



FY2019.8 決算説明資料

株式会社農業総合研究所

<証券コード：3541>

- 1. FY2019.8 連結業績**
- 2. FY2019.8 振り返りと課題認識**
- 3. FY2020.8 計画**
- 4. Appendix**

1. FY2019.8 連結業績

昨年末から年明けの暖冬による相場安の影響を受けるも、物量調整等の取組みにより黒字転換
KPIは堅調に増加し、計画通りの投資により収益成長の基盤を着々と固める

KPI



店舗数の増加

前期末
1,185店舗
*国内店舗

(前期比 +231店舗)
1,416店舗
*国内店舗



生産者数の増加

前期末
7,845名

(前期比 +760名)
8,605名



集荷場の増加

前期末
86拠点

(前期比 +6拠点)
92拠点

業績総括



流通総額(GMV)*の拡大

前期
8,778百万円

(前期比 109.5%)
9,614百万円



売上高の拡大

前期
2,310百万円

(前期比 134.3%)
3,102百万円



経常利益の黒字化

前期
△47百万円

(前期比 -%)
20百万円

*流通総額 (GMV) : スーパー等において最終消費者に購入いただいた最終販売価格の総計

投資計画



物流投資

- ▶ 東京加工センターを開設し、加工業務の受託体制を整備
- ▶ 自社センター横展開は翌期に予定



IT投資

- ▶ システム開発は概ね計画通りに実行
- ▶ 小売店向けアプリ「直ぽ」の試験利用実施



人材投資

- ▶ 重点地域で拠点を開設し、新規部署を立上げる
- ▶ 単体で106名まで拡大

相場状況と当社業績の関係

状況

11月～5月まで市況相場の安値が続き、当社商品の単価下落を招く

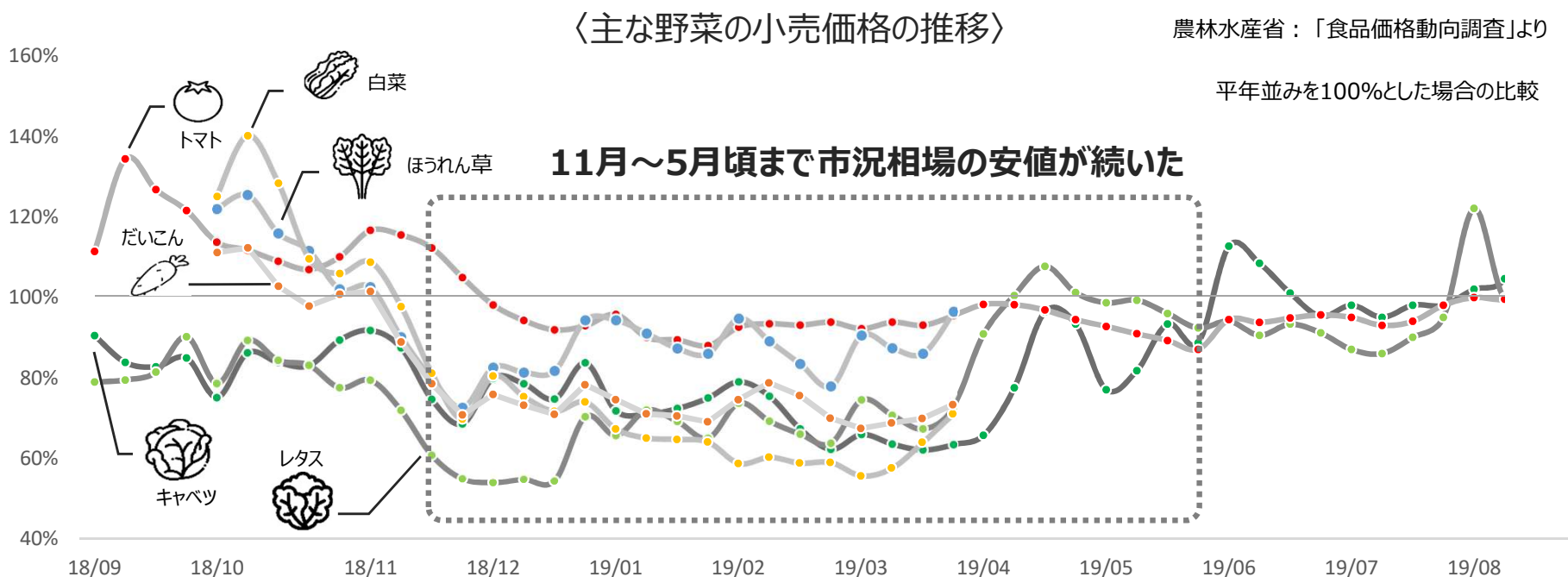
業績への影響

流通総額

当社プラットフォームでは市況相場を参考に生産者が値付をするため、相場安局面では当社の商品売価も下落傾向となり、流通総額の下振れ圧力となる

利益率

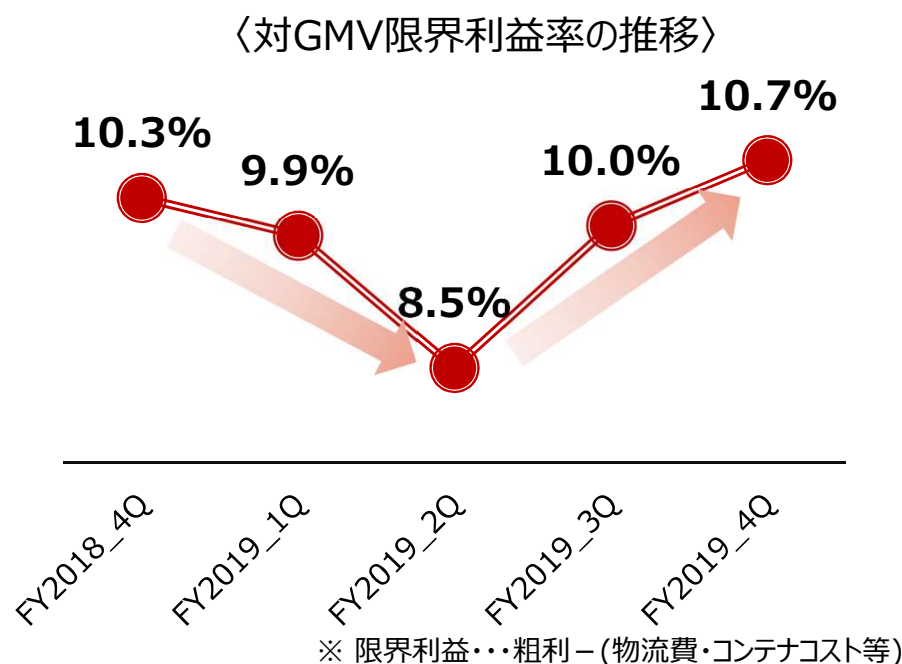
物流費はコンテナ当たりの従量課金であるため、相場下落や重量野菜の買取増加などによってコンテナ当たり売上高が下落すれば、物流費率が上昇（＝利益率が下落）する



