は、「ナポリタンスタジウム」や「焼きケチャップ」などのメニュー情報発信と販促活動を強化したことにより、増収となりました。

続いて右側の事業利益です。
各カテゴリーにおいて、原材料価格の上昇が影響したほか、飲料、通販においては、広告費の戦略的投下を行ったことなどにより、減益となりました。

2025年度上期 国際事業



- ・トマトペースト市況の下降影響により販売価格を引き下げ、減収減益
- ・減収に加え、在庫評価減等に伴い一時的な費用が発生したことにより、減益



一次加工・二次加工ともに減収

- ・一次加工：トマトペースト市況の下降に伴い、販売価格を引き下げ、減収
- ・二次加工：フードサービス企業向け販売は堅調に推移したものの、市況の下降に伴う販売価格の引き下げなどに伴い、減収

一次加工・二次加工ともに減益

- ・一次加工：減収要因による減益
- ・二次加工：減収要因による減益

※在庫評価減等一時的な損失を6億円認識

続いて、国際事業です。
国際事業は、減収減益となりました。

左側のグラフ、売上収益について、
一次加工は、トマトペースト市況の下降影響により販売価格を引き下げたことで、減収となりました。
二次加工は、フードサービス企業向けの販売は数量ベースでは堅調に推移したものの、一次加工同様、販売価格の引き下げにより、減収となりました。

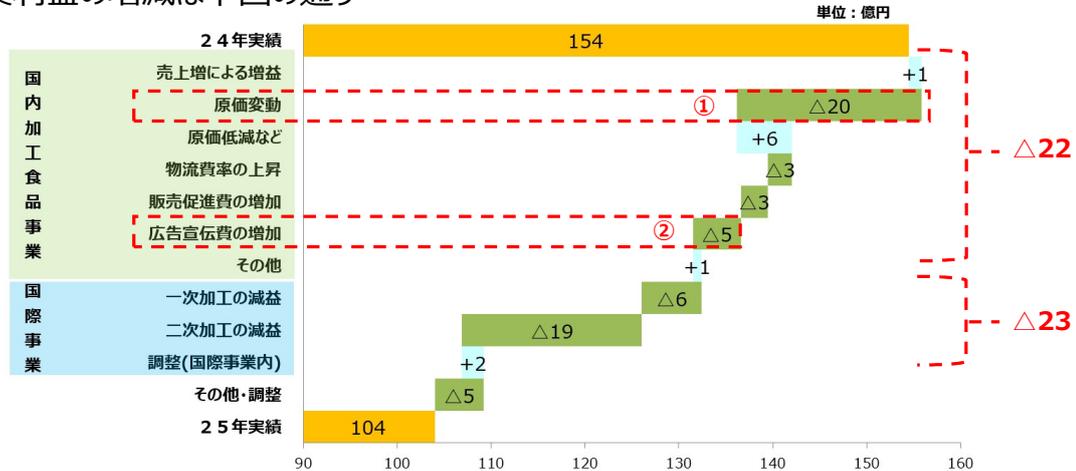
続いて右側のグラフ、事業利益です。
一次加工、二次加工ともに減収に加え、当期に在庫評価減などの一時的な損失を6億円認識したことにより、減益となりました。

為替影響は、売上収益でマイナス14億円、事業利益でマイナス1億円となっています。

2025年度上期 事業利益増減要因



・事業利益の増減は下図の通り



国内加工食品 △22
 ①原価変動△20：トマトペースト+0.2、にんじん・りんごなど△8、包材など△5、内為替影響△4など
 ②広告宣伝費の増加：△5 上期は戦略的に増額

