



2026年12月期 上期（中間期） 決算説明会

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で表示しています。
・%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。

価格改定後の成長課題が明確化。収益回復と次の成長に向けた打ち手を加速する。

上期の 総括

- 売上収益は増収、事業利益は減益。国内事業の価格改定後の成長課題が明確化
- 国内加工：家庭用・業務用食品が好調に推移も、飲料は価格改定後の回復が想定を下回る
トマトジュースは好調に推移する一方、ブランド間で回復状況に差
- 国際：一次加工はトマトペーストの販売単価引き下げによる減益、北米二次加工は販売数量を拡大したことによる増益、概ね想定通り

通期 予想

- 中東情勢の影響によるコスト増などを反映し、業績予想を下方修正
- 収益改善には、飲料の数量回復と、グループ全体での生産性向上の両立が課題

下期 以降の 対応策

- 中期経営計画Kagome Group Plan 2028実現に向けて歩みを進め、収益を回復する
- 収益基盤の強化と成長に向け、3つの取り組みに注力する
 - ① 野菜飲料カテゴリーの価値強化による需要創造
 - ② 生産性向上による収益基盤強化
 - ③ 国際二次加工の成長

INDEX

- 1 2026年度上期決算概要
 - 2 2026年度通期予想
 - 3 下期以降の対応策
 - 4 参考情報
-

- 売上収益：為替影響（+48億円）除きで前年並み
- 事業利益：国内加工食品は販売促進費や広告宣伝費の増加など、国際はトマトペーストの販売単価を引き下げたことなどにより減益

単位:億円	26年度上期実績		対前年		25年度 上期実績
		比率		増減率	
売上収益	1,437	-	+51	+3.7%	1,386
事業利益	84	5.9%	△19	△18.6%	103
営業利益	90	6.3%	△15	△14.5%	106
中間利益※	46	3.3%	△14	△24.2%	61

※親会社の所有者に帰属する中間利益

※2026年度よりIFRS第18号「財務諸表における表示及び開示」（以下「IFRS第18号」という。）を早期適用しており、2025年度の実績については、当該会計方針の変更を反映。次ページ以降同じ。

2026年度上期 セグメント別業績



- 国内加工食品：飲料は減収、食品他の増収により概ね前年同水準。広告宣伝費や販売促進費の増加などにより減益
- 国際：トマト他一次加工は販売単価の引き下げにより現地通貨では減収減益、期初想定の範囲内
トマト他二次加工は、フードサービス企業向け販売が好調に推移し、増収増益

売上収益

単位:億円	26年度上期実績				25年度 上期実績
		対前年	増減率	為替影響	
飲料	389	△6	△1.5%	-	395
通販	60	△0	△0.6%	-	60
食品他	281	+4	+1.8%	+0	276
① 国内加工食品計	730	△1	△0.2%	+0	732
トマト他一次加工	306	+15	+5.5%	+25	290
トマト他二次加工	382	+59	+18.4%	+27	323
調整額	△3	△2	-	△0	△1
③ 国際計	685	+72	+11.9%	+53	612
その他/調整額	21	△20	△48.8%	△5	41
合計	1,437	+51	+3.7%	+48	1,386

事業利益

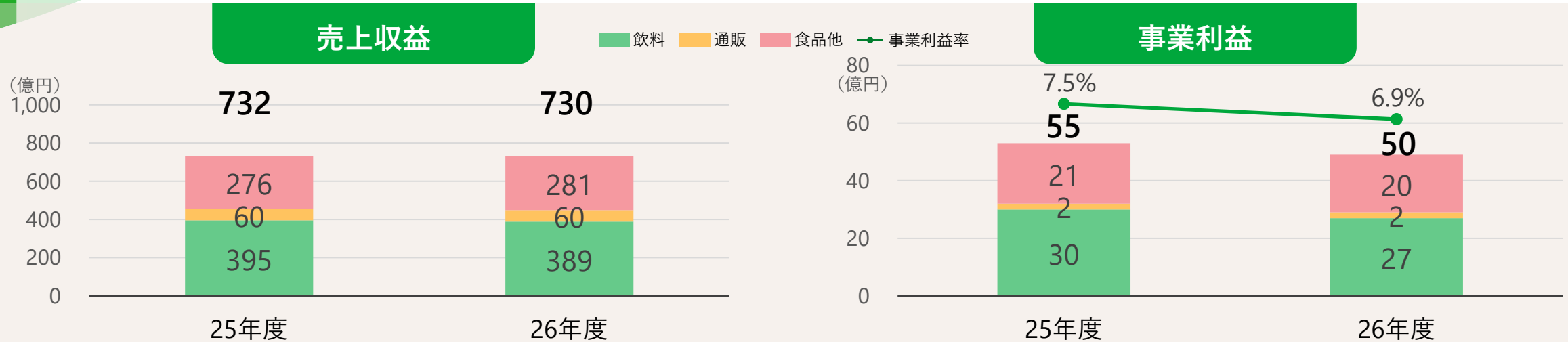
26年度上期実績				25年度
	対前年	増減率	為替影響	上期実績
27	△3	△10.7%	-	30
2	△0	△12.7%	-	2
20	△1	△5.7%	△0	21
② 50	△4	△8.8%	△0	55
23	△7	△23.7%	+2	31
27	+2	+10.4%	+1	25
0	△1	△82.8%	+0	1
51	△5	△10.2%	+3	57
△17	△8	-	+0	△9
84	△19	△18.6%	+3	103

	2025	2026
米ドル	148.60	158.18
ユーロ	162.15	184.52

◆Silbury連結影響
トマト他一次加工
 売上+7億円
 事業利益△0億円
トマト他二次加工
 売上+28億円
 事業利益△0億円

※2026年度よりベジタリアアのセグメント区分を、国際事業から国内加工食品事業へ変更しております。2025年度のセグメント情報については、変更後の区分に読み替えて作成。次ページ以降同じ。

- 売上収益は、飲料が価格改定後の需要回復が想定を下回るも、食品他の好調でカバーし概ね横ばい
- 事業利益は、価格改定後の需要喚起のため広告宣伝費や販売促進費を積極的に投下し減益



飲料の減少を食品他でカバーし、前年同水準

- **飲料:** トマトジュースは価格改定後も好調に推移。機能性の訴求強化により、新規ユーザー拡大、ヘビーユーザー化がさらに進む一方で、野菜生活100シリーズは価格改定後の需要回復が想定を下回る
- **通販:** サプリメントが減少した一方、スープが好調により前年同水準
- **食品他:** ドラえもんとのコラボなどにより家庭用トマトケチャップが好調