相場安局面以降、出荷するほど利益率低下を招くため、物量抑制してでも利益率改善を優先

施策

1. 需要に基づく物流効率の高い品目に絞り買取を強化
2. 不確実性が高い、新規店舗への供給を調整
3. 比較的効率の低い物流便を抑制
4. 仕入交渉時から商品仕入時までの相場変動が大きい場合、価格を再交渉できるオプションを設定



利益率の改善に貢献したが、物量抑制を伴う施策であるため、流通総額の下振れ要因となった

連結決算総括

利益率優先の施策により、流通総額は9.5%増に留まるも対GMV売上総利益率が1.4ポイント上昇
計画的な買取による買取委託の拡大に伴い、売上高が34.3%増

単位：百万円	FY2019.8実績		FY2018.8実績		前年同期比	
	4Q累計	対売上高比	4Q累計	対売上高比	増減額	増減比
流通総額	9,614		8,778		836	109.5%
売上高	3,102		2,310		792	134.3%
委託販売	1,557		1,391		166	112.0%
買取委託	1,094		609		485	179.6%
卸販売	59		37		22	160.4%
その他	135		105		30	128.7%
子会社	256		168		88	152.4%
売上総利益	1,965	63.4%	1,672	72.4%	293	117.6%
委託販売	1,557	100%	1,391	100%	166	112.0%
買取委託	218	19.9%	135	22.2%	83	161.6%
卸販売	10	18.0%	8	21.6%	2	133.2%
その他	110	82.1%	87	82.9%	23	127.5%
子会社	68	26.6%	51	30.4%	17	133.3%
販売管理費	1,960	63.2%	1,769	76.6%	191	110.8%
営業利益	5	0.2%	△ 96	△ 4.2%	101	-
経常利益	20	0.7%	△ 47	△ 2.0%	67	-

流通総額に対する
売上総利益率
…20.4%

流通総額に対する
売上総利益率
…19.0%

(補足) セグメント別の会計方針

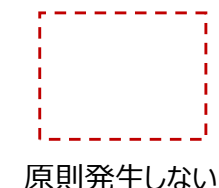
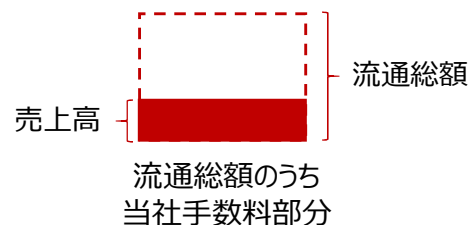
会計方針

売上高

売上原価

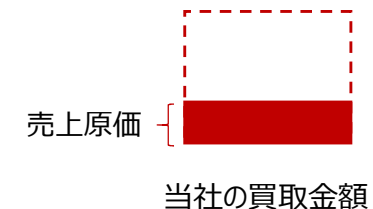
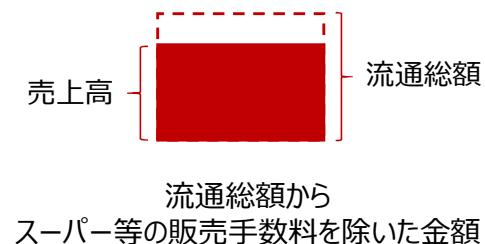
委託販売

スーパー等の直売コーナーで委託販売を行う流通プラットフォームを提供。流通総額のうち、当社手数料部分を売上高に計上し、原則売上原価の計上なし。



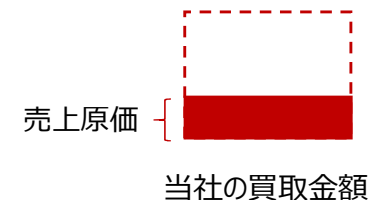
買取委託

当社が農産物を買取り、スーパー等で委託販売を実施。そのため当社が在庫リスクを負う。消費者の需要を見越した値付けにより、少ないロス率が特徴。流通総額のうち、スーパー等の販売手数料を差し引いた金額を売上高に計上し、買取仕入高を売上原価に計上。