国際事業 △23

© 2025 カゴメ株式会社

8

連結の事業利益の増減要因の詳細についてご説明します。

国内加工食品について、

①の原価変動により、20億円の減益となりました。

トマトペースト市況の下降影響により、原材料のトマトペーストは、若干のプラス影響となっておりますが、その他の原材料や包材価格が引き続き上昇しました。

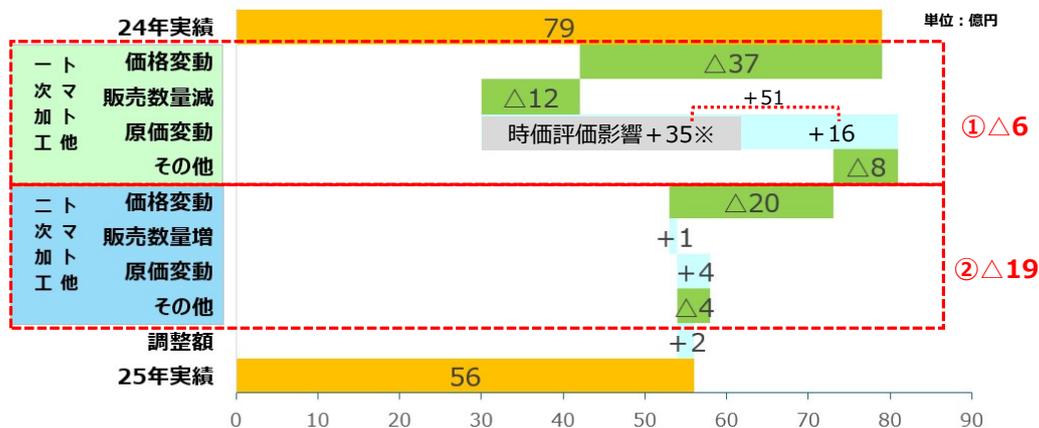
②の広告宣伝費については、戦略的広告費の投下により、5億円の減益となりました。

国際事業については、前年から23億円の減益となりました。

2025年度上期 国際事業利益増減要因



・事業利益の増減は下図の通り



①一次加工△6：価格変動△37、数量減△12、原価変動+51（Ingomar+45、内、在庫等の時価評価影響※35含む）など
 ※企業結合会計を適用したことに伴う、在庫・固定資産などを時価評価したことにより生じる利益影響（24年上期：△52、25年上期：△17、増減+35）
 ②二次加工△19：価格変動△20（プロダクトミックス、販売価格引き下げ影響など）、数量増+1、原価変動+4など

© 2025 カゴメ株式会社

9

国際事業の事業利益の減益要因について詳細にご説明します。

①の一次加工については、トマトペースト市況の下降影響を受けたことで、販売価格を引き下げたことにより37億円の減益、販売数量の減少により12億円の減益がありましたが、原価変動については、51億円の増益がありました。

なお、この51億円には、インゴマーの在庫等の時価評価影響35億円を含んでいます。

一次加工トータルでは、6億円の減益となりました。

販売価格が相対的に高い、23年クロップの契約済在庫を販売したことなどにより、当初想定より減益幅は縮小しています。

②の二次加工については、プロダクトミックスと販売価格の引き下げ影響などによる価格変動により、20億円の減益、販売数量の増加により1億円の増益、原価変動については、4億円の増益がありました。

二次加工トータルでは、19億円の減益となり、当初想定よりも減益幅が大きくなっています。

2025年度上期 中間利益増減要因



・営業利益：前年Ingomar連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を計上したことによる反動減

単位:億円	25年度上期実績			24年度 上期実績
	対前年	増減率		
事業利益	104	△50	△32.7%	154
① その他の収益	3	△91	△96.5%	95
その他の費用	1	△1	△40.7%	2
営業利益	105	△141	△57.2%	246
税前列益	99	△131	△56.8%	231
法人所得税費用	28	△18	△39.8%	47
実効税率	28.4%	② +8.0pt	-	20.4%
非支配持分に帰属する損益	9	△3	△24.0%	12
中間利益 [※]	61	△109	△64.0%	171

※親会社の所有者に帰属する中間利益

増減要因

- ① その他の収益△91：前年Ingomar連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を計上したことによる反動減
 ② 実効税率+8.0pt：①に関する差益に対する昨年の非課税影響等

