

**【株主様から事前に寄せられたご質問】**

**Q1**

**温室効果ガス削減の取り組みについて、教えてください。**

A1(議長、代表取締役社長 山口)

自然の恵みである農産物を原料とする当社にとって、持続可能な地球環境は重要な経営基盤です。2022 年度はスペインの干ばつや米国西海岸の水不足により、トマトが十分生育せず、世界的にトマトペーストの在庫が逼迫し、事業への大きな影響がありました。気候変動リスクの緩和に向け、2050 年までに温室効果ガス排出量を実質ゼロにすることを目指して、2030 年までの削減目標を策定し、取り組みを進めています。国内や海外の工場では省エネ活動を進めるとともに、太陽光発電の導入や CO<sub>2</sub>フリー電力の購入により CO<sub>2</sub>排出量を削減しています。

**【出席株主様からのご質問】**

**Q1**

今回取締役候補が 7 名から 5 名に減っていますが、その狙いについて教えてください。なぜ減らしたのでしょうか。迅速に判断するという意味なのかもしれませんが、そこをお聞かせ願います。

A1(議長、代表取締役社長 山口)

渡辺取締役専務執行役員、橋本社外取締役はそれぞれ任期満了による退任となります。これまで長い間多大な貢献をいただきまして、心から感謝をしているところであります。カゴメは取締役の選任にあたりまして、カゴメグループの企業価値向上に向けた質の高い審議を行うために、それぞれの取締役が持つ専門性、専門領域の多様性、及びそのバランスが確保されていることを重視しています。今回、上程をしております新しい取締役の構成は、その点を十分に満たしていると考えています。また、人数を減らしていくという方針を持っているわけではございません。新しい取締役会もぜひ応援いただければと思います。

**Q2**

トマトの会社から野菜の会社になるにあたり、どのようなことをしていきたいと考えていますか。

A2(執行役員マーケティング本部長 稲垣)

商品の側面につきまして、私たちは日本人の健康寿命の延伸に貢献していきたいと考えています。先ほど会場でもベジチェックをしていただいた方がいらっしゃるかと思います。日本における野菜摂取量は厚生労働省が一人あたり一日に 350 グラムの野菜を摂ることを推奨している中で、平均で 60～70 グラム足りてないというのが実情です。そうした中

で私たちは、一人でも多くの方々に、おいしくて、野菜が摂りやすい、あるいは料理がしやすいなど、様々なお悩みを解決できる商品を拡充して参りたいと思っています。

その一つが、今回リニューアルする「野菜生活」です。果汁と野菜の癖のない配合で、非常に飲みやすい設計になっていますし、野菜量自体もアップしています。あるいは、「野菜スープ」についてもおいしく野菜を摂りやすい形でご提供していきたいと思っています。

さまざまな商品を魅力ある形でご提供できればと思っていますので、ぜひ、店頭でカゴメ商品をお見掛けいただいたら、「あ、こういうことなのか」とご理解いただければと思います。どうぞ引き続きご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

A2（議長、代表取締役社長 山口）

業績報告の中でも申しあげました「野菜をとろう」というキャンペーンをカゴメだけではなく、いろいろな会社の方々とコラボレーションしながら進めています。

このように、野菜をもっとたくさん摂ってもらって皆さんに健康になってほしいという情報発信を、いろいろな所を通じてさらに強化し、将来的には、野菜といったらカゴメ、カゴメといったら野菜と思っていただける方が増えていくことを目指して活動しています。

Q3

バーチャルオンリー総会を開こうとしている会社があるのですが、カゴメではそのような考え方をしないでいただきたいと思っています。会場を手配するのも大変かと思いますが、私はやっぱりここへ来るのが楽しみです、よろしくお願いいたします。

A3（議長、代表取締役社長 山口）

今年久々にこれだけたくさんの株主の皆さまにご来場、ご参加いただきまして、本当にありがとうございます。私も社長になりまして、これだけ多くの皆さんと株主総会のお会合するのは初めてでございますので、非常に感動しております。去年までは約 100 名の中でやらせていただいております。