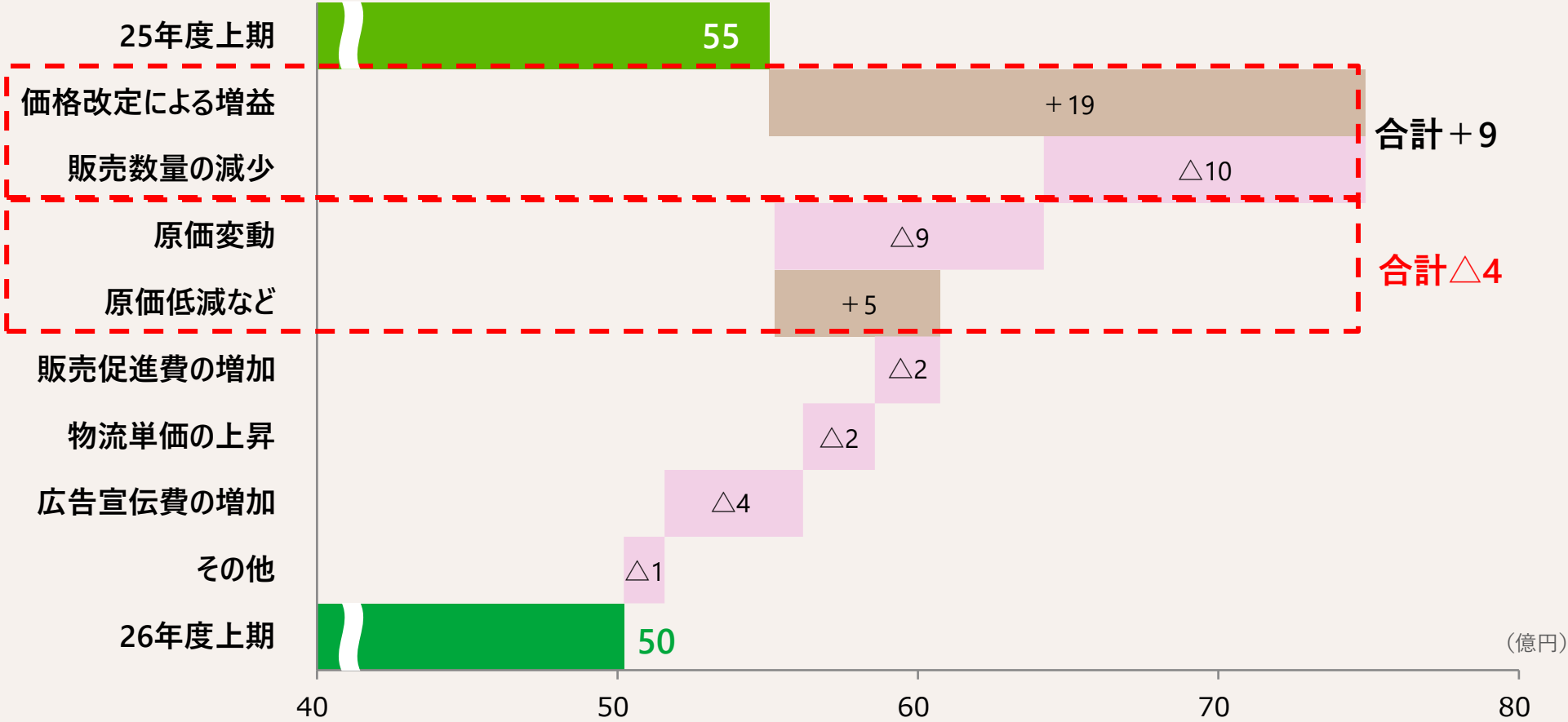
広告宣伝費・販売促進費投下により減益

- **飲料:** 広告宣伝費や販売促進費の増加などにより減益
- **通販:** 広告宣伝費の増加などにより減益
- **食品他:** 原材料などの製造費用の上昇により減益

2026年度上期 国内加工食品事業 事業利益増減要因



- 価格改定による増収と販売数量の減少を合わせた売上変動影響により、プラス9億円
- 原材料費などの原価変動により△9億円も、ロス削減などの原価低減が進み + 5億円、合計で△4億円

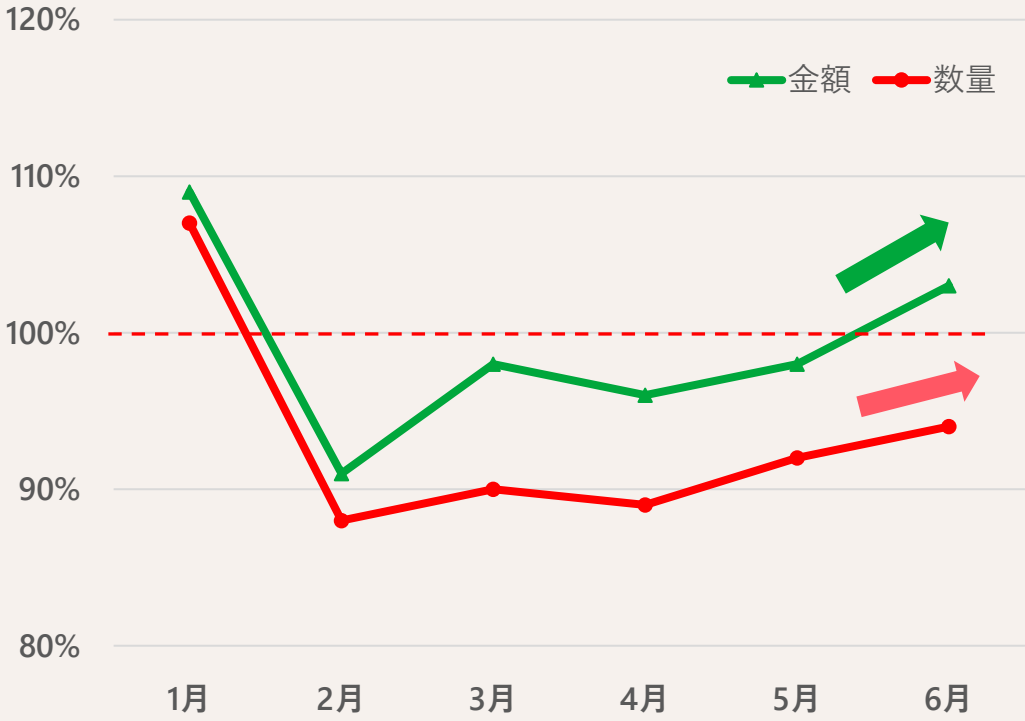


2026年度上期 飲料 価格改定後の推移



- 今年2月に農産原料の高値が継続していることを背景に飲料の価格改定を実施
- 金額ベースでは6月までに、野菜飲料全体で前年超えまで回復
- 価格改定後の需要回復はブランド間で差が顕在化。トマトジュースは成長を維持する一方、主力ブランドの野菜一日これ一本、野菜生活100シリーズは回復途上

飲料販売金額/数量 月別前年比



出典：カゴメ飲料出荷実績 ※乳酸菌飲料を除く

ブランド別 前年比

ブランド	月/期間	金額前年比	数量前年比
 トマトジュース	2月	112%	110%
	6月	122%	114%
	上期累計	121%	114%
 野菜一日これ一本	2月	77%	74%
	6月	97%	92%
	上期累計	88%	86%
 野菜生活100	2月	84%	82%
	6月	92%	84%
	上期累計	88%	84%

- 価格改定後の動向から、ブランド間での価値認識の差が回復速度に影響
- 健康飲料カテゴリー間での競争が激化しており、健康飲料としての価値の再構築が販売数量回復に不可欠

ブランド別 上期状況

- 機能価値が明確なトマトジュースが好調を維持
- ブランドの健康価値認識の差が、回復速度に影響

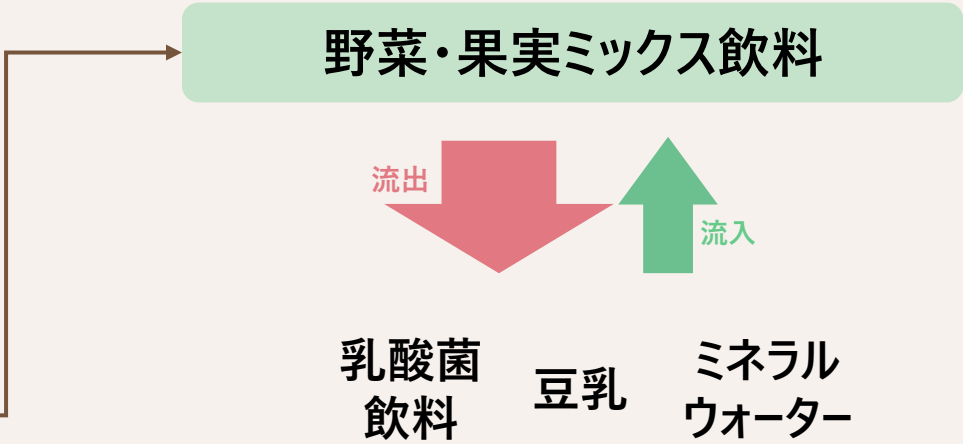


ブランド	上期状況	示唆
トマト ジュース	成長維持	・ 機能価値が明確 ・ 習慣化により需要を維持
野菜一日 これ一本	回復途上	・ 機能性表示食品「トリプルケア」は回復が先行
野菜生活 100	回復途上	・ 健康飲料の競争激化、流出が増加

野菜・果実ミックスからの流出入

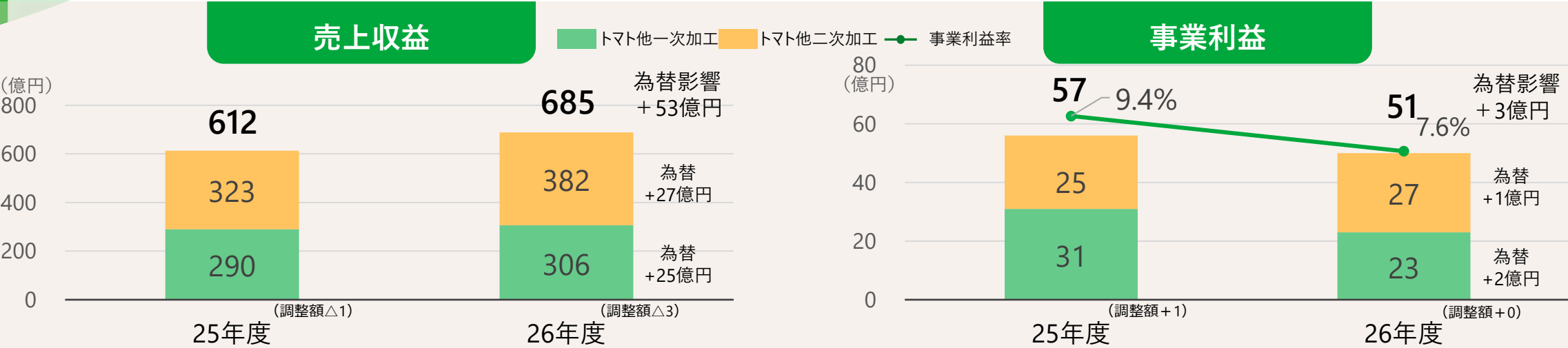
- 健康飲料として伸長しているカテゴリーへの流出が増加
- 野菜・果実ミックスの健康価値訴求力が相対的に低下している可能性