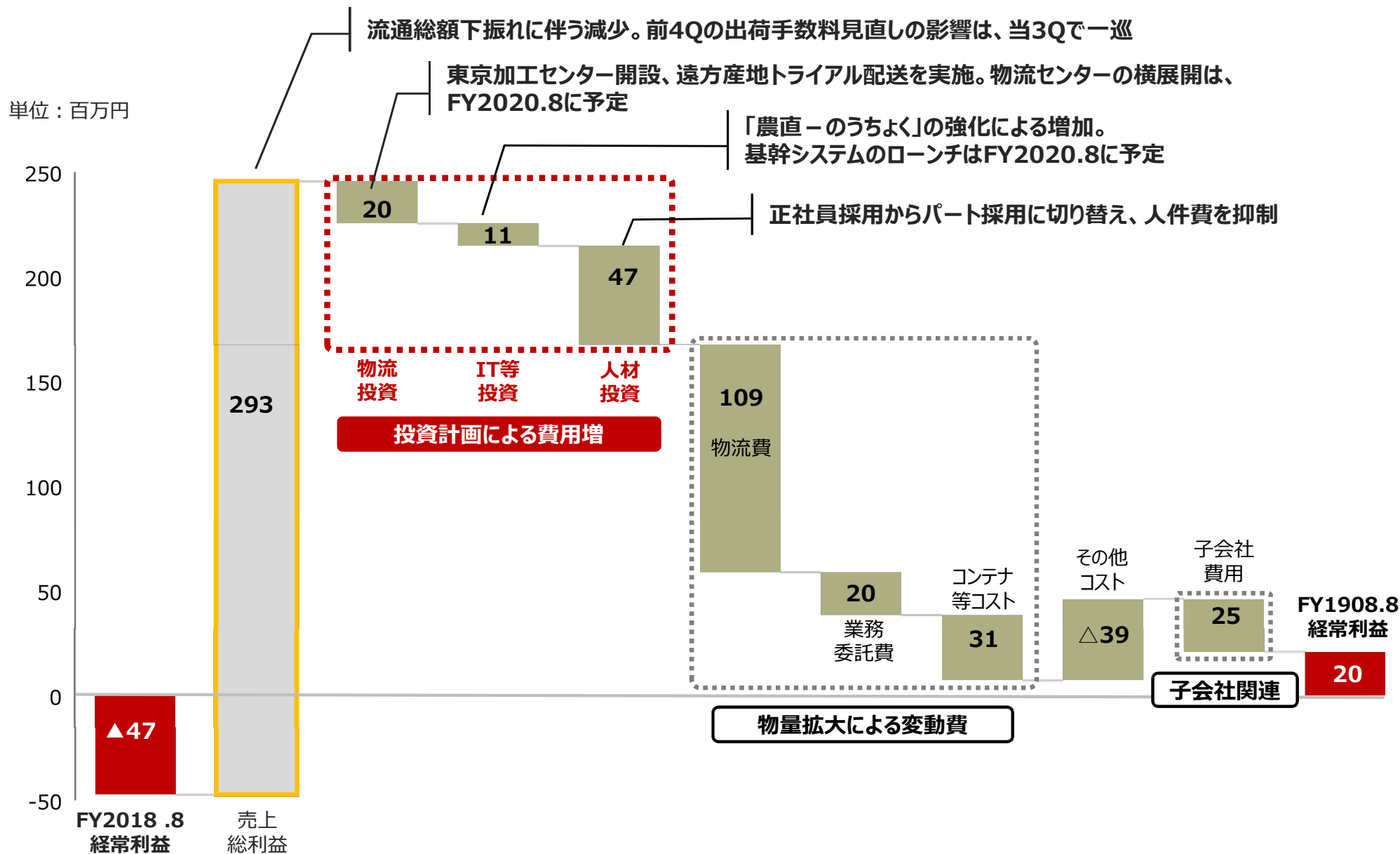


卸販売

当社が農産物を買取り、スーパー等へ販売を行う、通常の仕入れ販売。スーパー等へ販売した金額を売上高に計上し、買取仕入高を売上原価に計上。



経常利益分析



経営指標：流通総額

物量調整しつつも着実に成長し、四半期別で過去最高の流通総額・流通点数を達成

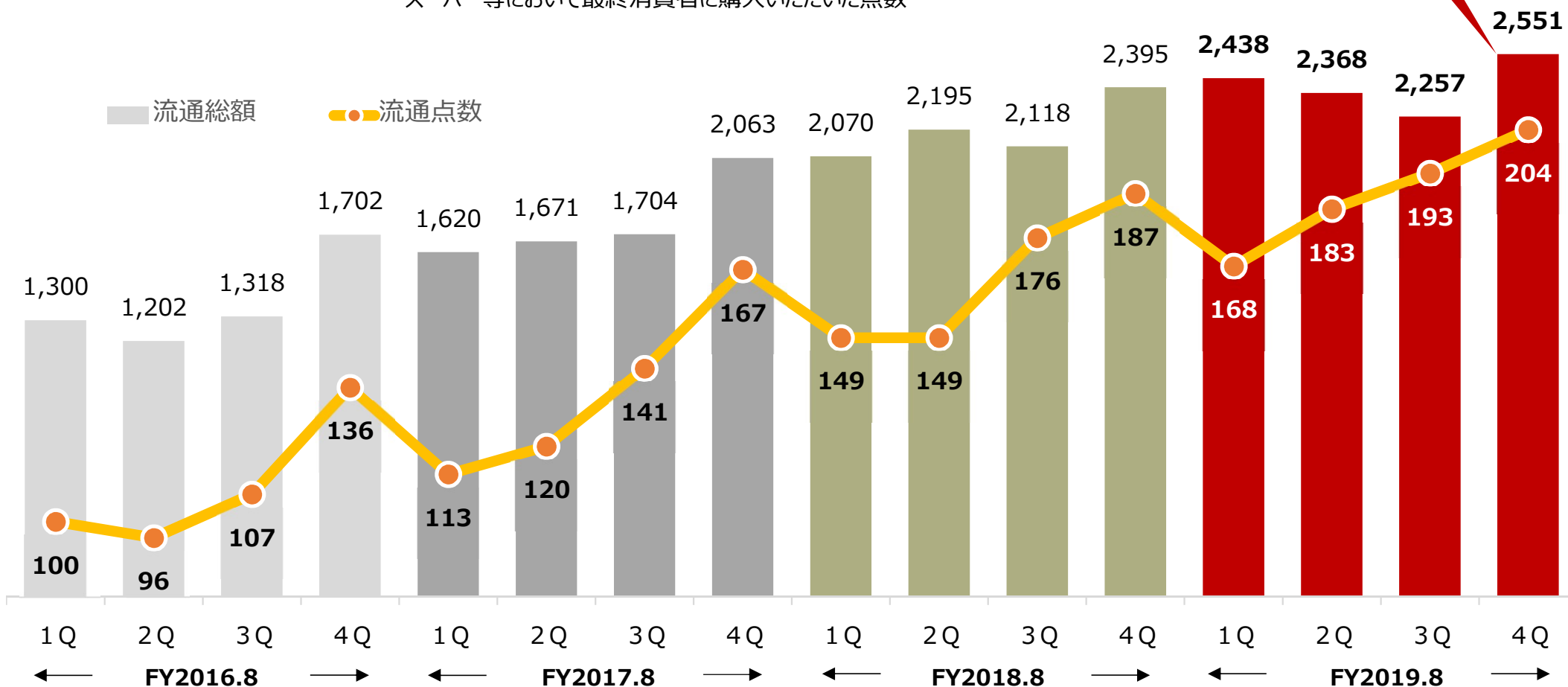


流通額：百万円

流通点数※：FY2016.8 1Qの流通点数を100とした場合の推移（国内）

※流通点数：「農家の直売所」プラットフォームを經由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数

流通総額・流通点数ともに
四半期別過去最高を更新



経営指標：店舗数

大手小売店への導入が決まり、今後の店舗展開に好材料

主要取引先

(株)阪急オアシス、イオンリテール(株)、サミット(株)
合同会社西友、(株)ダイエー、イズミヤ(株)、(株)東急ストア
小田急商事(株)、コーナン商事(株)、富士シティオ(株)
(株)いなげや、(株)マルエツ、(株)平和堂、(株)ラルズ
(株)ライフコーポレーション、(株)関西スーパー
ユニー(株)、(株)ベルク、(株)エレナ、(株)トライアルカンパニー
… etc.