© 2025 カゴメ株式会社

10

営業利益と中間利益の増減要因についてご説明します。
 営業利益、中間利益とも減益となりました。

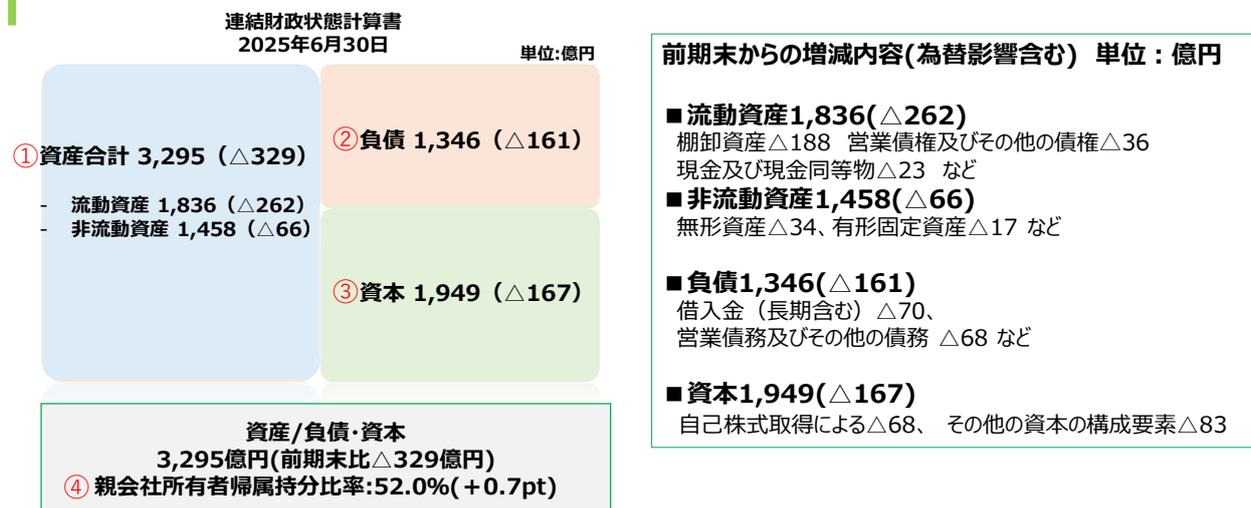
営業利益は、前年にインゴマー連結子会社化前の出資持分20%を再測定した結果、93億円の差益を、①の「その他の収益」に計上していた反動により、減益となっております。

また、この差益に対しては非課税であったため、②本年の実行税率は8.0ポイント上昇し、中間利益は、61億円となりました。

2025年度上期 財政状態計算書変動内容



・財政状態計算書は以下の通り



※ () 内は前期末比

© 2025 カゴメ株式会社

11

財政状態計算書の変動内容についてご説明します。

①の資産は、棚卸資産の減少などにより3,295億円となり、前期末から329億円減少しました。

②の負債は、借入金の減少などにより161億円減少しました。

③の資本は、株主還元のさらなる充実と、資本効率の向上を目指し、自己株式の取得を進めたことなどにより、167億円減少しました。

④の親会社所有者帰属持分比率は52.0%となり、前期末から0.7ポイント改善しました。

2025年度上期 キャッシュフローの主な内容



- ・フリーキャッシュフロー：前年Ingomar取得に伴う投資キャッシュフローの反動
- ・財務活動によるキャッシュフロー：長期借入金返済や自己株式の取得などにより減少

単位:億円	25年度上期実績			24年度 上期実績
		対前年	増減率	
営業活動によるキャッシュフロー(A)	235	△ 32	△12.0%	268
投資活動によるキャッシュフロー(B)	△ 59	+347	-	△ 407
フリーキャッシュフロー(A+B)	175	+315	-	△ 139
財務活動によるキャッシュフロー	△ 195	△ 214	-	18

