

雪国まいたけグループの事業概要と成長戦略

2021年11月



証券コード:1375



AGENDA

1. 雪国まいたけグループの事業概要
2. 中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)
3. 株主還元

(将来に関する記述等についてのご注意)

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。



1

雪国まいたけグループの事業概要



雪国まいたけグループの概要

株式会社雪国まいたけ



代表者	足利 巖
設立年月	1983年7月
本社所在地	新潟県南魚沼市
証券コード	1375
上場市場	東京証券取引所市場第一部
発行済株式数	39,910,700株
従業員数 ^{*1)}	社員:1,105名、臨時雇用者数:1,321名 (2021年3月末時点)
事業内容	まいたけ、エリンギ、ぶなしめじの生産販売 及びきのこの加工食品の製造販売



瑞穂農林株式会社



京都府京丹波町での
本しめじ、はたけしめじの
生産・販売



株式会社きのこセンター金武



沖縄県金武町での
ぶなしめじの生産・販売



株式会社三蔵農林



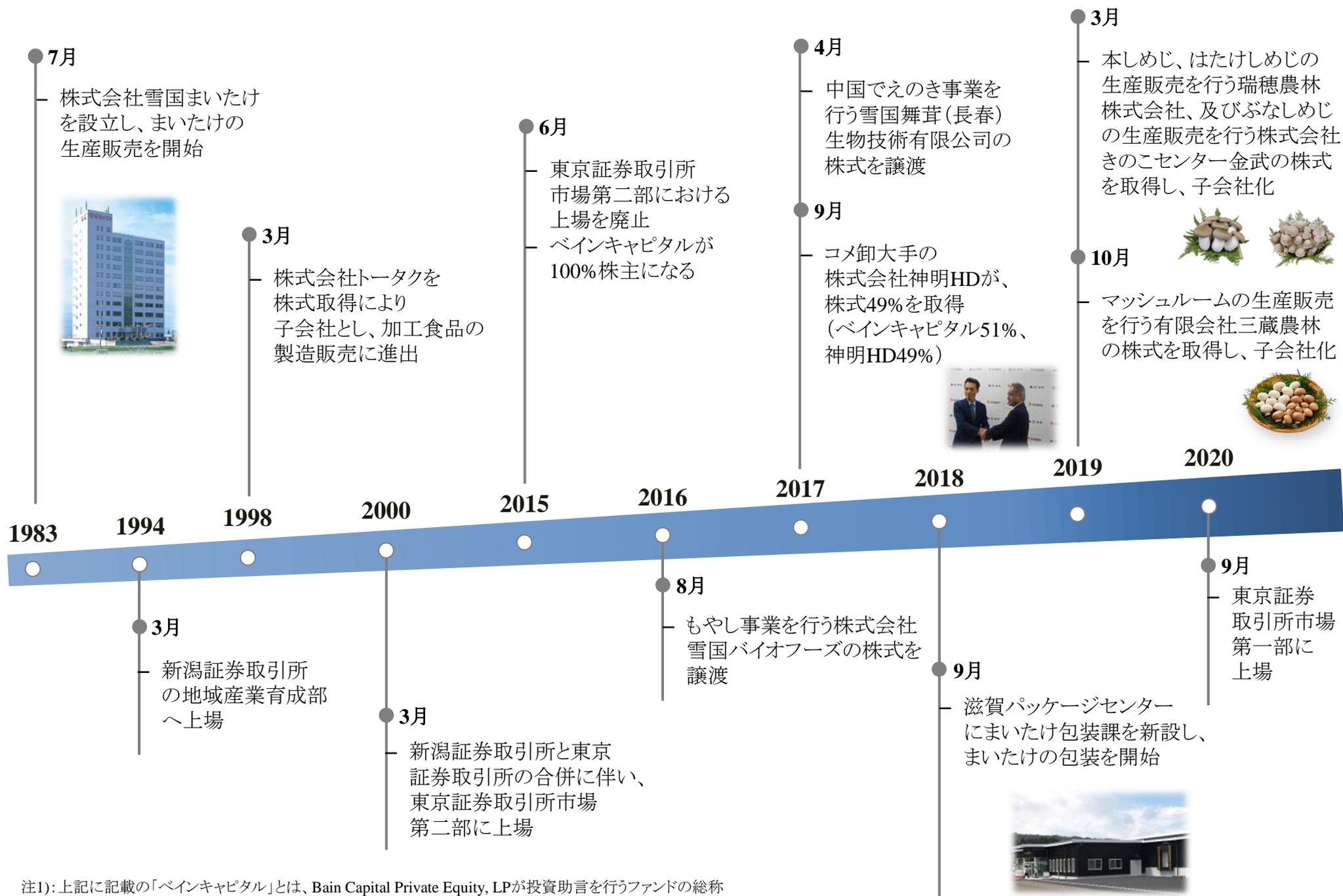
岡山県牛窓町でのマッシュルーム
の生産・販売



*1): 従業員数は就業人員であり、社員数(当社から社外への出向者を除き、社外から当社への出向者含む)と、臨時雇用者数(パートタイマー、人材会社からの派遣社員、季節工を含む、最近1年間の平均人員数)で構成



主な沿革

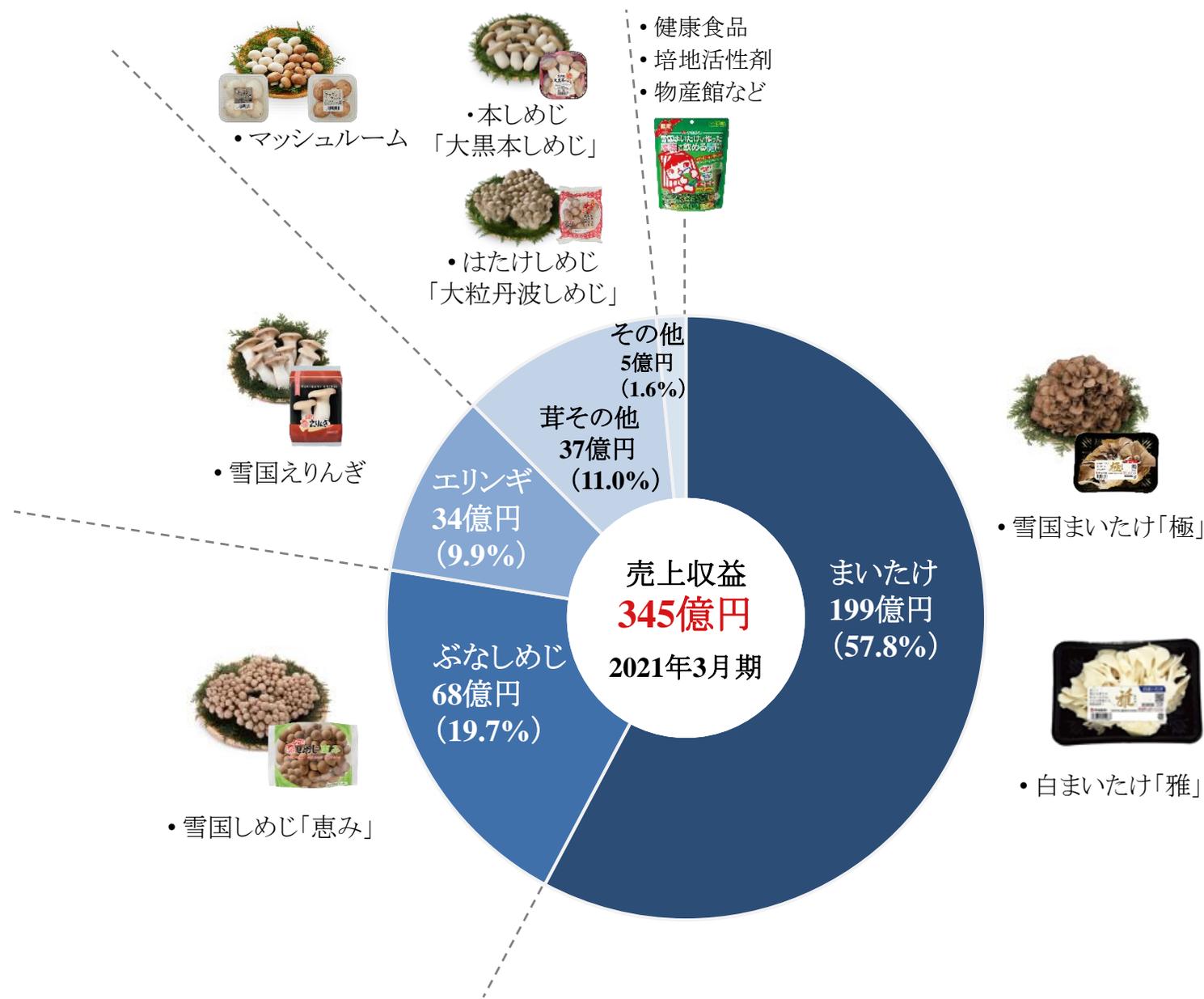


注1): 上記に記載の「ベインキャピタル」とは、Bain Capital Private Equity, LPが投資助言を行うファンドの総称
 注2): 三蔵農林は、2020年3月2日付にて有限会社三蔵農林から株式会社三蔵農林へ組織変更