NEW FY2019.8より導入
(株)イトーヨーカ堂、(株)道南ラルズ、(株)ドン・キホーテ
… etc.

当社取引先導入率 **25.4%** (前期末△1%ポイント)

当社の全国導入率 **6.8%** (前期末+1%ポイント)

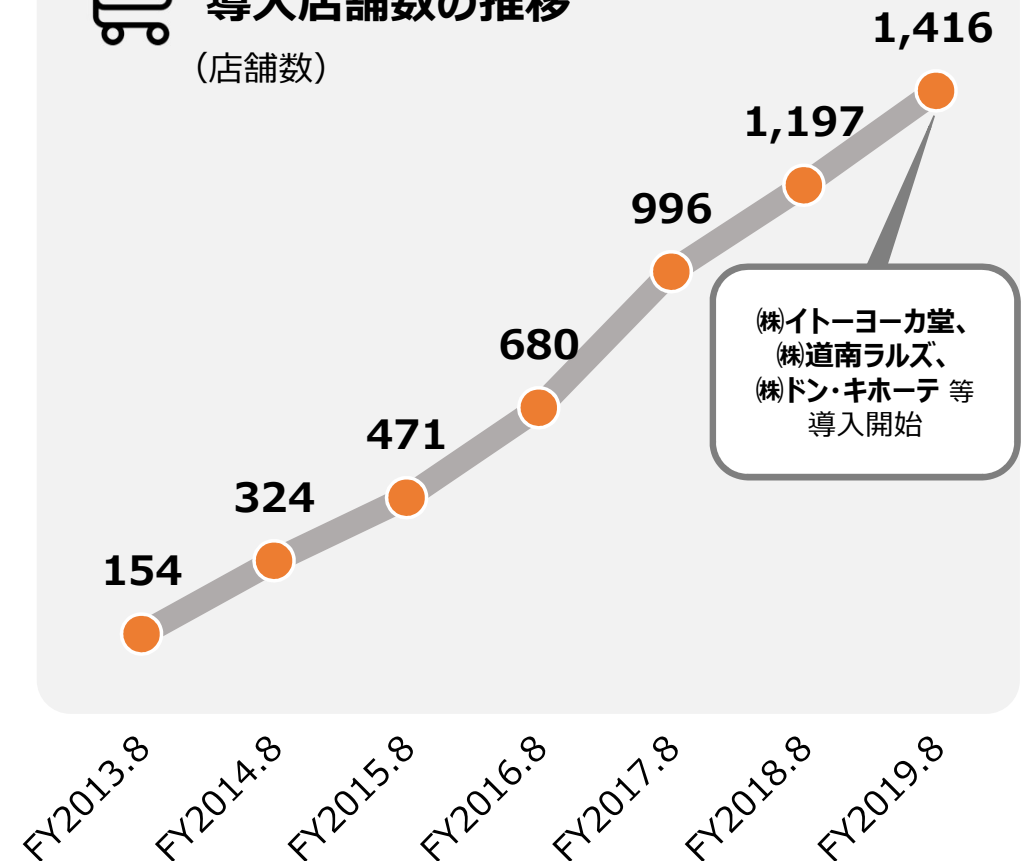
(全国のスーパー数：20,840店舗)

※出所：新日本スーパーマーケット協会「2019年スーパーマーケット白書」



導入店舗数の推移

(店舗数)



(株)イトーヨーカ堂、
(株)道南ラルズ、
(株)ドン・キホーテ 等
導入開始

経営指標：生産者数

登録者数は重視しつつも、安定的に供給できる生産者の増加に注力

全国に展開する登録生産者

	FY2018.8	FY2019.8
北海道・東北	163	177
関東	1,450	1,721
北陸・甲信越	794	915
東海	301	310
関西	3,903	4,126
中国・四国	963	1,056
九州・沖縄	271	300
合計	7,845	8,605

全国の総農家数：2,155,082戸のうち

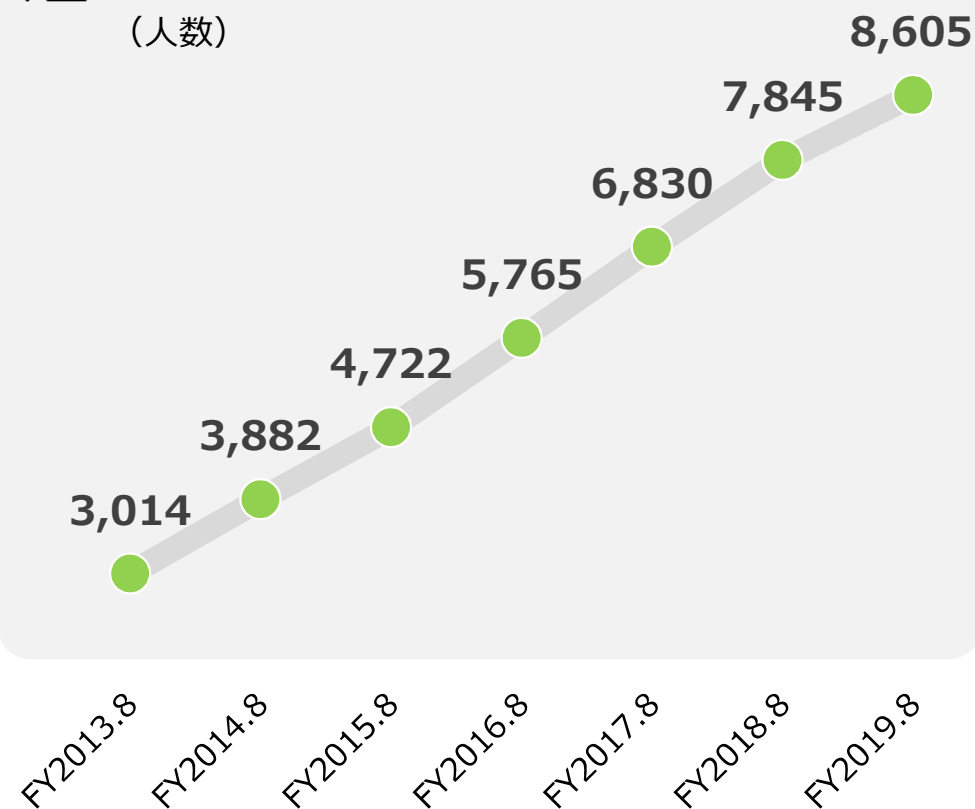
※出所：農林水産省「2015年農林業センサス」

当社の全国登録率 **0.40%** (前期末+0.04%ポイント)