【22年⇒25年 主な近接健康飲料の流出入状況※】



- Silburyの連結子会社化により、売上収益は+36億円
- 一次加工はトマトペーストの販売単価引き下げ、二次加工はフードサービス企業向け販売が好調に推移

	2025	2026
米ドル	148.60	158.18
ユーロ	162.15	184.52



トマトペースト販売単価引き下げ、二次加工向け販売数量増

- トマト他一次加工:
トマトペーストの販売単価を引き下げたことにより現地通貨建では減収、ただし為替が円安に推移したことにより、円換算後は増収
- トマト他二次加工:
米国において、期間限定メニューなど、アジアソース中心にフードサービス企業向け販売が好調

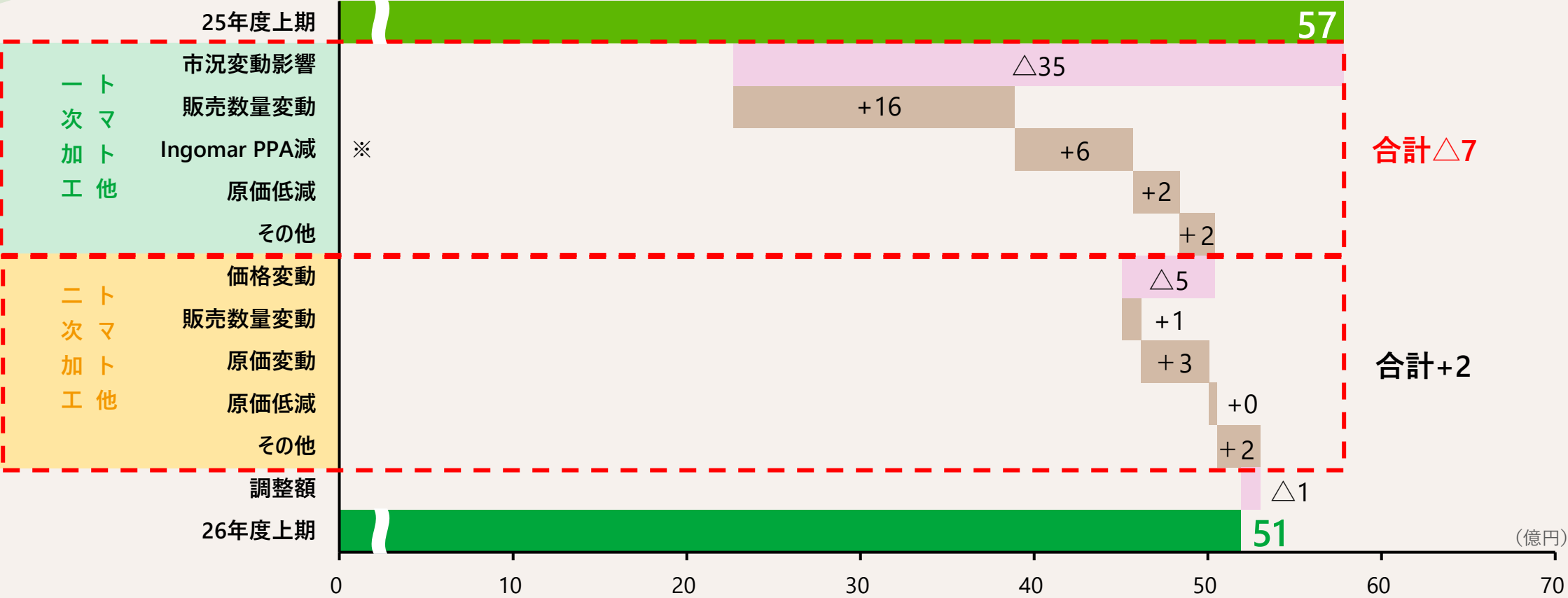
一次加工では減益も、二次加工では増益

- トマト他一次加工:
トマトペーストの販売単価引き下げにより減益
- トマト他二次加工:
増収や製造ロス削減などにより増益

2026年度上期 国際事業 事業利益増減要因



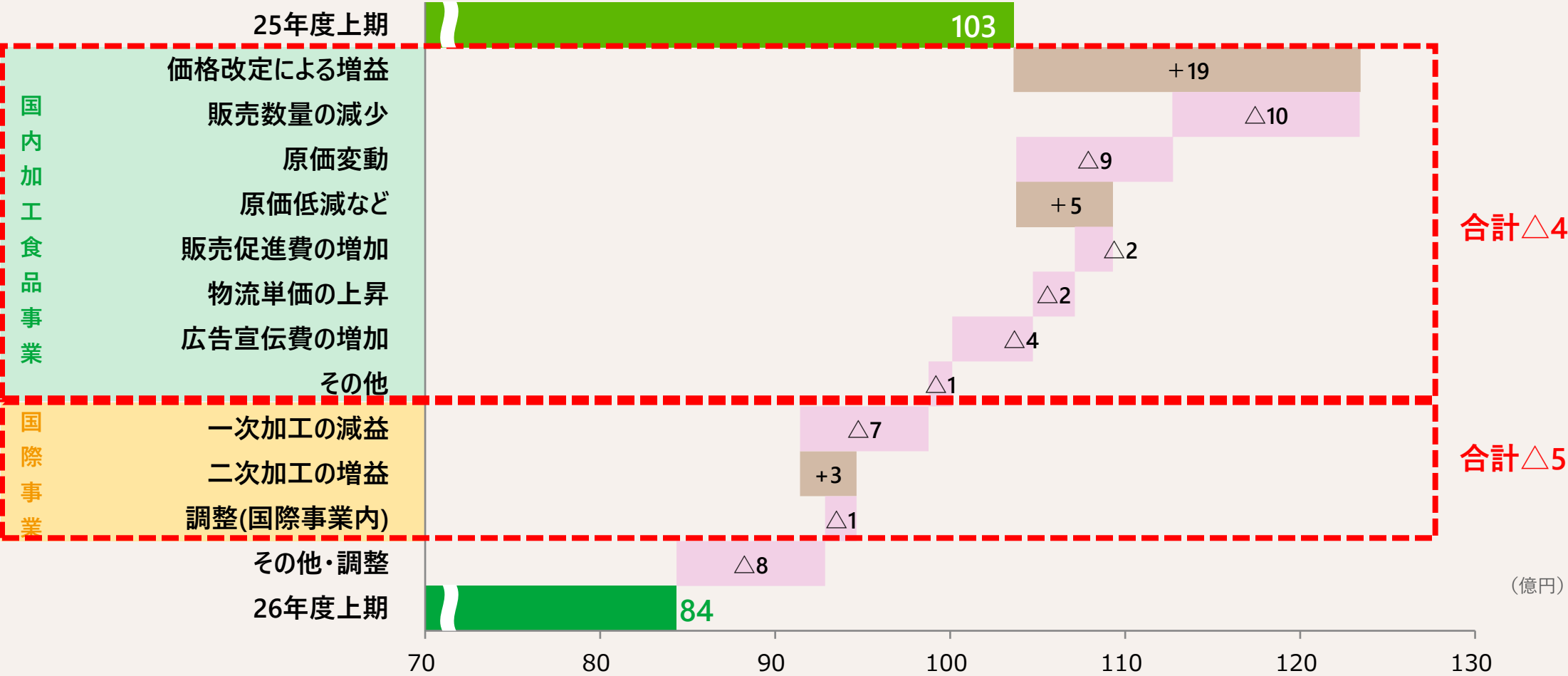
- トマト他一次加工：市況変動影響として、ペースト販売価格引き下げと加工用トマト調達価格などの原価変動で△35億円
- トマト他二次加工：米国中心に販売数量は増加、製造ロス削減などにより全体で+2億円



※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：25年上期 △17、26年上期 △10、増減+6

2026年度上期 連結事業利益増減要因

- 連結全体の事業利益増減要因は以下の通り
- 国内加工食品事業は減益。国際事業も減益だが、概ね期初の計画通りに進捗



INDEX

1 2026年度上期決算概要

2 2026年度通期予想

3 下期以降の対応策

4 参考情報

中東情勢が当社グループに与える影響



- 原材料調達及び商品供給と、業績の2つの影響がある
- 収益改善施策を推進するものの、短期的な影響を業績予想に反映する

原料調達・商品供給の影響

- 原材料の安定調達
フィルムやボトルなどの包材関係等の調達制約が懸念される中、調達先の多様化などにより原材料の安定調達に注力
- 商品の安定供給
「カゴメトマトケチャップ」に使用している特殊な白インクの調達影響から、外装パッケージの早期変更を実施
今後も安定供給を最優先に取り組む



業績影響の見通し

セグメント	想定影響額（億円）			要因
	上期	下期※1	通期	
国内加工食品	1	12	13	フィルムやボトルなど包材関連、原油価格上昇による原材料費増など
国際	0	4	4	フィルムなどの包材関連、エネルギーコスト増など
その他	4	7	11	UG：中東向け種子販売の売上減など ※ 2 KAF：包材や輸送費のコスト増など
合計	5	23	28	－