主な取扱商品と売上収益の構成比

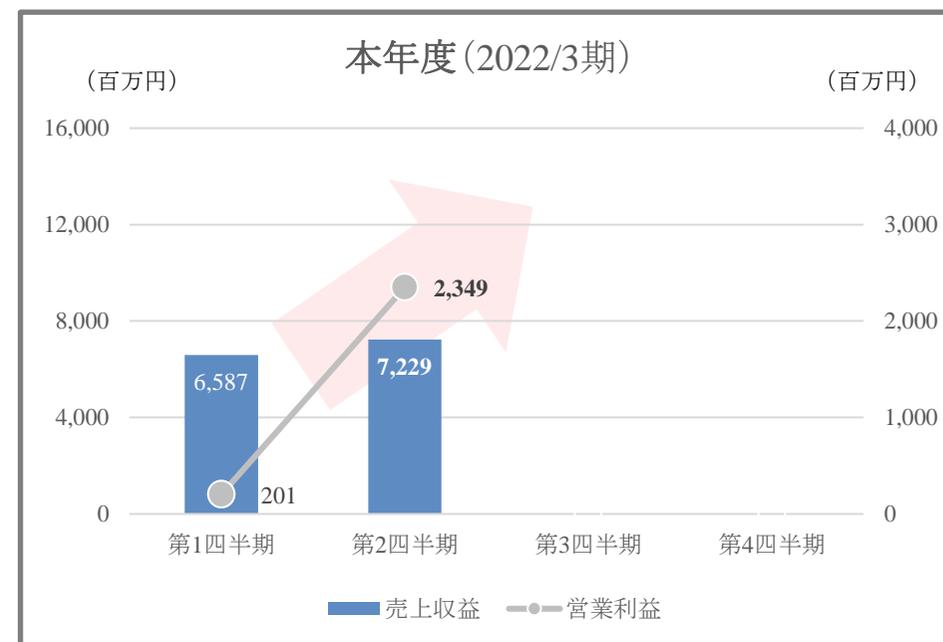
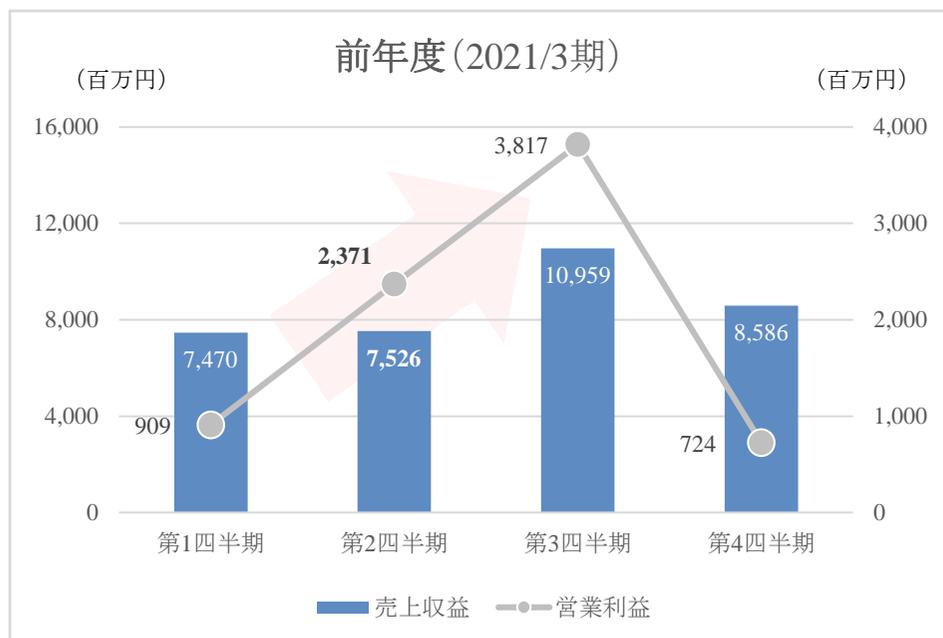
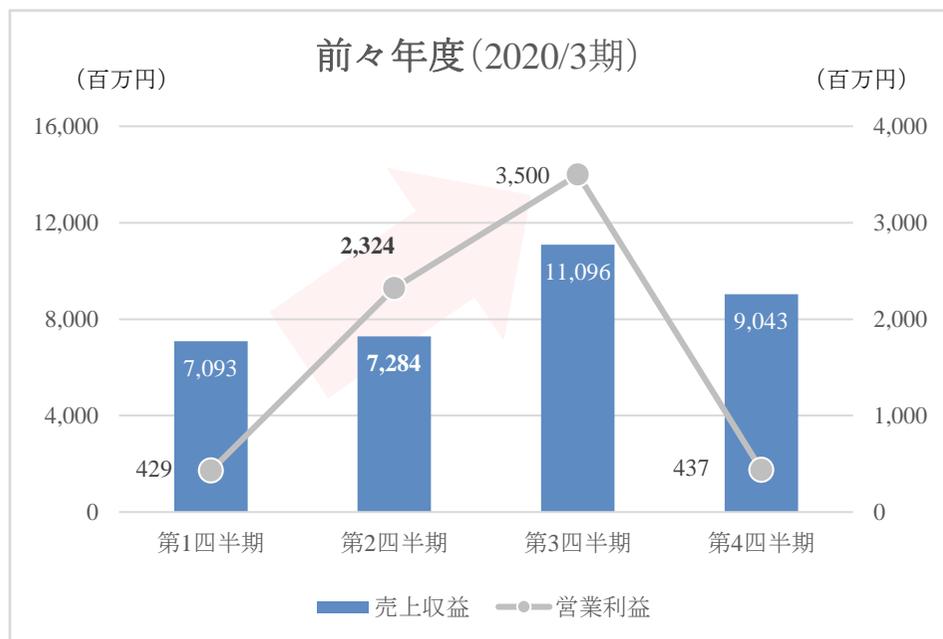
まいたけの量産を世界で初めて成功し、きのこ生産を工業化した、「プレミアムきのこ」のトップシェアメーカー
 まいたけをはじめとしたきのこ類に加え、きのこポートフォリオを活かした健康食品、加工食品等を展開