登録生産者数の推移

(人数)



経営指標：集荷拠点数

鳥取県に集荷拠点を初開設し、導入産地が33都道府県まで拡大

全国に展開する集荷拠点

	FY2018.8	FY2019.8
北海道・東北	5	7
関東	16	18
北陸・甲信越	10	11
東海	7	8
関西	24	21
中国・四国	15	16
九州・沖縄	9	11
合計	86	92

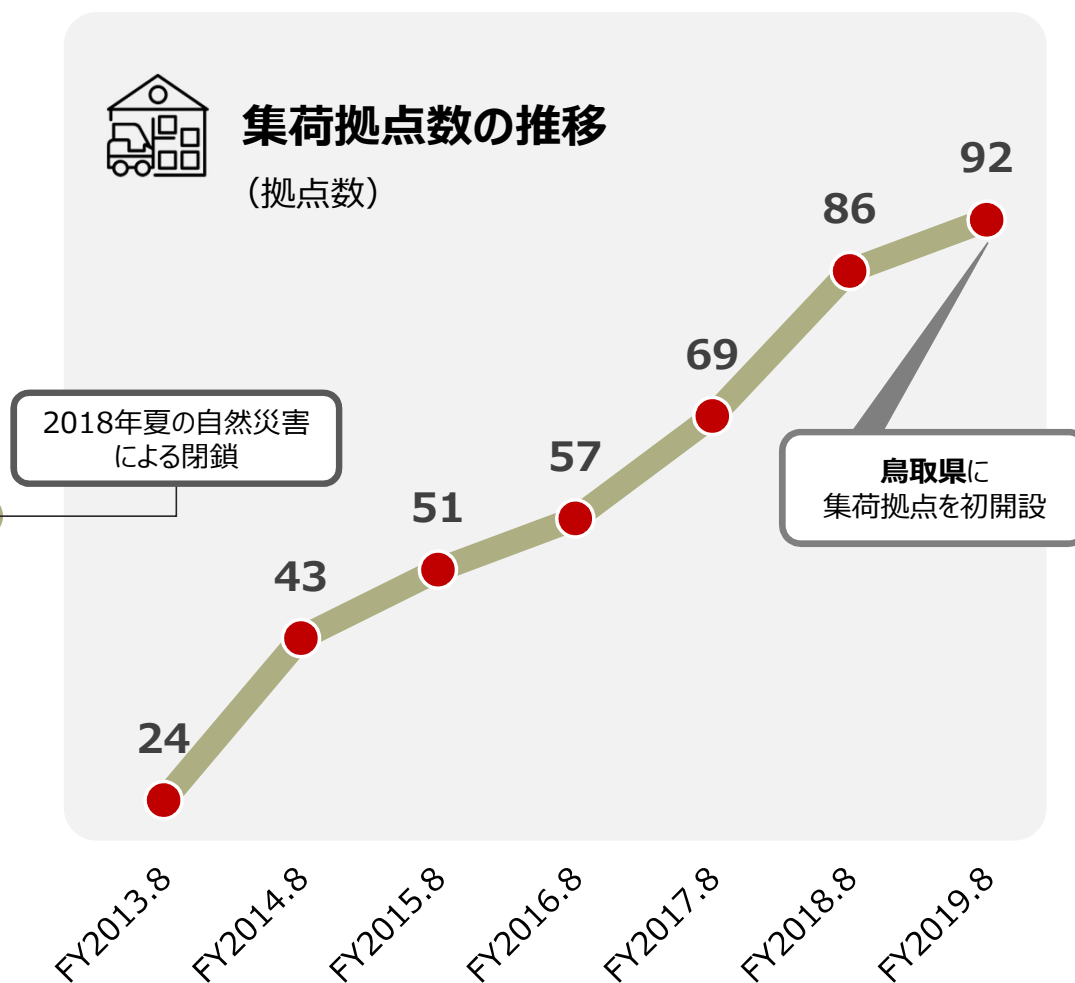
全国の47都道府県のうち

当社の導入産地 **33都道府県**



集荷拠点数の推移

(拠点数)



2. FY2019.8 振り返りと課題認識

成長戦略（再掲）

スーパー等の供給に対する事業体制の再整備を行うため、FY2017.8からFY2019.8までの三か年を、流通総額拡大のために向けた「積極投資フェーズ」とする

FY2019.8の目標

トップラインの重層化に向けた「物流」「IT」「人材」への投資を実行する

中期経営計画の振返り

「物流」投資計画

- ▶ 物流センター（大田市場）を活用した更なる事業投資

「IT」投資計画

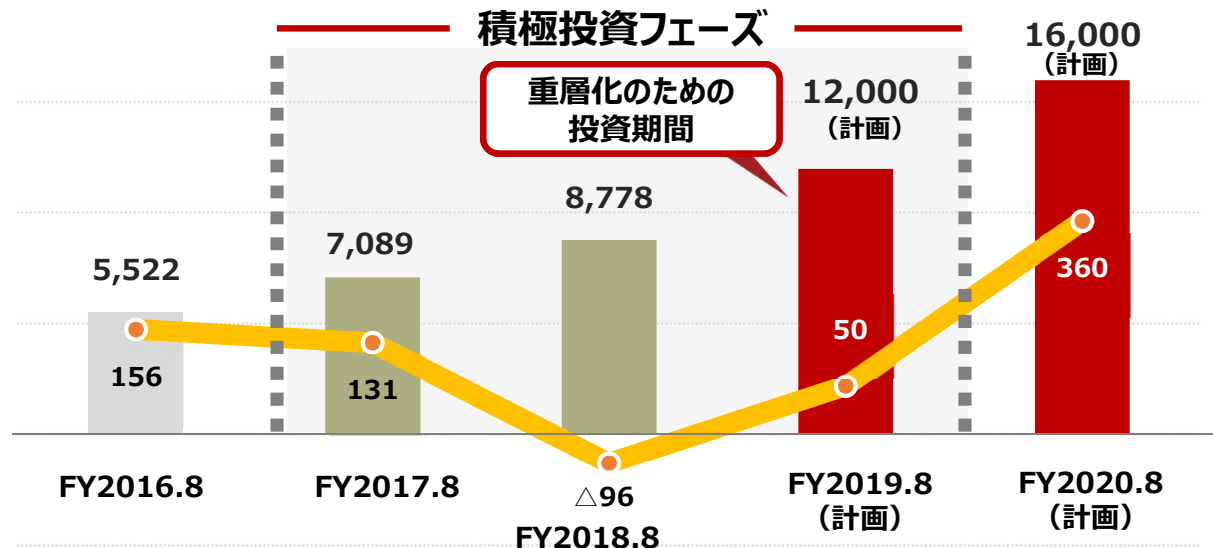
- ▶ 基幹システムの刷新
- ▶ 小売店バイヤー向けアプリの開発

「人材」投資計画

- ▶ 重点目標地域を中心に人材を投入

流通総額及び営業利益
(単位：百万円)