■ 25年度上期 キャッシュフロー内訳

営業活動によるキャッシュフロー

税引前利益99億円、減価償却費及び償却費57億円、棚卸資産の減少15億円、
営業債務及びその他の債務の減少△51億円、法人所得税の支払い△25億円 など

投資活動によるキャッシュフロー

有形固定資産及び無形資産の取得△60億円 など

財務活動によるキャッシュフロー

自己株式の取得△69億円、借入金の増減△53億円、配当金の支払い△52億円 など

キャッシュフローの変動内容についてご説明します。

営業活動によるキャッシュフローは32億円減少したものの、前年に、インゴマー取得に伴う、子会社株式の取得による支出があったことから、フリーキャッシュフローは、315億円増加し、175億円となっております。

財務活動によるキャッシュフローは、自己株式の取得や借入金の増減などにより、マイナス195億円となりました。

2. 2025年度通期予想及び下期施策

続いて2025年度の通期業績予想及び下期施策についてご説明します。

2025年度通期予想



・通期予想は、売上収益、事業利益ともに期初予想から変更なし

単位:億円	25年度通期業績予想 (A)		上期実績 (B)			下期見込 (A) - (B)		
		対前年		対予想 進捗率	対前年		対予想残 進捗率	対前年
国内加工食品計	売上収益	1,575 +17	730	46.3%	+3	844	53.7%	+14
	事業利益	139 △16	56	40.3%	△22	82	59.7%	① +5
国際計	売上収益	1,325 △168	621	46.9%	△140	703	53.1%	△27
	事業利益	119 △20	56	47.1%	△23	62	52.9%	② +2
その他/調整額	売上収益	100 +81	34	34.0%	+40	65	66.0%	+40
	事業利益	△18 +6	△8	44.4%	△5	△9	55.6%	+11
合計	売上収益	3,000 △68	1,386	46.2%	△95	1,613	53.8%	+26
	事業利益	240 △30	104	43.3%	△50	135	56.7%	+19

①国内加工食品：原価変動や物流費上昇の影響による利益減も、売上増加や広告宣伝費の効率化などにより、増益を目指す

②国際事業：販売価格の下落に対し、生産効率向上や新規案件獲得などに注力し、増益を目指す

2025年度通期の業績予想は、売上収益3,000億円、事業利益240億円と期初の業績予想から変更ありません。

上期実績の進捗率は連結で売上収益46.2%、事業利益43.3%と、いずれも50%を下回っています。

ただし、下期には飲料需要が最盛期を迎えることや、国際事業においては7月からトマトの収穫・加工・販売が本格化することから、下期の構成比が大きいという特性があるため、進捗は想定範囲内です。