バーチャルオンリー総会につきましては、世の中の流れもあり、社内で検討したこともありますが、現時点、そういった形の総会に移行することは考えていません。少なくとも来年、再来年はリアルとオンライン配信を組み合わせる形で進めて参りたいと考えています。引き続き環境変化を踏まえつつ、株主の皆さまのご意見を伺いながら、総会のよりよい開催方法を考えていきたいと思っています。

Q4

個人株主を増やすことに貢献した株主優待について質問します。昨今、株主優待をやめて配当のほうに変えるという流れがありますし、この物価高で優待の品物も減ってきて期待感も減ってくると思います。また、株主優待を配送する運送会社に対する負担等を考えて、株主優待について今後どのように考えているかを教えてください。

A4（議長、代表取締役社長 山口）

私どもの株主優待は、以前は年 2 回お届けしていましたが、2019 年からは様々なコストの上昇等もあり、年に 1 回に変更しています。半年以上保有いただいた株主さまに対して、毎年 10 月にお届けさせていただいております。これにつきましては継続したいと思っています。今のところ株主優待の制度を新たに見直すということは予定していません。

#### Q5

5～6 年前だと思うのですが、ベビーリーフに鉄分が多いか、カルシウムが多いか等を上手に宣伝してほしいと質問をいたしました。5～6 年たちましたが、どのように宣伝をされ、また野菜の中に占めるベビーリーフの売上構成比はどのようになっていますか。スーパーに行っても私はベビーリーフを見たことがありませんので、心配です。

A5 (取締役専務執行役員 橋本)

ベビーリーフの現状について、売上構成は農事業の 3% 程度です。大きく伸びている状況ではございません。今、どこに力を入れているかと申し上げますと、2 期連続で、ベビーリーフについては黒字化できておりますので、まずは、収益が取れるようにして、そこから足元を固めて伸ばしていくという考え方でおります。

海外においてはサラダでベビーリーフは当たり前に使われています。そのことから今後まだ日本でも伸びると思っています。アドバイスいただいたように、これからしっかりとベビーリーフも売っていきたいと考えております。

A5 (議長、代表取締役社長 山口)

関東と中部・関西で売っている商品は少し違いがあります。関東は、そのまま袋を開けて食べていただける洗浄済みのものを販売しています。これはテスト的に関東圏だけでやっております。洗わなくていいことをご評価いただいて、だんだん浸透しておりますので、そういった商品の販売動向も見ながら今後注力をしていきたいと思っております。少し拡大スピードにご懸念があるかと思いますが、頑張っておりますので、引き続きよろしくお願いいたします。

#### Q6

「SOVE」について、よく分からなかったなので、聞きたい。私自身はタンパクの王様である大豆、これに取り組むべきだと考えております。

A6 (議長、代表取締役社長 山口)

今回の「SOVE」は不二製油株式会社さんとカゴメのコラボレーションにより開発した商品です。不二製油株式会社さんは、日本の大豆タンパクの最先端を行っている会社だと思っています。今回は大豆タンパクのよさと野菜のよさを組み合わせた商品として、今は公式オンラインショップだけで、昨年の秋から発売しています。

1 食 30 グラムのシリアルなのですが、大豆タンパク質は 15 グラム取れますので、非常に効率的に大豆タンパクを取っていただける商品です。ぜひ公式オンラインショップを見

ていただいて、ご興味がございましたらご購入していただければ大変ありがたいです。

#### Q7

今回の招集通知書の 53 ページ、貸借対照表、純資産の部の株主資本の行の下から 12 行目、トマト翁記念基金とは何でしょうか。3~4 年前にここに来たときはこういった基金はなかったと思うのですが、どのように活用されるのか、また、今後 2025 年頃にこの金額をもう少し増やされるのか、その辺りについて説明をお願いしたいです。

A7 (議長、代表取締役社長 山口)