連結経営成績(四半期推移)

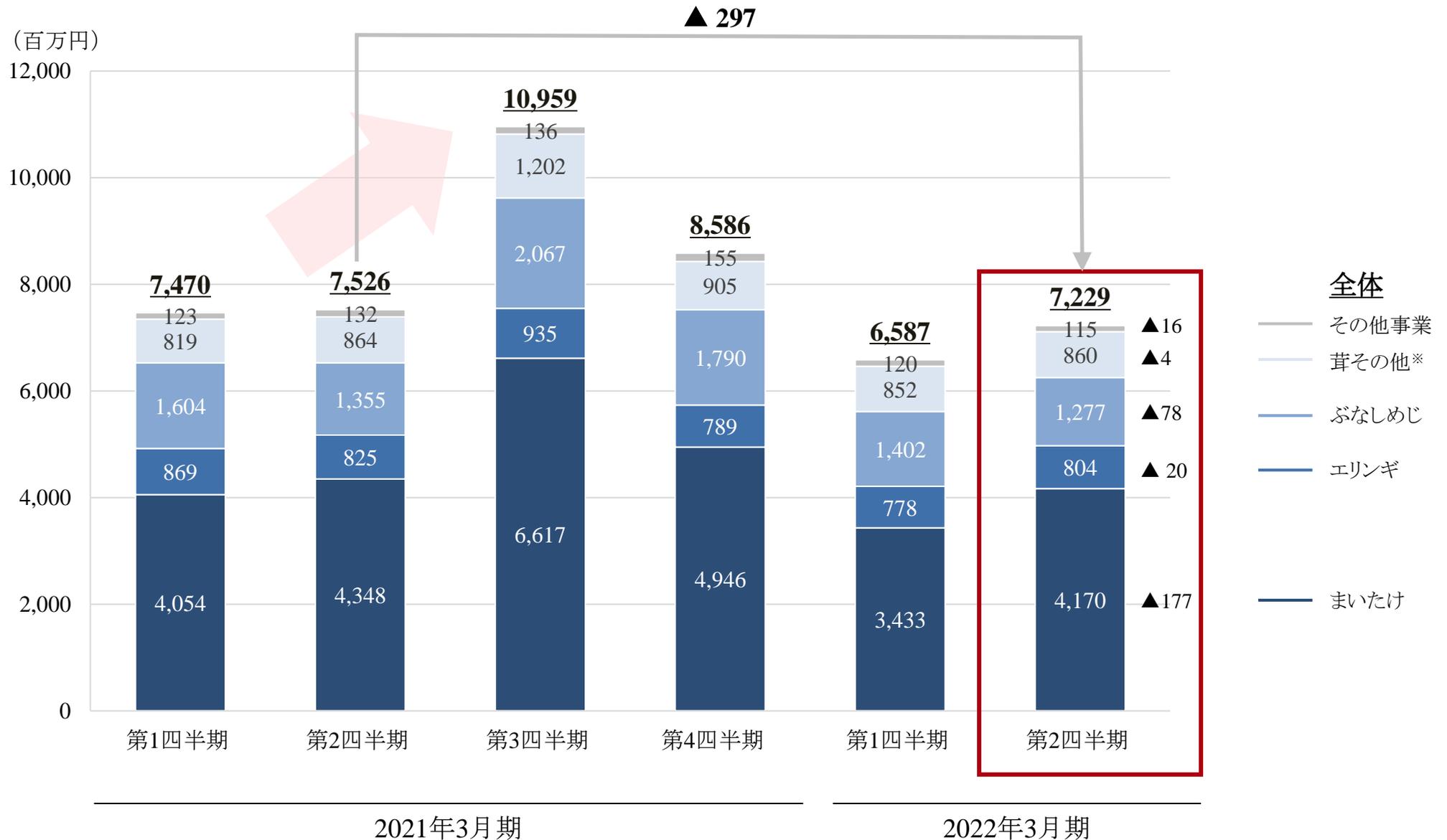
2022年3月期の第2四半期の営業利益は、前年同四半期、前々年同四半期とほぼ同水準