※1原油影響はUS\$80/BBLを前提に試算
※2他に、中東情勢を背景とした農業資材価格の上昇などに起因する各国の市場環境の変化や販売活動など、総合的な影響を織り込み

2026年度 セグメント別通期業績予想



- 売上収益：現状を踏まえ、連結では修正なし（①）。下期は国内加工食品、国際事業ともに増収の計画（②）
- 事業利益：中東情勢によるコスト増など（28億円）を反映し、業績予想を修正。（③）

売上収益

単位:億円	26年度通期修正予想					25年度 実績	26年度 期初予想	② 26年度下期予想			25年度 下期実績
		対前年	為替影響	① 対期初予想	為替影響				対前年	為替影響	
国内加工食品事業	1,600	+19	+0	△10	+0	1,580	1,610	869	+21	+0	848
国際事業	1,420	+145	+96	+30	+90	1,274	1,390	734	+72	+43	661
その他/調整額	80	△8	△6	△20	+5	88	100	58	+12	△1	46
合計	3,100	+157	+90	-	+96	2,942	3,100	1,662	+106	+42	1,555

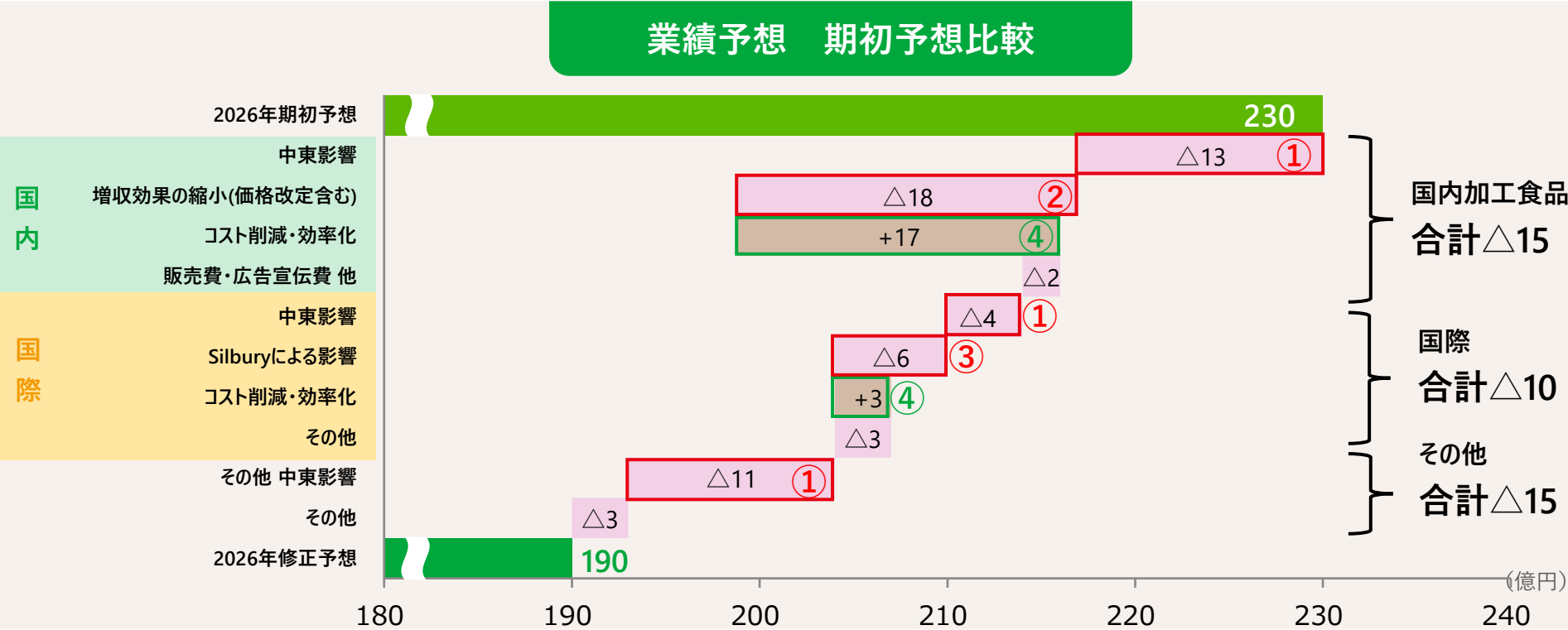
事業利益

単位:億円	26年度通期修正予想					25年度 実績	26年度 期初予想	26年度下期予想			25年度 下期実績
		対前年	為替影響	③ 対期初予想	為替影響				対前年	為替影響	
国内加工食品事業	145	△9	+0	△15	+0	154	160	94	△4	+0	98
国際事業	80	△11	+5	△10	+4	91	90	28	△5	+1	33
その他/調整額	△35	△13	-	△15	+0	△21	△20	△17	△4	+0	△12
合計	190	△33	+5	△40	+4	223	230	105	△14	+1	120

2026年度 連結事業利益予想修正の要因



- 中東影響や価格改定の増益効果縮小の影響を織り込み、通期予想を修正する
- 売上収益の拡大を図るとともに、さらなるコスト削減・効率化など、利益創出に取り組む

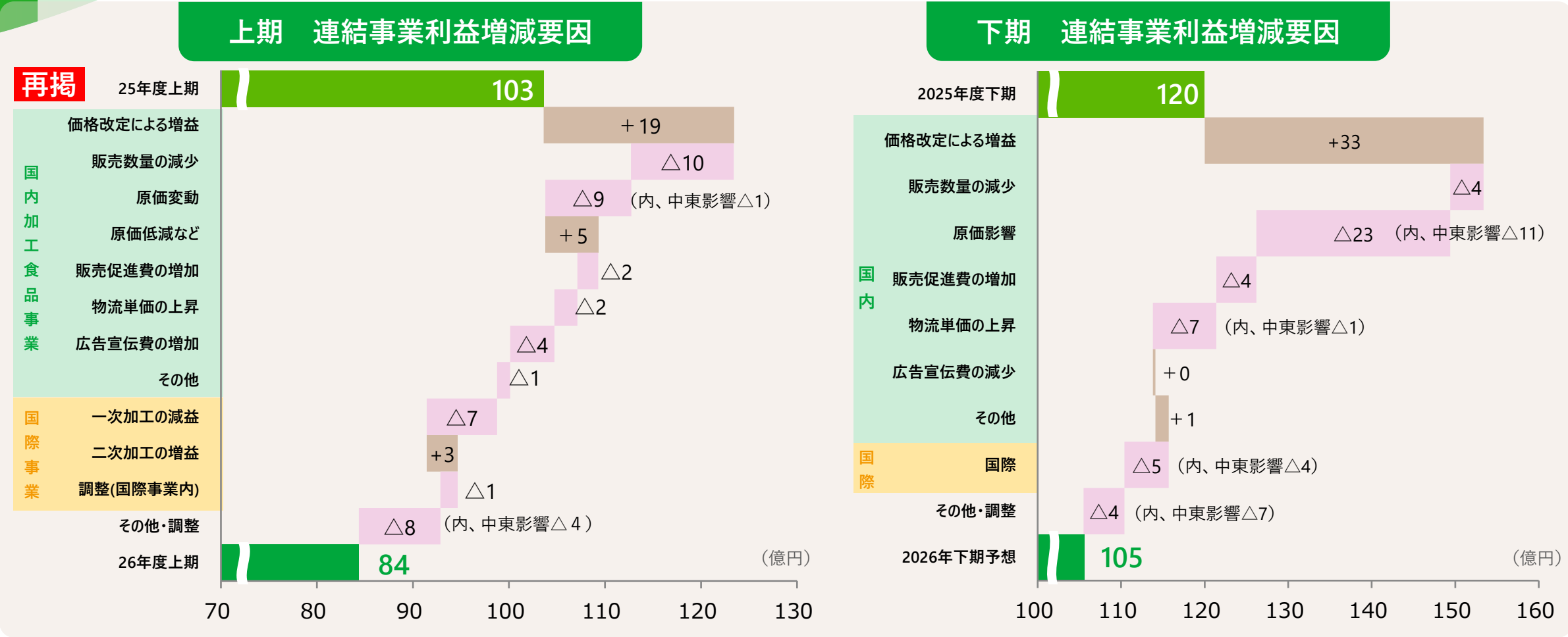


- ①中東情勢影響 合計△28 国内加工食品△13、国際△4、その他△11 ④リカバリー策 合計+20 原価+15、物流費+3、一般管理費+2
- ②増収効果縮小 売上収益が期初計画を下回ったことによる△18
- ③Silburyによる影響 トマトペースト販売価格引き下げ他△4.5、PMI関連△1.5、

2026年度 連結事業利益予想修正の要因



- 飲料の数量回復、原価低減、国際二次加工の成長により、収益回復に取り組む



● 修正後の連結予想は以下の通り

単位:億円	26年度 通期修正予想		対前年		25年度 実績
		比率		増減率	
売上収益	3,100	—	+157	+5.3%	2,942
事業利益	190	6.1%	△33	△15.1%	223
営業利益	195	6.3%	△28	△12.6%	223
当期利益 [※]	105	3.4%	△43	△29.1%	148
EPS (円)	116.04	-	△45.38	△28.1%	161.42