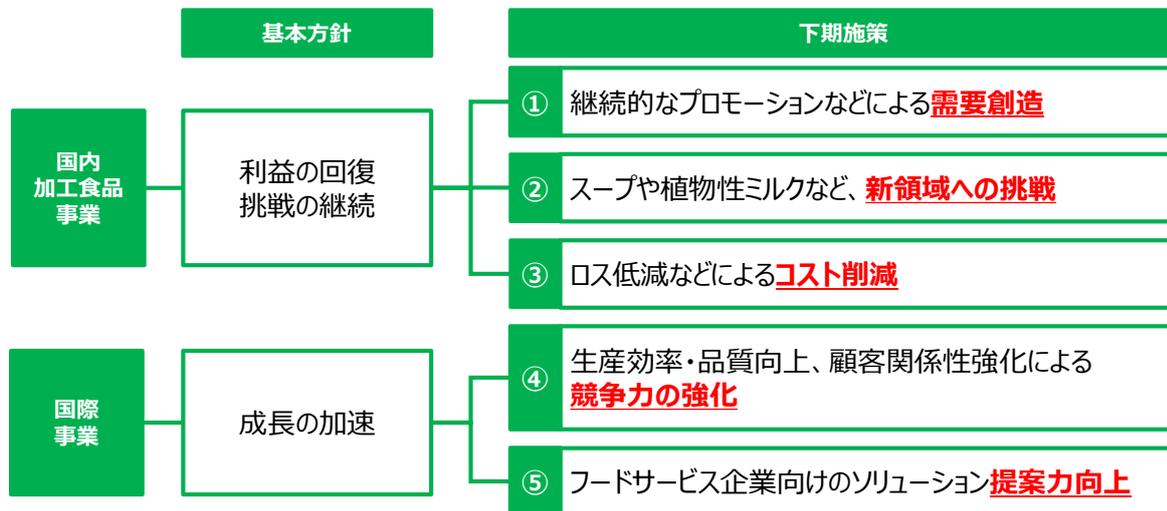
下期は期初予想の達成に向けて、各施策に取り組んでまいります。

①国内加工食品の事業利益は、下期も継続して原価変動や物流費上昇影響がありますが、売上の増加や、広告宣伝費の減少などにより、下期、前年比で増益を目指します。

②国際事業は、販売価格の前年に対する引き下げは継続しますが、生産性向上やフードサービス企業向けの新規案件獲得などの施策により、下期、前年比で増益を目指します。

下期施策

・基本方針や取り組むべき施策は期初から変更なし



続いて、下期施策です。

基本方針や取り組むべき施策は期初から変更ありません。

国内加工食品事業は、利益の回復と挑戦の継続に向けて、継続的なプロモーションなどによる需要創造、スープや植物性ミルクなど、新領域への挑戦、ロス低減によるコスト削減を進めます。

国際事業は、成長の加速に向けて、生産効率・品質向上、顧客関係性強化による競争力の強化、フードサービス企業向けのソリューション提案力向上を進めます。

2025年度下期 国内加工食品事業（飲料）



- ・トマトジュース、野菜生活100は引き続き需要拡大、回復に注力する
- ・アーモンド・ブリーズは市場定着に向けてトライアル獲得を進める

カゴメトマトジュース：需要拡大

■ 血圧を下げる機能の訴求により習慣化を図る

- ・ 購入者あたり容量と購入率は引き続き伸長
- ・ サンプルングなどを通じ、機能浸透を図り、習慣化を促進



※出典：マクロミルQPR/全国/全業態/期間
22年7月～25年6月
※12か月移動合計

野菜生活100：需要回復

■ 習慣化による需要回復につなげる施策を拡充

- ・ 子育て層の購入率UP
- ・ CM・SNSによるプロモーションに加え、子供向けの人気キャラクターとコラボしたキャンペーンを展開し、定着化を目指す



アーモンド・ブリーズ：需要創造

■ アンバサダー活用によるトライアル獲得

- ・ 3月から、本格的に展開を開始
- ・ メジャーリーガー ダルビッシュ有さんをアンバサダーとして起用した効果もあり、新たな男性ユーザーの獲得に繋がる
- ・ 小売店への配荷状況にはまだ拡大余地あり
- ・ 新商品の導入やアンバサダーを活用し、ブランド認知度向上と市場定着を加速



© 2025 カゴメ株式会社

17

飲料カテゴリーについてブランド別にご説明します。

トマトジュースは引き続き血圧を下げる機能の訴求により、さらなる需要拡大を進めます。

購入者あたりの容量と購入率は引き続き伸長しています。サンプルングなどを通じ、ユーザーへの機能浸透を図り、習慣化を促進してまいります。

野菜生活100は発売開始30周年をきっかけとしたプロモーションにより、子育て層の購入率は上昇しました。

今後もテレビCMの投下やSNSの活用に加え、子供向け人気キャラクターとコラボレーションしたキャンペーンなどにより定着化を目指していきます。

アーモンド・ブリーズは3月から本格的な展開を開始しました。

メジャーリーガーのダルビッシュ有さんをアンバサダーに起用した効果もあり、市場で新たな男性ユーザーの獲得にも繋がっています。

小売店への配荷状況には、まだ拡大余地があり、新商品の導入や、アンバサダーの活用を継続し、ブランド認知度を高め、アーモンドミルク市場における定着を加速してまいります。