セグメント別売上収益(四半期推移)

過去トレンドを踏まえると、まいたけ含むいずれのきのこも第3四半期に向けて売上収益が上昇傾向



※ 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、きのこセット、仕入きのこ他



2022年3月期 業績予想

(百万円)	2021年3月期 実績	2022年3月期 予想	増減率
収益合計	51,380	51,553	+0.3%
内売上収益	34,543	35,376	+2.4%
営業利益	7,823	7,434	▲ 5.0%
対収益合計比率	15.2%	14.4%	-
税引前利益	7,125	6,982	▲ 2.0%
親会社の所有者に帰属する当期利益	4,744	4,581	▲ 3.4%
基本的1株当たり当期利益(円)	119.03	114.80	▲ 3.6%
【参考数値】			
調整後営業利益 ※	8,090	7,434	▲ 8.1%
調整後EBITDA ※	10,070	9,388	▲ 6.8%
調整後当期利益 ※	5,218	4,749	▲ 9.0%

- 前年度上期にはあった茸事業へのコロナ禍の追い風効果は当期はほぼ無くなると想定
- 足元は消費マインドの冷え込みなど外部環境の厳しさが感じられるものの、本年度下期はその厳しさが緩和に向かいつつあると想定
- 前年度は原油相場が想定より低く推移し、コスト低減効果があったが、当期は原油相場が戻っており、コスト上昇要因
- 当期は、前年度のコロナ禍の追い風効果、原油相場のプラス影響はほぼ無くなると想定して業績予想を策定



※ 調整後営業利益＝営業利益＋マネジメントフィー※1＋上場関連費用※2

※ 調整後当期利益＝当期利益＋マネジメントフィー※1＋上場関連費用※2＋リファイナンス関連損益※3＋調整項目の税金調整額

※1) 当社と Bain Capital Private Equity, LP 及び 聯神明ホールディングスとのマネジメント契約に基づく報酬であり、2022年3月期以降は発生しないもの

※2) 上場準備アドバイザー費用、上場のための組織体制構築に関する費用、上場のための国際会計基準導入及び適時開示体制構築に関する費用、合併に伴う不動産登記費用等の上場関連の一次的な費用

※3) 当社非公開化後に実施したリファイナンスに関連して一次的に発生したアドバイザー費用等。また、同リファイナンスに伴う契約金利の低下によって発生した一時的な利得とそれに連動して発生する残存契約期間における支払利息の増加額を相殺