※親会社の所有者に帰属する当期利益

INDEX

- 1 2026年度上期決算概要
 - 2 2026年度通期予想
 - 3 下期以降の対応策
 - 4 参考情報
-

今後の収益回復と成長について

- 外部環境の変化がある中でも、中期経営計画Kagome Group Plan 2028 実現に向け歩みを進める
- 上期に明確になった課題を踏まえ、収益基盤の強化と成長に向けた取り組みを加速する

中計テーマ 「農から価値を形成するバリューチェーン」を進化させ、国内外における競争優位性を築く

～独自の強み「農・技術・グローバルネットワーク」の相乗効果の最大化～

基本戦略 収益獲得力の向上と、成長・新規価値領域への資源投下による競争力強化

下期以降の収益基盤の強化と、成長に向けた基盤構築の3つの注力活動



①野菜飲料カテゴリーの価値強化による需要創造

- 上期の課題を踏まえ、野菜飲料の価値を再構築し、中長期にわたる需要創造による市場拡大と収益力向上を実現する

健康飲料としての価値向上

野菜飲料カテゴリーの価値強化による需要創造

機能性

ー健康機能実感ー

独自の強み

野菜・トマト研究の知見

26年下期
価値伝達の強化

- 好調なトマトジュースの価値強化による、成長の牽引



中期
価値開発による
収益基盤強化

- 機能性エビデンス開発
- 機能性表示食品の拡大

利便性

ー野菜・食事代替ー

多様な食シーン向けの商品設計力

- 野菜量88%の訴求強化
- スムージー食代替ニーズへの対応



- 野菜を手軽に美味しくとれる素材開発
- 利便性の高い容器開発

共感性

ー農とのつながり体験ー

全国の農家との強固なつながり

- めぐみめぐるAction本格始動
- 国産果汁の価値発信強化



畑のめぐみを、未来に、ともに。

- 産地との共創機会の拡大
- 生活者の農体験増加

①野菜飲料カテゴリーの価値強化による需要創造 下期の活動

- 野菜飲料カテゴリーの価値再構築に向け、2026年下期は価値伝達の強化を図る。
- 期初計画に対し、広告宣伝費・販売促進費として5億の追加投資を行う。

好調なカテゴリー

トマト ジュース

- トマトジュース市場全体の年間購入率は21.6%。[※]
8割が年間通じて購入なし。
- 多様化するニーズに応じた商品ラインアップを展開し、
間口を拡大することでトマトジュース市場の拡大を目指す。

機能価値



7月発売



利便性



7月発売

共感性



8月発売

※通販限定



課題のあるカテゴリー

野菜一日 これ一本

- 健康価値の再訴求とプロモーション強化による顧客接点拡大。

野菜生活 100

- トマトを使用した新商品導入による健康飲料イメージの訴求。
- 野菜量増量による健康価値の再訴求。
- 利便性・共感性によるトライアル獲得。

機能価値



利便性



8月発売



8月発売

出典：マクロミルQPR／トマトジュースカテゴリー／全国／全業態／2025年7月～2026年6月

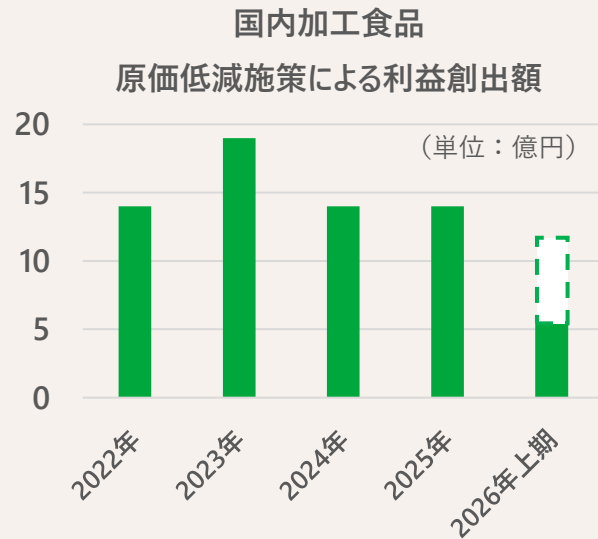
※カゴメトマトジュース年間購入率：13.5%

②生産性向上による収益基盤強化

- 継続的な生産性向上により、収益基盤を強化
- 各拠点で培った改善力をグローバル連携し、利益を生み出す基盤を強化する

国内生産拠点における原価低減活動

- 10億円規模の原価低減を継続
- 2026年目標：12億円（計画+2）



グローバル7拠点での原価低減活動

- 製造工程における原価低減をテーマにグローバル7拠点が連携
- 成功事例・人材交流で効果拡大
- 2026年目標：5億円（計画+3）

改善事例

- 品質ロス削減
- 充填精度向上による歩留まり改善
- ピザソースの製造歩留まり改善



Ingomar遠心分離機・・・遠心分離で繊維量の調整が可能となり、KIUS（二次加工）の歩留まり改善に貢献

加工トマト栽培の生産性向上

- データに基づき圃場別に最適品種を選定
- 高糖度トマトの生産・加工を推進
- 2026年目標：2億円（計画内）

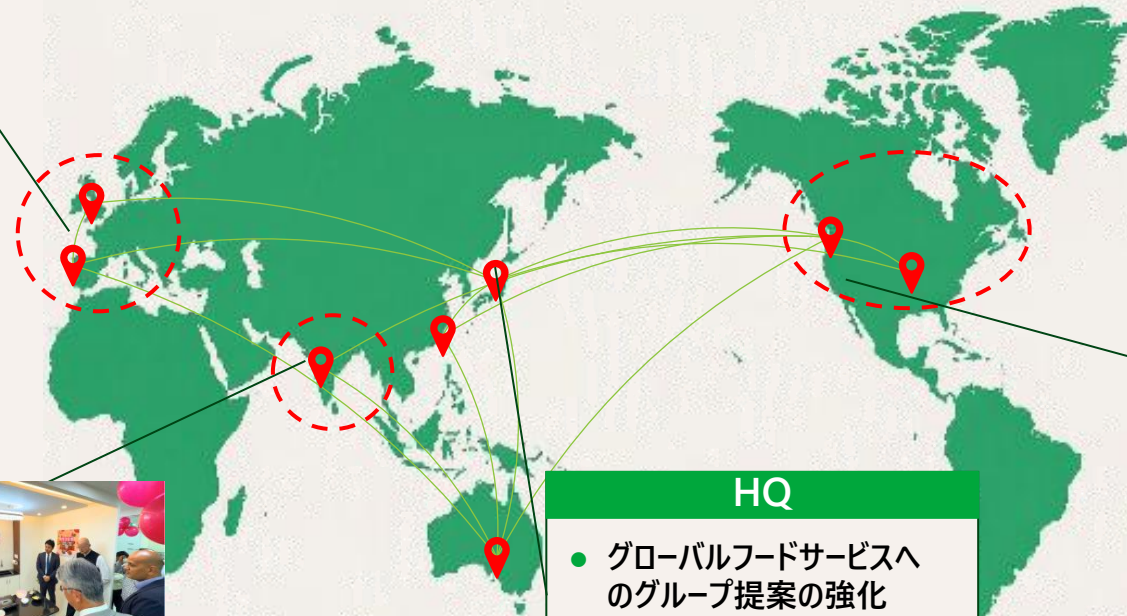
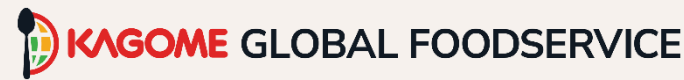


2026年クロープ生産圃場での生産者との対話の様子

③国際二次加工の成長

- フードサービス市場規模が大きい米国・欧州、および高い成長率が見込まれるインドをターゲットエリアとして注力
- Kagome Group Plan 2028 の定量目標であるCAGR 8%※実現に向けて、基盤強化を進める

フードサービス市場の成長とカゴメグループの基盤強化



2028年※1
売上収益CAGR目標
約8%

2028年
事業利益率目標
約9%

HIT/Silbury

国/地域	市場規模 2025 (兆円)	CAGR (16-25年)
欧州	19.8	4.1%

- 26年1月にSilbury を連結子会社化
- NEXT STEP !**
- 仏独への販売エリア拡大に向けて体制構築を進める

Kagome Foods India

国/地域	市場規模 2025 (兆円)	CAGR (16-25年)
インド	0.8	8.4%

- 26年上期、ニューデリーにソリューションセンターを新設。顧客への提案力を強化。

NEXT STEP !

- 川上・川下双方のバリューチェーンの基盤強化を進める



KFI India ソリューションセンター

HQ

- グローバルフードサービスへのグループ提案の強化
- インオーガニックを含めた成長戦略策定 など

Kagome Inc.