2025年度下期 国内加工食品事業（食品他）



- ・トマトメニューの提案によりトマトケチャップの需要拡大を進める
- ・業務用は顧客ニーズである人手不足に対応する商品の拡販を進める

トマトケチャップ：調理用途拡大

■「ケチャップ×ソース」の合わせ使いによるメニュー提案

- ・基礎調味料としての価値感を活かし、生活者の節約・時短志向に応えるメニュー提案を進める
- ・「焼きケチャップ」に加え、「ケチャップ×ソース」の合わせ使いによる、アレンジメニューを開発



※焼きケチャップ：
トマトケチャップと油を混ぜて焼くこと。
酸味がやわらいで濃厚でコク深い味わいに

- ・業務用においても昭和100年をきっかけとしたナポリタンなどのレトロメニューの企画定着を進め需要拡大に繋げる



© 2025 カゴメ株式会社

スープ：新領域で需要創造

■各カテゴリーでニーズに合わせた商品展開

- ・家庭用商品の「ごはんにかけるスープ」のラインナップを追加
- ・ギフト、通販カテゴリーにおいても更なる需要創造を目指す



※店頭発売日：8月26日

業務用：特別な技術不要、手間減の商品強化

■調理のアウトソーシングが進む

- ・人手不足だけでなく、単発アルバイトの増加などで技術伝承も困難
- ・ホテル・飲食店での商品の強化（仕込の手間減など）



続いて食品他カテゴリーについてです。

トマトケチャップは引き続き、基礎調味料としての価値感を活かし、生活者の節約・時短志向に応えるメニュー提案を進めてまいります。

「焼きケチャップ」に加え、「ケチャップ×ソース」の合わせ使いによる、アレンジメニューを開発していき、調理用途を広げ、食品全体の需要拡大に繋がります。業務用においても昭和100年をきっかけとしたナポリタンなどのレトロメニューの企画定着を進め、需要拡大に繋がります。

スープは新領域への挑戦として、家庭用商品のごはんにかけるスープのラインナップを増やすとともに、ギフト・通販においても、更なる需要創造を目指します。

業務用は、ホテル・飲食店における深刻な人手不足に対応する商品として、仕込みの手間を減らす、オニオンソテーなどの調理済み野菜素材の需要拡大を引き続き、進めます。

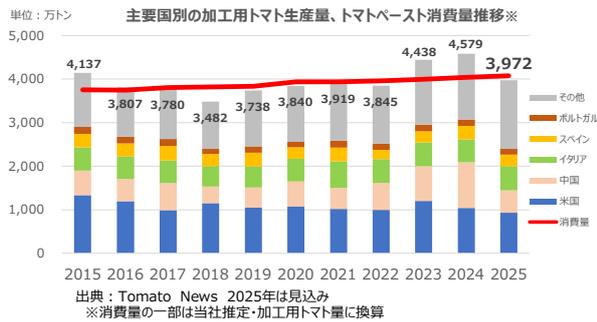
2025年度下期 国際事業（トマト他一次加工）



- ・25年クロープの加工用トマトの生産量は前年から大幅な減産を見込む
- ・競争力強化に向けた取り組みを着実に進める

世界の加工用トマト生産量

- ・ 22年までトマトペースト需給がひっ迫
- ・ 23、24年クロープの増産により需給ひっ迫は急速に解消
- ・ 25年クロープの生産量は4,000万トン程度となる見通し



Ingomar：7月から収穫・加工スタート

■ 契約農家における取り組み

- ・ 前年クロープデータを基に、農家・農地単位で最適なトマト品種を選定
- ・ 契約農家の圃場にて節水技術開発の運用試験を実施

■ 工場における取り組み

- ・ 生産効率の改善を目的として、ダイストマトの自動選別機を導入
- ・ 従来、人が選別していたものを自動化し原価低減を進める
- ・ カゴメグループの品質基準に基づく、改善にも引き続き取り組む



収穫前調査の様子



自動選別機

© 2025 カゴメ株式会社

19

続いて、国際事業のトマト他一次加工についてです。
25年クロープの加工用トマトの生産量は中国を中心に前年から大幅な減産見込みとなっており、4,000万トン程度となる見通しです。
トマトペーストの消費量は24年からの微増を見込んでいます。