まず、このトマト翁記念基金をどういったところに活用しているかといいますと、例えば災害が起きたときに緊急的に支援をする、あるいは義援金を出す、そういったときに、このトマト翁記念基金から、取締役会の決裁によって基金を取り崩して拠出しています。東日本大震災が契機になって、この基金を作りました。直近ではトルコ・シリアの地震が先日発生いたしました。このトマト翁記念基金を取り崩して、2,000 万円の義援金を出させていただいております。また、この基金は 5 億円を積み立ての上限として定めています。

#### Q8

トマトの会社から野菜の会社、色からもらうエネルギーは本当に生きるエネルギーだと私自身も思っているのですが、私たち株主から議長席、舞台を見ますと、皆さまグレーのスーツを着ていらっしやって、あまりカラフルとは思えません。以前の時にも男性と女性、そして今はジェンダーフリー、さまざまな人生が世の中を動かしております。以前もカゴメさんは会社の中で女性の力を雇用されるということをおっしゃっていたような記憶がございます。女性の力をもう少し使っていただきたいです。また高齢者になりますとキャップを開ける力が弱くなりますので、そこを少し考慮していただきたいです。高齢者になると目が見えにくくなるので、点字や QR コードなど採用していただけたらありがたいです。

議長、今後とも良い会社になるように、よろしく申し上げます。

A8 (議長、代表取締役社長 山口)

カゴメは 2016 年頃から女性の活躍に力を入れてきました。その結果、今はまだ少ないのですが、カゴメの従業員の女性比率は 31% となり、3 割を超えてきました。それから女性の管理職の比率が約 10% まで来ました。2020 年には 6% でしたので、これも少しずつ進んできています。2040 年ごろまでには女性の比率を 50% までにしたいということで、新卒の方は女性を 60% 以上、採用をしております。そういった形で女性をもっと会社に入ってきて、それから長く勤めていただくことを考えています。特に長く勤めていただくために、女性の人生に合わせた働き方をサポートする制度も充実させており、例えばテレワークですとか、フレックスタイムなどの制度も整えてきております。女性比率 50% に向けて、少しでも前進するようにやって参りますので、引き続きご支援をいただけたらと思います。

それからもう一つのキャップ、あるいは点字といった商品のご要望につきましては、お客

さま相談センターにもいろいろなご意見をいただいています。商品開発部門にそのようなご要望をつなぎまして、例えばソースのキャップもだいぶ開けやすくなりました。また、ケチャップのチューブには点字も入れております。まだまだ足りないところもございますが、順次進めて参りたいと思っております。

#### Q9

私はホットクックのような電子圧力調理鍋を使っているのですが、冷凍食品でお釜に入れるだけで何かできる商品があるとすごく助かると思いますので、ぜひご検討のほうよろしくをお願いします。

A9（議長、代表取締役社長 山口）

今は手間をかけずに家庭内で調理するということについて非常にたくさんご要望をいただいております。そういったことに対して、いろいろな商品の開発も進めております。貴重なご意見として承りました。ありがとうございました。

#### Q10

御社が販売しているトマトの土について一つ懸念があり話させていただきます。御社が共同開発をしている会社のトマトの土なのですが、私は何年も前に NHK から試作を依頼されまして、あまり良くないデータが出ました。その後もずっと土の実験をしてきまして、正直に申し上げて、今あの土を使うのは決して会社にとってプラスではないという印象を持っています。同じ会社がジャガイモを栽培する土を作っているのですが、私のグループのメンバーがあれを使ったらひどいという報告が私のところに来ています。もう一度しっかりと本当に共同開発する価値があるのかどうか判断していただきたいです。

A10（議長、代表取締役社長 山口）

カゴメの園芸事業の中で、園芸資材、トマトの土等を販売しております。これは自社での製造ではなく、委託先に製造していただいて販売をしています。家庭菜園でトマトを栽培する時に失敗されるお客さまが多いため、何とか成功確率を上げていけないかということで開発したものです。そのようなご評価もあるということをお聞きしましたので、トマトの土の効果・効用について、委託先も含めてもう一度原点に戻って評価し、社内でしっかりと判断させていただきたいと思えます。