※ 調整後 EBITDA＝調整後営業利益＋減価償却費及び償却費



商品ポートフォリオ

まいたけの人工栽培と量産のパイオニアであり、きのこの工業生産を手掛けるリーディングカンパニー

雪国まいたけ
「極」・「雅」



雪国えりんぎ



雪国しめじ
「恵み」



ミツクラ農林^{*1)}
マッシュルーム



本しめじ^{*1)}
「大黒本しめじ」



はたけしめじ^{*1)}
「大粒丹波しめじ」



加工食品^{*2)}



健康食品^{*3)}



*1): 茸その他に分類

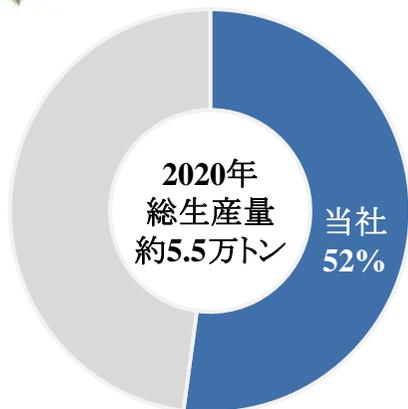
*2): 各きのこの加工食品は、原料となるきのこのセグメントに分類

*3): 健康食品等は、その他事業に分類

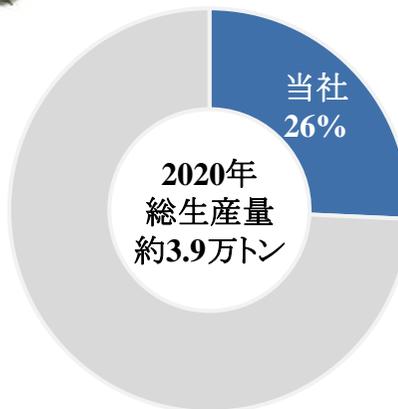
まいたけをはじめ、展開する各きのこのマーケットにおいて高いシェアを獲得



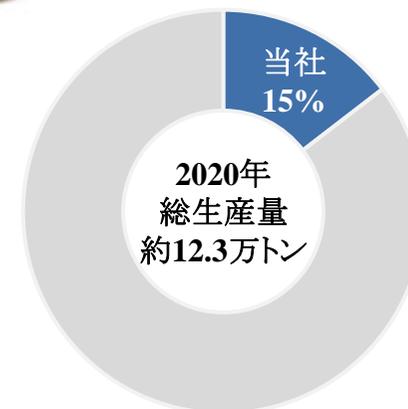