国/地域	市場規模 2025 (兆円)	CAGR (16-25年)
米国	48.5	6.1%

- 世界最大の市場
- フードサービス市場の多様化への対応のため、営業・開発の人員を増やし、メニュー提案力や顧客のサポート体制を強化
- 26年上期フードサービス向け販売数量 前年比+6.7%

NEXT STEPは次項



アジアソメニュー例

③国際二次加工の成長 米国（Kagome Inc.）

- 米国市場において伸長する市場を中心に付加価値の高い製品ポートフォリオの拡張を進める
- 付加価値型製品売上収益を拡大するため、人材強化、環境整備、設備投資を実行、2028年に向けて成長を加速する

米国 顧客セグメント別市場動向

- 米国のフードサービスにおいて**成長率が高いアジアン、チキン、メキシカン**に注力し顧客の新規開拓を進める

顧客セグメント	市場規模 (十億米ドル)	CAGR (2020-2025)
アジアン	9.1	13.4%
チキン	55.7	12.8%
メキシカン	32.5	10.3%
ファミリーダイニング	48.8	9.3%
カフェ	53.3	8.7%
イタリアン	6.1	8.2%
ハンバーガー	110.6	6.2%
サンドイッチ	26.1	5.4%
ピザ	25.5	3.4%

注力領域

堅持

Kagome Inc. 成長に向けて

- 付加価値型製品の売上収益拡大にむけ、資源を拡充、2028年に向けて成長を加速する

人材強化

- 営業・マーケティング人員を拡充
- Chief Commercial Officerの新設

環境整備

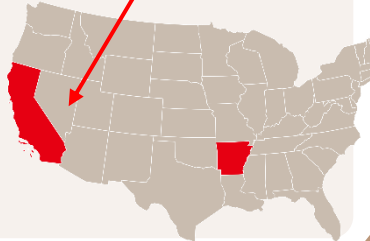
- 挑戦と成果創出を後押しする人事制度の導入

設備投資

- アーカンソー州の拠点に加え、カリフォルニア州拠点にもオイル系ソースのラインを新設。**製造能力を約1.5倍に拡大**
- 供給エリアを西に拡大



新設ラインの調合タンクと
充填機



- 未来の成長を担う新規価値領域については、価値開発フェーズとして事業検証を着実に推進

農と食のウェルビーイング事業

- 農と食の領域で、人と人をつなぐ場を創出し、コミュニティの活性化につながるサービスモデルの検証を推進
- ISO25554に準拠した「ウェルビーイングISOガイドライン」に認定



事例 1：オフィス×トマト栽培

- 千葉大学との共同研究により、トマトの栽培・共有活動が勤労者のコミュニケーション活性化およびメンタルヘルス向上に寄与することを実証



事例 2：ウェルファーマーミングフィールド第一弾始動

- カゴメの野菜・栽培・健康に関する知見と園芸療法やアグリセラピーの考えを掛け合わせた体験を提供する取り組み



農体験を通じた
チームビルディングの活用例

事例 3：ナトカリ※×自治体

- 地域特産品を活用したナトカリバランスマップ始動

環境負荷の低いトマトビジネスの開拓

- 圃場データの収集や、GHG算出方法の確立に向けた取り組みは着実に進展
- CVC出資先は6社へ。気候変動など世界の農業が直面する課題解決に貢献する

【出資実績】 ※出資決定を含む件数 26年7月時点

	先端育種技術	2社
	圃場環境モニタリング / 先端農業資材	2社
	低環境負荷技術	1社
	契約農家への貢献技術	1社



米国トマト畑における
データ収集・調査の様子

※ナトカリとは：食塩に含まれるナトリウムと、その排出を促すカリウムのバランスを意識し、減塩と野菜・果実の摂取を両立させる健康の考え方（ナトカリバランス）のこと

1

野菜飲料カテゴリーの
価値強化による需要創造

2

生産性向上による
収益基盤強化

3

国際二次加工の
成長

インオーガニック成長

- M&A機会の継続探索
- 事業拡大に向け、必要な
ケイパビリティの獲得策を検討

資本効率向上

- ROE 9%達成に向けた、具体
施策の検討と推進

足元の環境変化に対応しながら、成長投資と資本効率向上を両立し、
2035ビジョン実現にむけて着実に歩みを進める

INDEX

- 1 2026年度上期決算概要
 - 2 2026年度通期予想
 - 3 下期以降の対応策
 - 4 参考情報
-

国内加工食品事業 四半期セグメント別実績

売上収益 単位:億円	実績			前年差		
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期
飲料	181	207	389	△3 △1.7%	△2 △1.4%	△6 △1.5%
通販	29	30	60	△0 △2.6%	+0 +1.3%	△0 △0.6%
食品他	122	158	281	+3 +2.6%	+1 +1.2%	+4 +1.8%
国内加工食品計	333	396	730	① △0 △0.2%	△0 △0.2%	△1 △0.2%

事業利益 単位:億円	実績			前年差		
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期
飲料 (事業利益率)	9 (5.1%)	18 (8.9%)	27 (7.1%)	△5 △3.0pt	+2 +1.3pt	△3 △0.7pt
通販 (事業利益率)	1 (4.3%)	0 (3.2%)	2 (3.7%)	+0 +2.2pt	△0 △3.2pt	△0 △0.6pt
食品他 (事業利益率)	6 (5.5%)	13 (8.6%)	20 (7.2%)	△0 △0.3pt	△1 △0.7pt	△1 △0.6pt
国内加工食品計 (事業利益率)	17 (5.2%)	32 (8.3%)	50 (6.9%)	② △5 △1.5pt	+0 +0.1pt	△4 △0.6pt

①

- 売上収益は、各カテゴリー、1Q・2Qともに、ほぼ前年水準

②

- 事業利益率は1Qに販売促進費や広告宣伝費が増加して前年△1.5Pt。
- 2Qは価格改定による増益や原価低減が進み、事業利益率ほぼ前年水準にまで回復

国際事業 四半期セグメント別実績

売上収益 単位:億円	実績			前年差			為替影響		
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期
トマト他一次加工	152	153	306	△2 △1.8%	+18 +13.8%	+15 +5.5%	+8	+16	+25
トマト他二次加工	193	189	382	① +24 +14.4%	+35 +22.9%	+59 +18.4%	+9	+18	+27
調整額	-3	-0	-3	△2	+0	△2	△0	△0	△0
国際計	342	343	685	+18 +5.8%	+54 +18.7%	+72 +11.9%	+18	+35	+53

事業利益 単位:億円	実績			前年差			為替影響		
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期
トマト他一次加工 (事業利益率)	12 (8.1%)	11 (7.5%)	23 (7.8%)	△4 △2.6pt	△3 △3.4pt	△7 △3.0pt	+0	+1	+2
トマト他二次加工 (事業利益率)	16 (8.7%)	② 10 (5.8%)	27 (7.3%)	+3 +0.7pt	△0 △1.8pt	+2 △0.5pt	+0	+0	+1
調整額	△0	0	0	△0	△0	△1	+0	+0	+0
国際計 (事業利益率)	28 (8.4%)	22 (6.7%)	51 (7.6%)	△1 △1.1pt	△4 △2.6pt	△5 △1.8pt	+1	+2	+3