#### Q11

会社としてジェンダーについての取り組みをどのように行っているか、お聞かせください。

A11（常務執行役員 CHO 有沢）

当社は今、女性の活躍の舞台をつくろうということで、いろいろな施策を打っています。

7 年前、女性活躍推進法ができたのをご存じの方もいらっしゃると思うのですが、それに従って、採用や継続就業などにつきまして今まで以上に取り組んでいます。フレックス制度など、女性が育児をしやすい環境をつくるとか、あるいは在宅勤務の制度を今も継続しております。また、特にキャリアの形成では、女性の方々が管理職、またその上を目指すようなキャリアの形成に向けたセミナーを開催したり、あるいは勉強会その他、役員がマンツーマンに付いて、女性の管理職の方を育てるということをやっております。

ジェンダーについては、いろいろなお考えの方もおいでだと思うのですが、LGBT の取り組みについては、例えば配偶者として認めるとか、そういった制度も設けておりますので、今まで以上により進んだ会社になるように努力をしています。なにとぞ株主の皆さまのご協力ならびにご支援をいただきますようお願い申し上げます。

#### Q12

食品添加物の使用方針について、伺いたいと思います。私は株主になってから 20 年ぐらい経つのですが、当時は添加物が少ないと思って、カゴメさんの株を買って応援したいと思っていましたが、最近見ると、まだ添加物を使った食品が結構多いと思います。自然に私も購入する確率が少なくなってきたのですが、その辺の方針、また最近食品添加物を取りやめた事例があったら教えていただきたいと思います。

A12（議長、代表取締役社長 山口）

添加物につきましては、カゴメは長きにわたりまして、添加物になるべく頼らない商品設計を基本的に考えておりますので、極力使わないという方針はずっと維持をしています。ただし商品によって、例えばトマトジュースですとトマトだけということになりますが、他の野菜飲料ですと、天然の香料を配合する場合があります。これは天然のものですが、香り付けをするということで、食品添加物に分類されます。このような食品添加物は、使わなくていいものは使いませんが、商品の価値、あるいはお客さまのニーズに合わせるために使う場合もあります。その場合は天然物を原材料、起源とした食品添加物に限って使うことを方針としています。

以前に比べて添加物の使用率が高まってきたかということについては、今手元にデータはございませんが、例えば以前は合成着色料というのを使っていた商品がありましたが、かなり前から見直しをして、今は使わないようになっています。基本的には極力食品添加物に頼らない商品作りを目指すことを方針としています。

#### Q13

2023 年の事業計画についてお聞きしたいと思います。先ほど売上が上がって、単純に利益が少なくなるというお話だったと思いますが、利益は将来の投資と考えますと、最も大事なものの一つだと考えています。売上が上がって利益が減ると、単純に言うとコストを売上に転嫁できないということだと思うのですが、売上に転嫁できないことは、製

品を値上げすれば一番いいと思います。極端に言いますとライバル商品と比較して圧倒的  
商品力があれば、素直にコストアップできると思うのですが、それができない理由は商品  
にそれだけの魅力がないという単純な考えでよろしいのでしょうか。

A13（議長、代表取締役社長 山口）

価格改定につきましては、今年の 2 月に食品・飲料等、400 アイテム近い価格改定をさせ  
ていただきまして、その後の状況がだんだん判明してきております。やはり価格改定をした  
直後というのは販売数量が下がりますので、先ほどの野菜の色のプロモーションも含めま  
して、需要を喚起することで、もう一度お客さまに使っていただく、販売数量を回復させる  
ということに注力しています。これがどれだけ早く回復できるかで、その年の事業利益は大  
きく変わってきます。そのため、今、足元の需要回復、販売数量の回復に全社一丸となって  
取り組んでいるところでございます。

これから先も、こういった価格改定については可能性がないわけではありませんが、その  
際もしっかり利益をカバーできるように、価格改定に見合った商品の価値を付ける、あるい  
は需要喚起策を打っていく、そういったこととセットにしていきたいと思います。そして  
2024 年以降、また利益を回復させていきたいと考えています。

以上