今期及び来期の計画は、期初公表時の
通期計画



FY2019.8計画 結果総括

項目	計画目標	実績結果
流通総額	120億円	96億円
営業利益	50百万円	5百万円

✓ 相場安に伴う単価下落、及び利益率優先の施策実行に伴う物量抑制が、流通総額に影響。

✓ 新規事業によるトップラインの重層化は緒に就いたところで、売上貢献は来期以降。

✓ 流通総額の下振れによる影響

FY2019.8 投資計画

- 1 中～大型生産者からのニーズが高い加工業務(パッキング等)の受託体制の整備
- 2 大型産地開拓のため、遠方産地からの市場便のトライアル運用を実施
- 3 物流コスト削減と物流網効率化のため、大田市場での経験を生かした、他エリアへの自社センター横展開

FY2019.8 投資成果

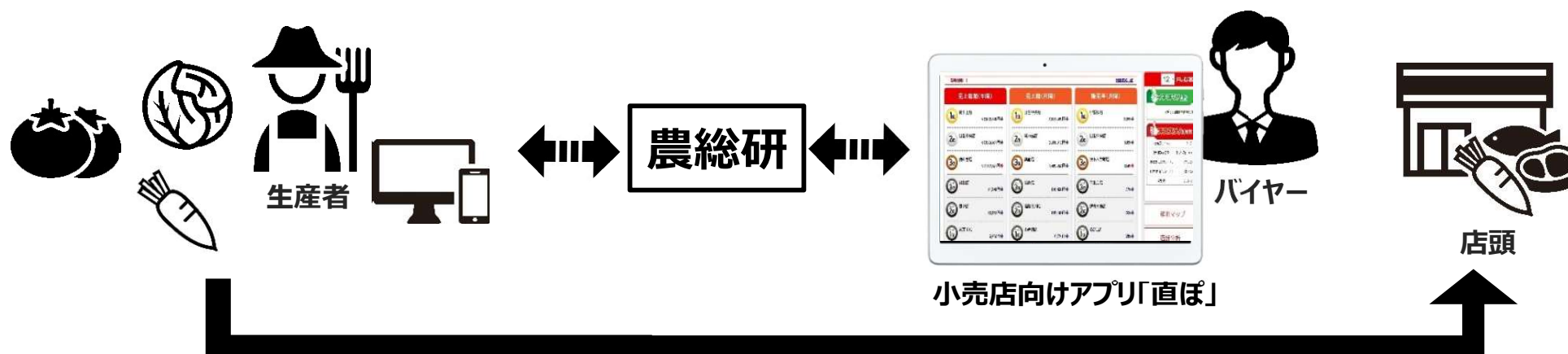
- ✓ 東京加工センターを開設し、加工業務の受託を開始
- ✓ 生産者からの評価も良好で、出荷促進に繋がることを確認
- ✓ 九州便や北海道便などを試験運用
- ✓ 単品大量輸送には効果的であることを確認
- ✓ 名古屋エリアはトライアルを開始
- ✓ 大阪エリアでの横展開はFY2020.8を予定

FY2019.8 投資計画

- 1 蓄積された生産・販売データの利便性向上と更なる有効活用を目指し、基幹システムを刷新
- 2 委託販売プラットフォームの更なる強化のため、小売店バイヤー向けアプリ『直ぽ』を開発
さらに、同プラットフォームを基盤に産直コーナー以外の小売店流通を構築

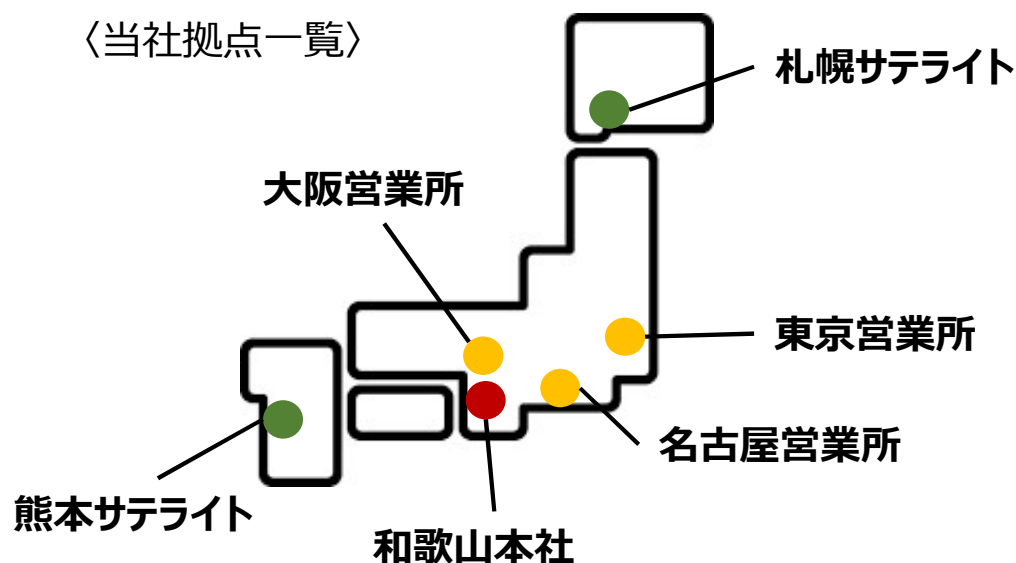
FY2019.8 投資成果

- ✓ 概ね計画通りに進捗
- ✓ 消費税対応等の追加開発により、ローンチは12月を予定
- ✓ バイヤーと生産者を直接結び、スーパーマーケットのPB商品として受発注をする試験利用を実施
- ✓ 産直コーナー以外への流通構築の足掛かりとする