①

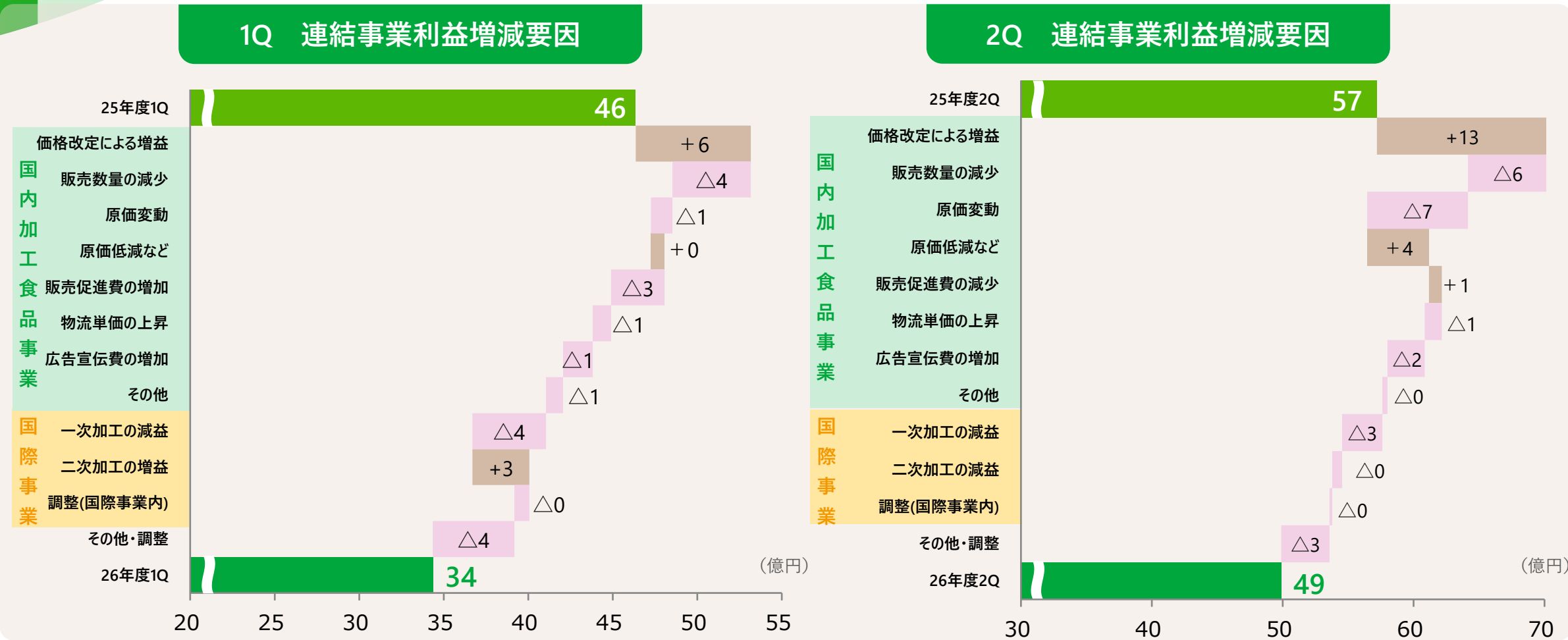
- トマト他二次加工はSilburyを連結子会社化したことにより増収

②

- トマト他二次加工はSilburyが相対的に利益率が低いディストリビューターであり、またPMI関連費用の増加などにより利益率低下

2026年度事業利益増減要因（1Q・2Q比較）

- 1Q：原価変動を原価低減で押し戻す。販売促進費・広告宣伝費は期初の想定通りの進捗。
- 2Q：原価変動幅が1Qより大きく△7億円、販売促進費は昨年比では1億円の減少。



2026年度 営業利益その他



単位:億円	26年度上期実績			25年度 上期実績
		対前年	増減率	
事業利益	84	△19	△18.6%	103
その他の営業収益	11	+6	+154.9%	4
その他の営業費用	4	+2	+166.3%	1
営業利益	90	△15	△14.5%	106
税引前中間利益	82	△17	△17.4%	99
法人所得税費用	23	△5	△18.3%	28
実効税率	28.1%	△0.3pt	-	28.4%
非支配持分に帰属する損益	12	+2	+29.5%	9
中間利益※	46	△14	△24.2%	61

※親会社の所有者に帰属する中間利益

2026年度 財政状態計算書変動内容

- 総資産は前期末比△188億円の3,569億円（うち、為替影響は+67億円）

資産 / 負債・資本

3,569億円（前期末比 △188億円）

親会社所有者帰属持分比率
54.1%（前期末比 + 3.4pt）

連結財政状態計算書

2026年6月30日

（億円）

資産 3,569 (△188)

－ 流動資産 **1,931** (△236)

－ 非流動資産 **1,637** (+47)

負債 1,393 (△215)

資本 2,176 (+27)

※（ ）内は前期末比

前期末からの増減内容（為替影響含む）

（億円）

▶ **流動資産 1,931** (△236)

現金及び現金同等物 △123

棚卸資産 △106 など

▶ **非流動資産 1,637** (+47)

のれん +31

無形資産 +19 など

▶ **負債 1,393** (△215)

借入金（長期含む）△150 など

▶ **資本 2,176** (+27)

親会社に帰属する中間利益 +46、

在外営業活動体の換算差額 +34

剰余金の配当△43 自己株式の取得 △12など

2026年度 キャッシュフローの主な内容



- フリーキャッシュフロー：営業キャッシュフローは減益により前期比で減少。投資CFの支出が増加し、FCFは減少

単位:億円	26年度上期実績			25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)	218	△26	△10.8%	244
投資活動によるキャッシュフロー(B)	△90	△35	—	△55
フリーキャッシュフロー(A+B)	127	△62	△32.8%	189
財務活動によるキャッシュフロー	△252	△44	—	△208

▶ **営業活動によるキャッシュフロー** 218 (△26)
営業利益 + 90、棚卸資産の減少 + 135、営業債権及びその他の債権の減少 + 50など

▶ **投資活動によるキャッシュフロー** △90 (△35)
有形固定資産及び無形資産の取得による支出△58、
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出△43 など

▶ **財務活動によるキャッシュフロー** △252 (△44)
短期借入金の減少△108、長期借入金の返済△126、配当金の支払△43 など

(億円)

飲料

- **トマトジュース** 売上123億円（前期比+20.7%）
価格改定後も血圧ケア意識の高まりにより出荷量好調継続
- **野菜生活100** 売上157億円（前期比△11.6%）
オリジナルは野菜量88%(一日分の野菜)へリニューアル。
パンどろぼうキャンペーンを通じ、未就学児世帯を中心に
購入率上昇も、節約志向によりケース販売数量が減少
- **野菜一日これ一本** 売上54億円（前期比△11.6%）
機能性表示食品「トリプルケア」は取扱店増加し認知拡大
- **フルーツジュース**
フルーツミックス市場・機能性のフルーツ飲料が伸長。
新商品「ビヨンドオレンジ」や「午後のフルーツこれ一本」
のほか、「私のフルーツこれ一本」が大きく伸長。
- **アーモンド・ブリーズ**
プロテイン配合の新商品が好調に推移
伸長するアーモンド市場の開拓を進める



通販

- **野菜飲料** 売上38億円（前期比△1.6%）
「日本のトマト」が好調に推移
- **スープ** 売上8億円（前期比+7.2%）
具たくさんポタージュを中心に、
WEB広告などの影響もあり好調に推移

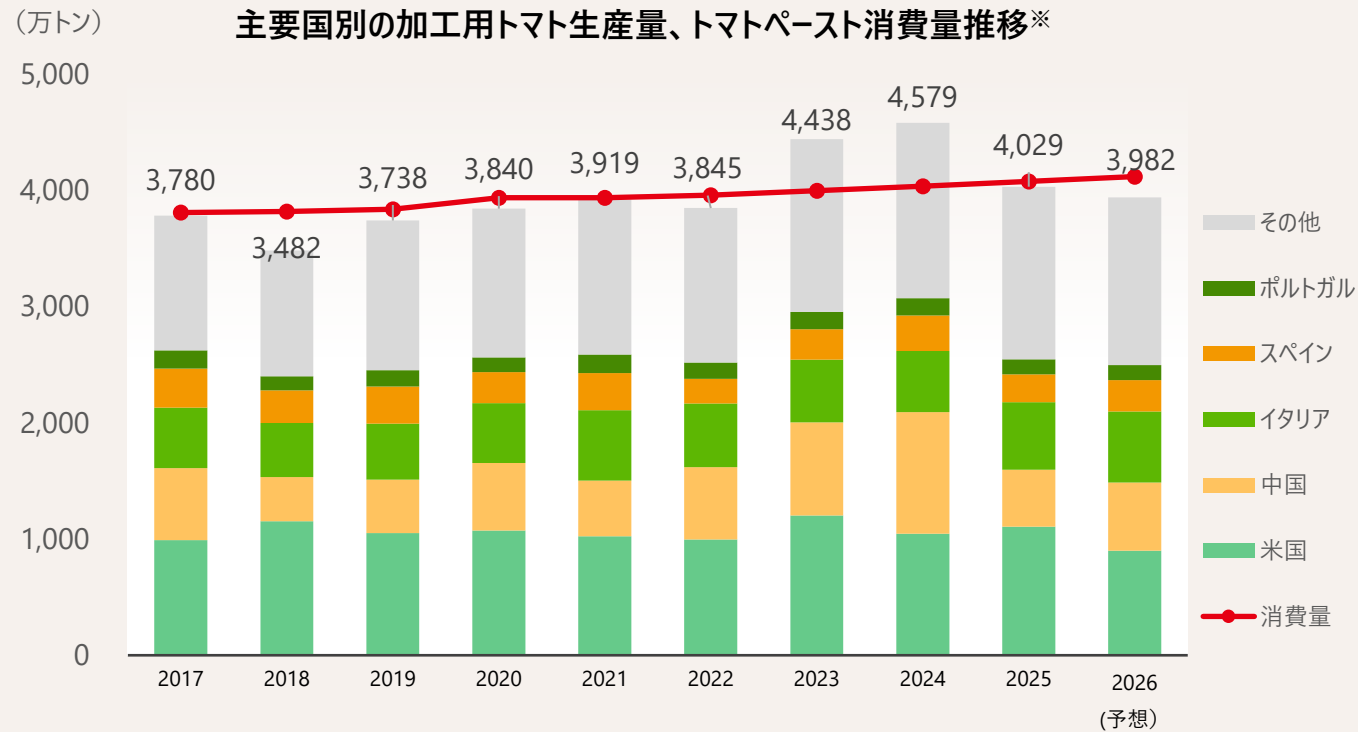


食品他

- **家庭用食品** 売上105億円（前期比+4.1%）
トマトケチャップの万能調味料としての用途が
さらに浸透。
タコスの食卓浸透により、サルサの出荷も好調
- **業務用** 売上138億円（前期比+2.6%）
外食のトマトメニューの伸長により、トマトソース
が好調に推移
新商品の「トマトとニンニク」も好調スタート