まいたけ



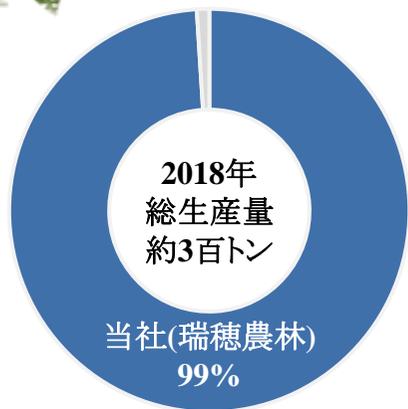
エリンギ



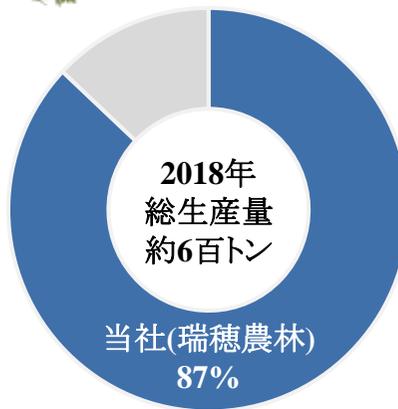
ぶなしめじ



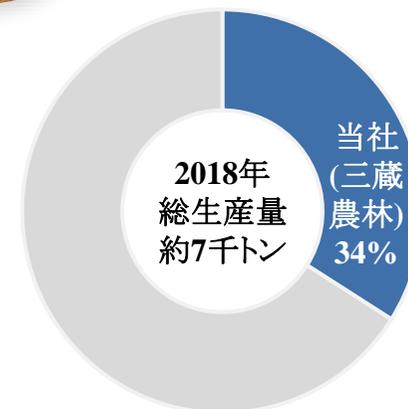
本しめじ



はたけしめじ



マッシュルーム

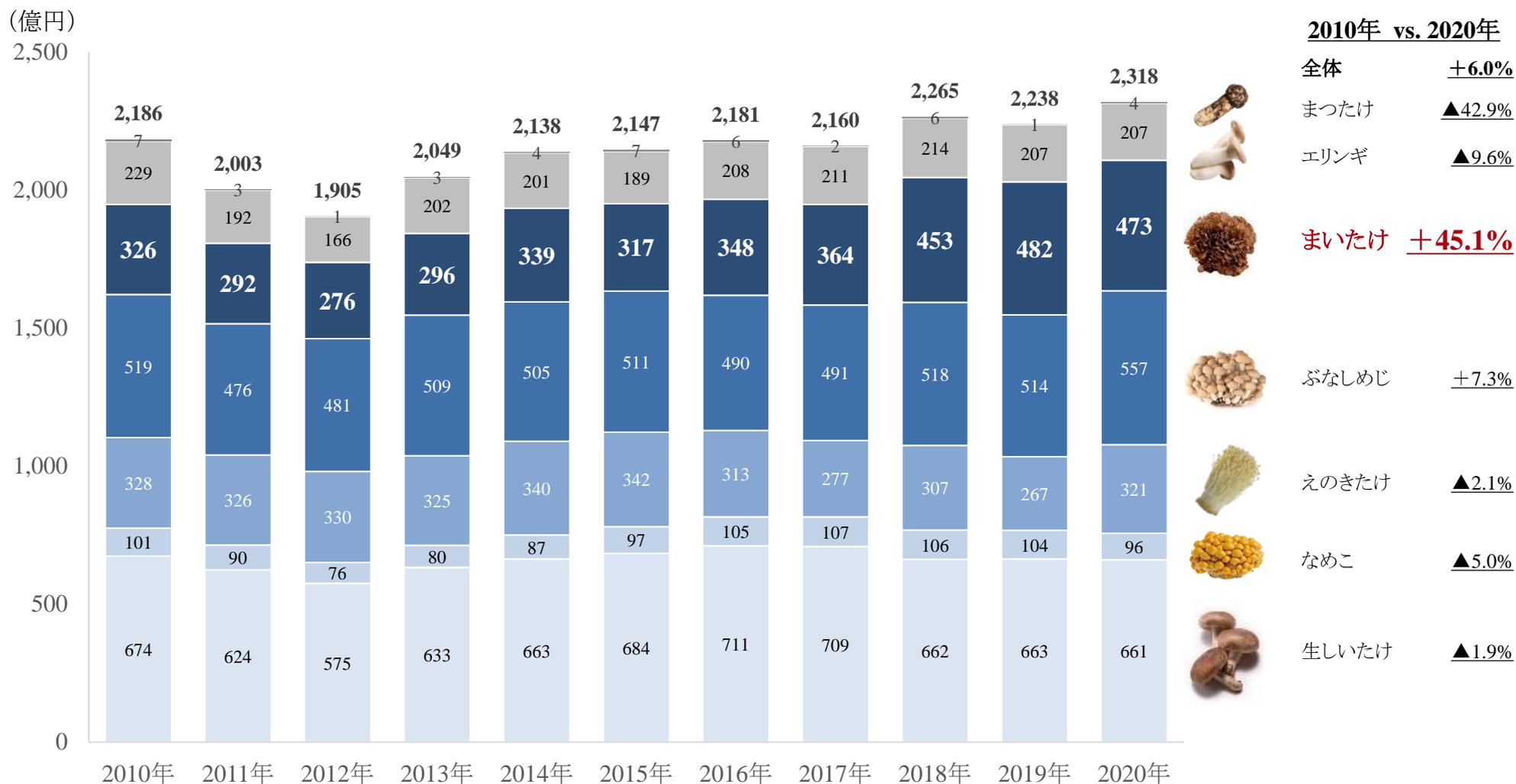


※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)
出所: 林野庁特用林産物生産統計調査、農林水産省地域特産野菜生産状況調査



きのこ市場の動向

きのこ類全体の市場規模は、東日本大震災に付随する風評被害等の影響を受け一時的に縮小したが、2013年以降は拡大
2020年はまいたけの生産量は前年比7.6%増加するも、市場単価が下がり、市場規模は2.0%減少