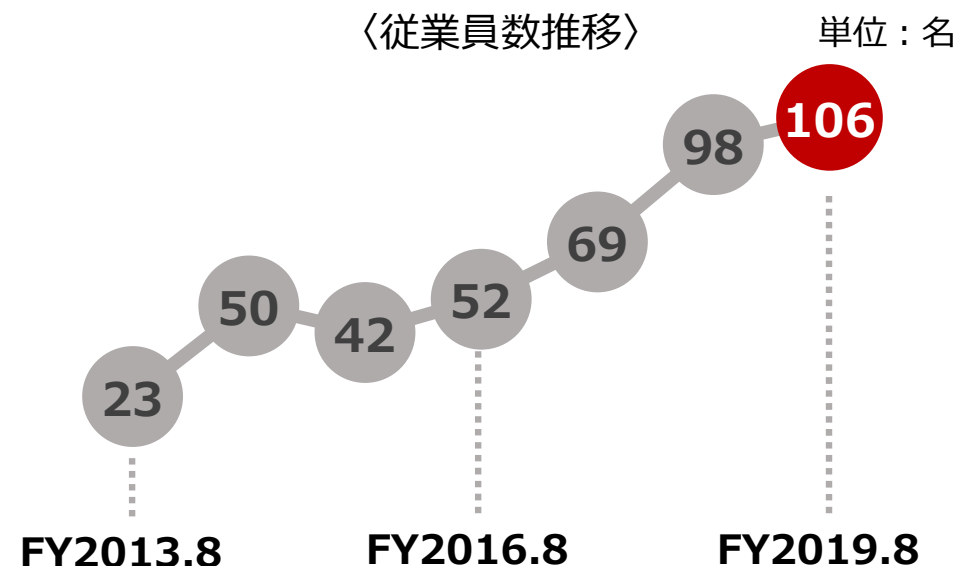
FY2019.8 投資計画

- 1** 重点目標地域を中心に人材投入し、
全国の有力生産地を網羅できる体制
を整備
当社単体で、110名まで拡大予定



FY2019.8 投資成果

- ✓ 中部地域に名古屋営業所を開設し、
5名体制で本格稼働を開始
- ✓ 物流や新規事業を担う部署を立上げ、
組織体制の充実を図る
- ✓ 採用は概ね計画通りに進み、単体で
106名まで拡大



重層化の取組み

	FY2019.8	FY2020.8
生産者側		
資材販売	サイト構築し、サービス開始 住商アグリビジネス(株)との提携	商品ラインナップの拡充
種苗提案	(株)ウエルシードとの事業提携を発表	本格展開
加工受託	トライアルを実施し、効果を確認	事業化に向けサービスの立上げ
人材支援	—	(株)アグリメディアとの事業提携を発表
販売側		
プロパー販売	直販課を立上げ、基盤づくり	本格展開
彩直（外食）	継続的にチューニング	取扱い店舗の拡大
米事業	—	(株)神明との事業提携を発表

- ✓ 現行の出荷手数料の仕組みだと、相場変動が業績に影響を及ぼす
- ✓ 店舗数は順調に伸びているが、物量抑制により、流通総額が伸びない



今期解決に向け、対策を実施する

3. FY2020.8 計画

FY2020.8 業績目標

項目	3か年計画		見込み
流通総額	160億円	▶	105億円
営業利益	3.6億円	▶	60百万円

✓ 市況相場は、FY2019.8と同水準を想定
✓ 相場影響と買収抑制、子会社の非連結化など、3か年計画策定時からの状況変化により流通総額の見直し

✓ 流通総額の下振れによる影響

FY2020.8に業績が相場の影響を受けにくい仕組みを構築し、FY2021.8以降の流通総額の積極的な拡大につなげる

相場変動に関係なく利益水準を維持できる仕組みの確立

1

出荷手数料を料率負担
から個建負担に変更



相場局面に関係なく物流
コストを回収

2

バラ出荷方式の導入と
業務受託の本格開始



コンテナ当たり売上高の
安定化による利益率維持

物流費の個建負担方式への変更

**現在：料率負担
出荷額の8.5%**

料率負担では相場下落局面においては物流費負けしてしまい、
出荷手数料のみで賄えない（＝当社負担が発生）

**変更後：個建負担
コンテナあたり課金**

個建負担であれば、相場局面に関係なく出荷手数料から
物流コストの回収ができる



現在 ※金額はイメージ

出荷手数料／1コンテナ	
相場上昇時	425円
相場下落時	68円
物流コスト／1コンテナ	300円
.....	
差引金額／1コンテナ	125円～ ▲232円

- ✓ 相場下落局面において、物流コストを回収できないと、限界利益率悪化の原因となる
- ✓ 特に単価の低い品目(大型野菜など)は物流費負けしやすい傾向にある

変更後 ※金額はイメージ

出荷手数料／1コンテナ	
相場上昇時	300円
相場下落時	300円
物流コスト／1コンテナ	300円
.....	
差引金額／1コンテナ	0円

- ✓ 相場局面に関係なく、物流コストを回収できるため、原則 限界利益率に影響はない
- ✓ 品目構成による単価変動の影響を受けない

バラ出荷方式・・・

これまで生産者が行う必要のあった、袋詰め・シール貼り・商品振分を当社に委託できる、さらに自由度の高い出荷方式

メリット①

生産者は店舗まで選択する必要がないため、
手間が格段に軽減
(生産者の出荷促進につなげる)

メリット②

当社で商品振分を行うことで、最適物量を
実現し物流効率化が図れる
(コンテナ当たり売上高を高める)



FY2019.8

バラ出荷方式の試験運用したところ、実際に
コンテナ当たり売上高の上昇を確認

FY2020.8 計画

- ・千葉県内 集荷場でバラ出荷方式の導入
- ・東京加工センター拡張移転
- ・大阪物流センター本格始動

FY2020.8 数値計画

FY2019 3Qより非連結決算へ移行しているため、単体数値にて計画

単位：百万円	FY2020.8計画(単体)		FY2019.8実績(単体)		前年同期比	
	4Q累計	対売上高比	4Q累計	対売上高比	増減額	増減比
流通総額	10,500		9,497		1,002	110.6%
売上高	3,200		2,852		347	112.2%
営業利益	60	1.9%	44	1.6%	15	134.6%
経常利益	60	1.9%	46	1.6%	13	130.2%