インゴマーでは、7月から始まった、25年クロープシーズンにおいて、生産効率の改善・品質向上に向けた取り組みを進めています。
契約農家の圃場においては、収量の最大化を目指し、前年24年クロープにおいて収集したデータを基に、農家・農地単位で最適な栽培トマトの品種を選定しております。
また環境負荷の低い栽培技術の確立を目指し、節水技術開発の運用試験も始めております。

工場においては、生産効率の改善を目的としたダイストマトの自動選別機を導入しました。従来、人が選別していたものを自動化し、着実に原価低減を進めて参ります。

その他、カゴメグループの品質基準に基づく、改善にも引き続き取り組んでまいります。

2025年度下期 国際事業（トマト他二次加工）



- ・グローバルフードサービス、ローカルフードサービスで販売数量の拡大を進める
- ・メニュー開発力を活かした、トマトベースソース以外のメニュー提案

ソリューション型の新規提案

■顧客関係性強化による課題把握とソリューション提案

- ・顧客が抱える課題に対し、強みである商品開発力を活かしたソリューション提案により、顧客満足度の向上、販売数量の拡大
- ・商品開発力を生かし、トマトベースソースに加え、市場成長が見込まれる、オイルソース・アジアンメニューソースなどの開発にも注力

【ソリューション型提案による新規導入事例】

顧客課題の把握

- ・店舗スタッフ不足
- ・店舗間の味のばらつき

ソリューション提案

- ・店内調理ソースについてRTU※ソースを開発し提供

※Ready to use 袋を開けて食材と混ぜるだけ

効果

- ・店舗運営改善
- ・味のばらつきの解消



カゴメグループ連携

■大手グローバルフードサービス企業向けシェア拡大

- ・グループ各社との連携を活かし、大手グローバルフードサービス企業が進出している国・地域の中でも当社グループにとって、特に成長余地が見込まれるアジア諸国への展開を進める

【カゴメグループ 二次加工生産拠点】



© 2025 カゴメ株式会社

20

国際事業のトマト他二次加工についてです。

顧客が抱える課題に対し、強みである商品開発力を活かしたソリューション提案を行い、顧客満足度の向上とともに、販売数量を拡大していきます。

商品開発力を生かし、トマトベースソースに加え、市場成長が見込まれる、オイルソースやアジアンメニューソースなどの開発にも注力していきます。

大手グローバルフードサービス企業に対しては、グループ各社の連携を活かし、顧客が進出している国・地域の中でも、当社グループにとって特に成長余地が見込まれるアジア諸国への展開を進めてまいります。



ご清聴ありがとうございました

本年は第3次中期経営計画の最終年度であり、また新たな10年に向けての橋渡しとなる重要な1年です。

売上収益3,000億円、事業利益240億円の達成に向けて、あらゆる施策を尽くしてまいります。

なお、次期中計などの詳細については来年2月、年度決算の決算説明会にてご説明します。

私からは以上になります。

ご清聴ありがとうございました。

3.参考資料

国内加工食品事業 飲料トピックス



・トマトジュースは引き続き新規ユーザー獲得、ヘビーユーザー化により好調

飲料（乳酸菌除く）販売チャネル別・容器別 売上前年比

販売チャネル	1Q	2Q	累計
コンビニエンスストア	98%	92%	94%
量販店	105%	99%	102%
EC	108%	110%	109%
合計	103%	99%	101%

容器	1Q	2Q	累計
パーソナル容器	99%	96%	97%
大型容器	108%	104%	106%
合計	103%	99%	101%



販売チャネル別、容器別販売状況

- ・コンビニエンスストア：野菜生活100シリーズの減少による
- ・大型容器：トマトジュースが好調による

主力ブランド別売上収益

トマトジュース 102億円(対前年+12%)

- ・引き続き、美容関心層の新規ユーザーが流入、ヘビーユーザー化

野菜一日これ一本 62億円(対前年△5%)

- ・猛暑で止渴飲料需要が増加し、濃厚な飲料の需要が相対的に低下

野菜生活100シリーズ 178億円(対前年△6%)