世界の加工用トマトの生産量



- 2026Cropの世界の加工用トマト生産量は前年から概ね横ばいが見込まれる
- 米国は豊作だった前年から減産の計画
- 欧州、中国は前年から増産の見通し
- 欧州の広いエリアで記録的な熱波が発生、加工用トマトの主要産地の一部では影響も確認
- 当社の主要調達先、海外拠点においては、生育は順調に推移しており、現時点で事業への重大な悪影響は想定していない

米国フードサービスで拡大するチキンカテゴリー

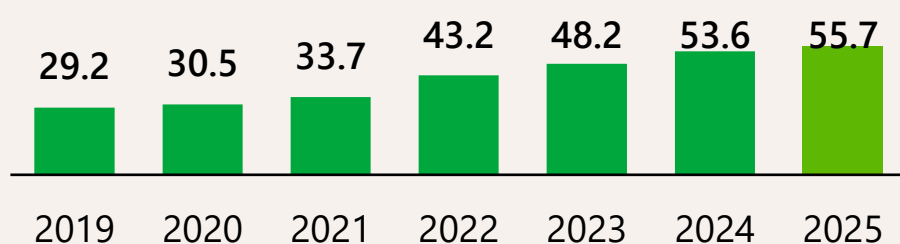
- 北米ではチキン専門業態が多様化し、急速に拡大
- ディップソースやオイルソースなど、カゴメの商品開発力など強みを発揮できる領域であり、新規獲得に注力する

フードサービスにおけるチキンカテゴリー

チキン市場の成長の背景

- ヘルシープロテイン（低脂肪・高たんぱく）への支持が拡大
- 他の食肉と比べて安価で、日常的に選ばれやすい。
- 辛味・アジアン・トマト・BBQ・メキシカンなど多様な味付けが楽しめる。

米国チキンレストランチェーン市場規模の推移（十億米ドル）



出典：Datassential（2019～2025年）

カゴメの競争優位性

- ディップソース・オイルソースで、トマトや調味加工で培ったカゴメの強みを発揮
- 時間が経ってもサクサクとした食感と風味が維持できる独自技術を使ったCRUNCH SEALなどをラインナップ



チキンサンド



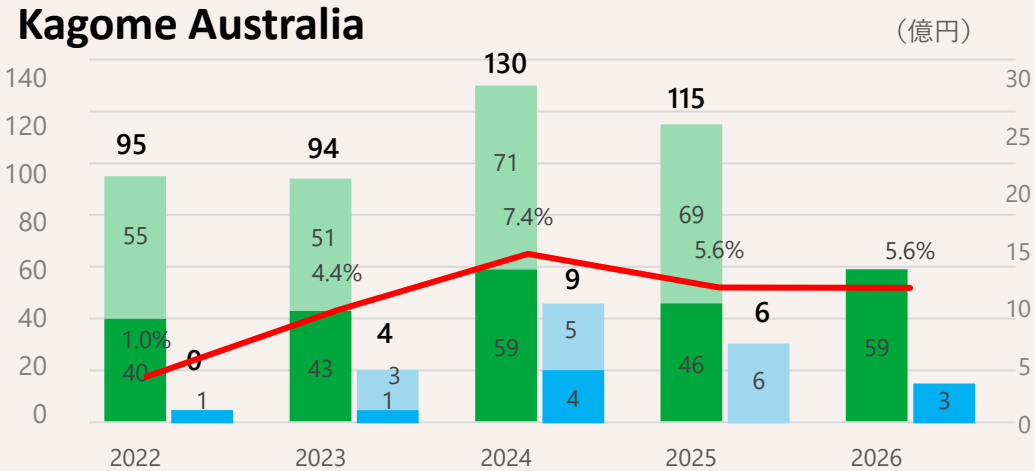
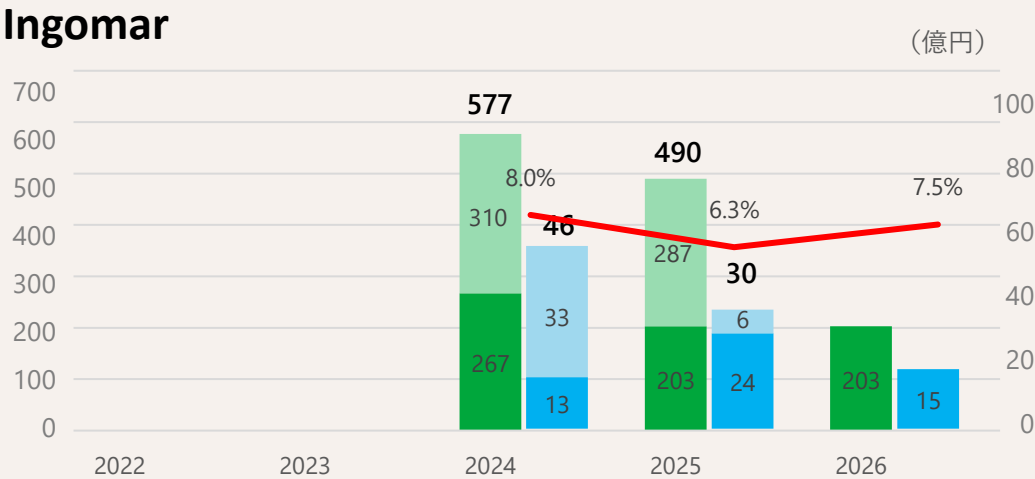
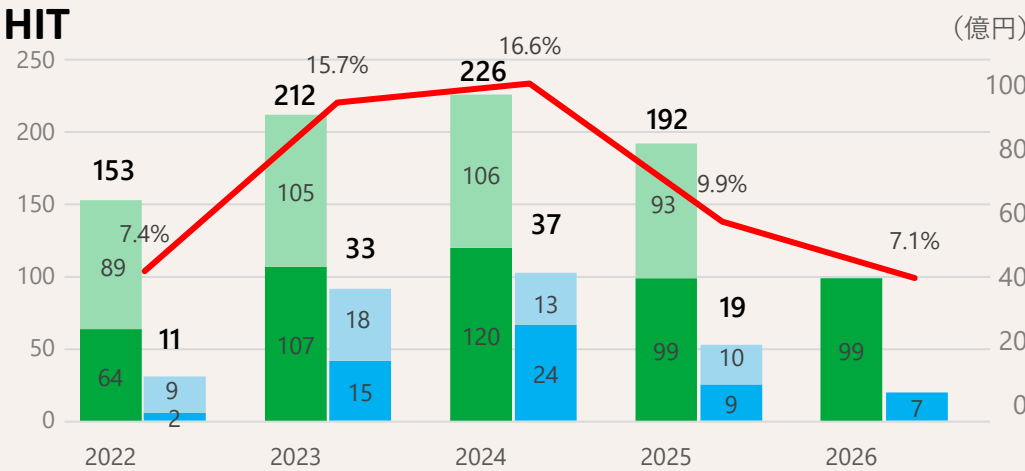
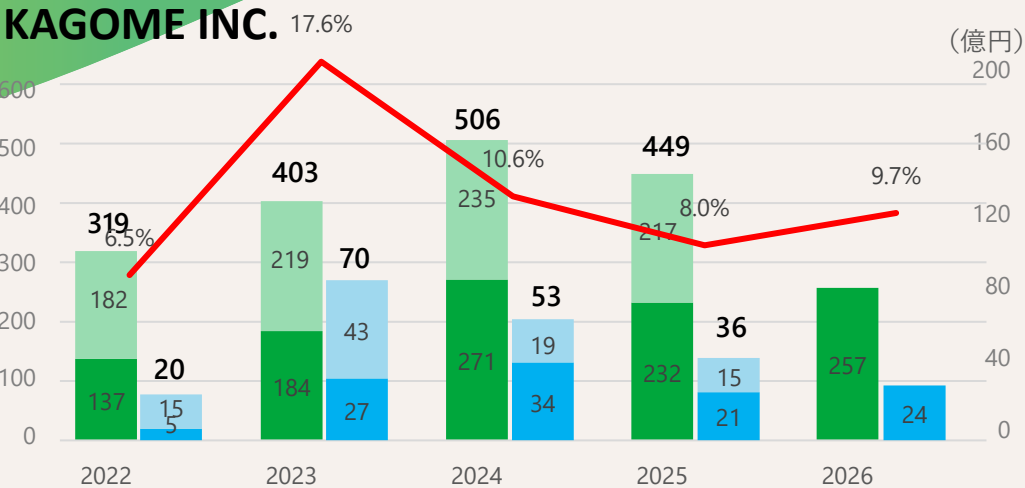
チキンテンドー+ディップ



ホットチキン／ウィング

写真はイメージ

2026年度 国際事業 主な子会社業績



■ 売上収益(上期) ■ 売上収益(下期) ■ 事業利益(上期) ■ 事業利益(下期) — 事業利益率 (通期) ※26年事業利益率は上期実績より計算

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 見通しのみに全面的に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。