※計画前提

流通総額／相場はFY2019.8と同水準を想定

売上高 ／流通総額の増加率と同様の増加を見込む

営業利益／利益率維持の取組み効果はFY2021.8以降を見込む

4. Appendix

集荷拠点マップ



《稼働中集荷場》

- 【北海道】 芽室、札幌
- 【秋田】 秋田
- 【新潟】 新潟、胎内、豊栄
- 【茨城】 鉾田、石岡、筑西、つくば
- 【東京】 東京、東京大田センター
- 【千葉】 富里、旭、匝瑳、香取、柏
- 【神奈川】 湘南、秦野、小田原
- 【埼玉】 深谷、児玉
- 【静岡】 浜松、焼津、富士
- 【山梨】 甲州勝沼、北杜
- 【長野】 松本、安曇野、須坂、上田、諏訪、中野
- 【愛知】 稲沢下津、豊橋、田原、豊川、一色、名古屋センター
- 【奈良】 大和郡山、橿原
- 【京都】 亀岡、与謝野
- 【大阪】 貝塚第2、富田林、大阪摂津センター
- 【和歌山】 紀の川第1、紀の川第2、和歌山、橋本、かつらぎ、印南、有田、美浜
- 【兵庫】 たつの、三木、淡路、南あわじ、丹波、朝来、豊岡
- 【岡山】 津山
- 【広島】 大崎上島、世羅
- 【香川】 高瀬、高松、豊浜郵便局
- 【徳島】 小松島
- 【高知】 高知、土佐郵便局、安芸郵便局、土佐山田郵便局
- 【愛媛】 丹原、西予郵便局、松山西郵便局、松山南郵便局
- 【鳥取】 米子
- 【長崎】 有喜、西海、エレナ島原栄町店
- 【熊本】 植木
- 【宮崎】 川南、西都、都城
- 【鹿児島】 鹿児島
- 【沖縄】 那覇、石垣島

株式会社神明 との業務提携により、米集荷ビジネスの協働を開始

当社の集荷場で米の集荷を開始し、神明の販売網を利用することで、米の流通量拡大を推進する。一方、神明グループが保有する野菜・青果の集荷インフラを当社が利用することで、米・野菜・果物の流通コスト最小化を図ると共に、生産者の利益最大化に貢献することを目指す。

kurashiru のdely との業務提携により、当社商品にレシピ掲載を開始

「どのように食べたらよいか？」といったレシピを求めるニーズにお応えし、当社商品 が持つ“顔が見える新鮮な農産物”という強みだけでなく、“良質なレシピ提供”という付加価値も同時に提供することが可能に。

株式会社アグリメディア との連携により、人材領域の支援をスタート

アグリメディアが運営する求人サイト「あぐりナビ」に、当社登録生産者の求人情報を掲載。「人がいなくて困っている」「人員さえ確保できれば様々な施策ができる」という当社登録生産者のニーズに対しての人材支援を実現。また、「あぐりナビ」の取引生産者が販路に困っていれば、新しい販路として当社の農産物流通プラットフォームを提供することも可能。

JP 日本郵便 九州支社 との取組により、九州に物流拠点を開設

佐賀県鳥栖市に、生産者が直接農産物を持ち込める加工機能を有した集荷拠点及び九州内の農産物を一度に集約する物流拠点を開設
日本郵便 九州支社が持つ物流ノウハウを活用し、九州の農産物流通における物量の拡大や物流の効率化、物流費削減を図る

SAGAWA との連携により、運営委託先集荷場を追加開設

佐川急便の施設（営業所）を活用した集荷場運用のトライアルを経て、今年より本格運用を開始。7月1日より山梨県笛吹市で新たに集荷場を追加開設。
生産者へ販路拡大の機会を提供し、物流量の拡大を見込む

welseedグループとの共同事業により、流通総額の更なる拡大を図る

ウエルシードが得意とする生産指導を含めた種苗販売を当社の生産者にも広げることで、取引先ニーズに細かく対応できる農産物供給を目指す
ウエルシードグループの取引先である加工業者への販路を開拓し、登録生産者に新たな出荷先の提供と流通総額の拡大を図る

JP 日本郵政キャピタル と資本提携契約を締結

株主順位第3位の大株主になり、日本郵政グループより社外取締役 1 名派遣
流通総額・サービス拡大に向けて、同社グループとの業務提携を拡充

Hakuhodo DY holdings グループとの業務提携により、生産者の農業経営をサポート

当社の登録生産者が、全国の直売所等の情報を集めたウェブサイト「チョコバイ！」を
活用し、自分達の農園や農作物の情報を発信

との業務提携により、空港施設内に、農産物の集荷拠点を開設

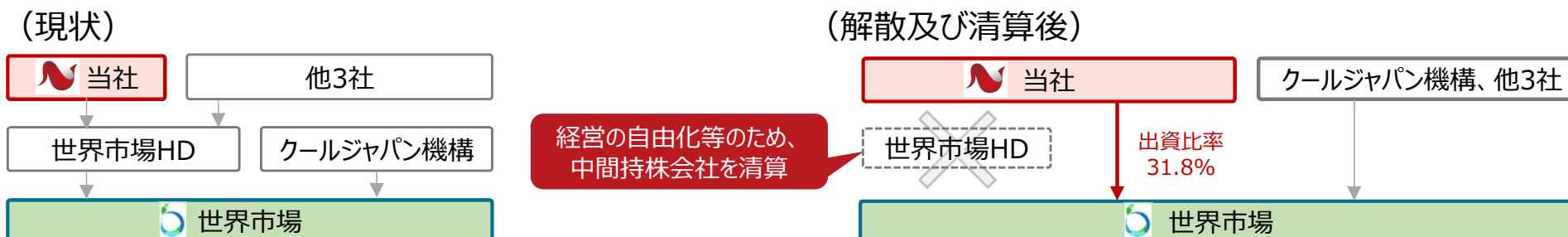
航空輸送網を活用し、全国各地のスーパーマーケット等の販売拠点へ配送を行うこと
で、産地直送農産物の流通経路・販売チャネルの拡大を期待

特定子会社の清算に伴い、FY2019 3Qから非連結決算へ移行

解散及び清算、並びに異動の理由

世界市場経営陣による経営の自由化及び意思決定の迅速化のため

解散及び清算後のスキーム



解散及び清算の日程

- 2019年1月11日 : 当社取締役会決議、世界市場HD臨時株主総会・解散決議
- 2019年4月30日 : 清算終了

株価推移

期間：2016年6月16日～2019年10月11日

※上記期間初日に株式分割がされたものと仮定して算定

株式分割：2017年8月31日（基準日） 1株につき2株の割合

2019年2月28日（基準日） 1株につき5株の割合



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

2019年8月期の予想値につきましては、新たに算出した予想値または決算において差異が生じ、当該差異が開示基準に該当する場合は、速やかに開示をいたします。

本発表に関するお問合せ

株式会社農業総合研究所 担当：坂本・阿部
TEL：03-6417-1047 Mail：ir@nousouken.co.jp