- ・ケース販売などまとめ売りが減少

販売促進費、広告宣伝費（対前年）

野菜生活100やアーモンド・ブリーズに関するプロモーションを積極展開

販売促進費は前年比+1億円

広告宣伝費も前年比+3億円

国内加工食品事業 食品他トピックス



・「ナポリタンスタジアム」や「焼きケチャップ」などのメニュー情報発信と販促強化で引き続き、トマトケチャップが好調



家庭用食品

売上収益101億円（対前年+2%）

・トマトケチャップやソースが好調

主力商品別売上収益

トマトケチャップ51億円(対前年+2%)

・ナポリタンなど洋食のメニュー提案や、米価高騰によりパンメニュー増など



業務用

売上収益134億円（対前年△1%）

・冷凍野菜の出荷が減少

事業利益

原材料価格の上昇や広告費の投下により減益

国際事業トピックス



- ・トマトペースト市況の下降影響などにより各社減収
- ・Ingomarは在庫等の時価評価影響※などにより増益

※在庫等の時価評価影響：
企業結合会計を適用したことに伴う、在庫・固定資産（有形・無形）などを時価評価したことにより生じる利益影響
24年上期利益影響：△52億円、
25年上期利益影響：△17億円、
前年比：+35億円

売上収益				事業利益				単位：億円
単位：億円	25年度上期実績		24年度上期実績	25年度上期実績		24年度上期実績		
	対前年	対前年 (為替影響除く)		対前年	対前年 (為替影響除く)			
米国Ingomar	203	△64	△59	267	24	+10	+10	13
米国Kagome Inc.	232	△38	△33	271	21	△13	△13	34
ポルトガルHIT	99	△20	△19	120	9	△15	△15	24
カゴメオーストラリア	46	△13	△10	59	0	△3	△3	4
台湾可果美	30	△0	+0	31	1	△1	△1	2
その他	9	△2	△2	11	△0	+0	+0	△1
国際事業 計	621	△140	△125	761	56	△23	△21	79

個社別のサマリー(現地通貨)

- Ingomar (一次加工) : トマトペースト市況の下降影響などにより減収も、在庫等の時価評価影響※の前年差+35により増益
- Kagome Inc (二次加工) : 親会社向け販売減に加え、二次加工品の販売価格の引き下げなどにより減収減益
- ポルトガルHIT (一次・二次加工) : 一次・二次加工品の販売価格の引き下げなどにより減収減益
- カゴメオーストラリア (一次・二次加工) : 一次・二次加工品の販売価格の引き下げなどにより減収減益
- 台湾可果美 (二次加工) : 原料価格の高騰などにより、売上横ばいも、減益

サステナビリティ&トピックス



- ・CDP「気候変動」において、初めて最高評価「Aリスト企業」
- ・当社とキューピー株式会社が未利用野菜資源のバイオ炭化で共同研究を開始

CDP「気候変動」において、初めて最高評価の「Aリスト企業」に選定

■ 国際的影響力のある環境非営利団体 CDP の 2024 年の「気候変動」の調査において、初めて最高評価の「A リスト企業」選定

・気候変動において、2050 年までにカゴメグループの温室効果ガス排出量を実質ゼロを目指す
・2030 年に向けた温室効果ガス排出量の削減目標を策定し、2022 年に SBT (Science Based Targets) イニシアチブから認定を取得。



当社とキューピー株式会社が未利用野菜資源のバイオ炭化で共同研究を開始

■ 野菜の栽培・加工に関するサステナビリティ課題を解決することを目指し、持続可能な農業の実現に貢献する

・背景：両社にとって、野菜生産における収穫残さや野菜加工品生産における加工残さなどの未利用資源の有効活用が課題として一致。自然のめぐみを大切にしながら事業を展開してきた企業として、共同で、この課題に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献。



※バイオ炭とは、植物性バイオマスに酸素が少ない状態で加熱し炭化させたもの。土壌改良や炭素貯留に効果。

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、これら業績見通しにみに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ご注意ください。