*1: きのこ市場(全体)は生しいたけ、なめこ、えのきたけ、ぶなしめじ、まいたけ、エリンギ、まつたけを合計した市場規模

*2: 各種きのこの市場規模は、「東京卸売市場の年次卸売平均単価(1月～12月)×国内生産量」で算出

*3: 「ぶなしめじ」の市場規模計算時の単価には「しめじ」の平均単価を使用

出所: 林野庁 特用林産基礎資料、農林水産省 地域特産野菜生産状況調査、東京都中央卸売市場 市場統計情報



当社まいたけの特徴

まいたけを天然同様のサイズに成長させ、食感を最も引き出せる袋栽培を採用し、大規模栽培によるまいたけの工業生産を実現

栽培方法

- **袋栽培** を採用



商品の特徴

- 旨みと風味のバランスが良く、高品質なまいたけを実現
- 歯ごたえ、弾力性が強い「**茎**」が大きく、食べ応えがある



- 1株が大きく、需給に合った多様な容量の商品を展開



スリムパック



グルメパック



LLパック

- 1株あたりの重量は **約900g**



50g	80g	100g	120g	150g	200g	350g
-----	-----	------	------	------	------	------

※重量はおおよそのグラム数



栽培が困難なまいたけを世界で初めて工業化し、安定的な生産・供給体制を実現
アグリテックの追求による生産性向上への取り組みも積極的に行う

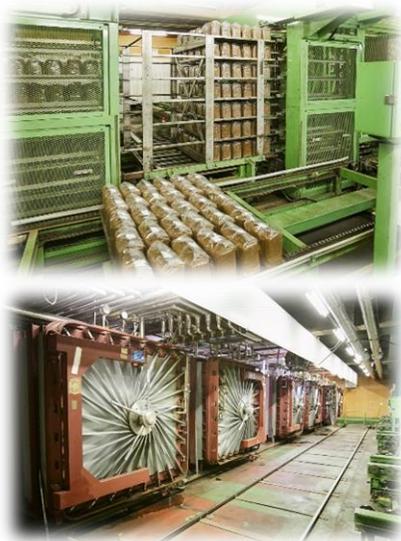
安定した生産能力・収穫・品質

培地合成

植菌

培養・育成

収穫/包装



- 独自レシピで培地を配合し、農薬や化学肥料は一切不使用
- 高温・高圧で培地を殺菌



- 独自に開発した自社菌を培地に植え付け
- 植菌作業の自動化への取り組み
- クリーンルーム管理による雑菌対策



- 広大な培養室と発生室でデータによる科学的な環境管理
- 光環境、温度・湿度制御を適切に管理し、大量生産を実現



- エリンギ・ぶなしめじでは多くの生産工程で自動化を実現





まいたけの健康機能性

まいたけが持つ栄養素には、高い健康機能性が期待されており、当社は解明に向けて研究に注力

多糖類の一種「グルカン」

β-グルカン

まいたけに含まれる多糖類の一つであるβ-グルカンは、**免疫機能**の維持・向上に働くことが期待され、多数の研究がなされている。^{*1~*3}

*1): He et al. 2017 Int. J. Biol. Macromol. 101: 910-921.

*2): Wesa et al. 2015 Cancer Immunol Immunother 64: 237-247.

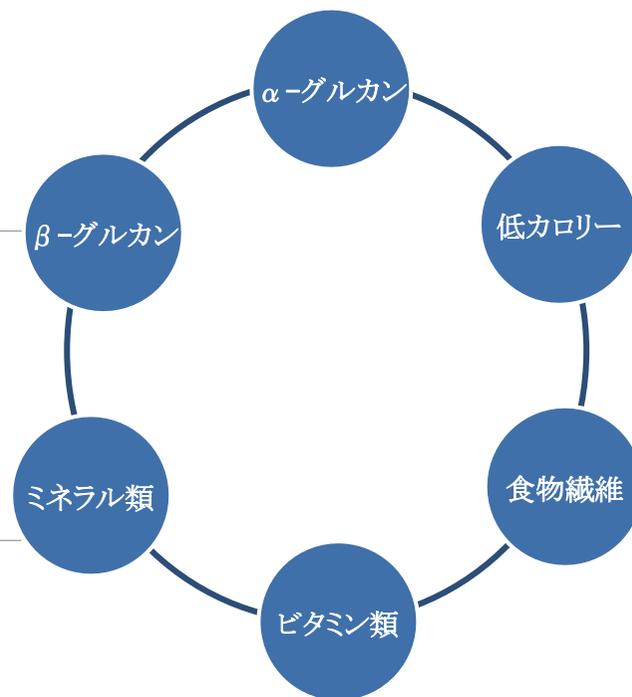
*3): Masuda et al. 2013 Int. J. Cancer 133: 108-120.

カラダに必要な不可欠な栄養素

ミネラル類

ミネラルは、カラダに欠かせない栄養素だが、体内で作ることができないため、食べ物から摂取する必要がある。

まいたけには、余分な塩分を体外に出す働きがある**カリウム**やカラダの調子を整える**マグネシウム**等が含まれている。



さまざまな効果が期待される

まいたけの食物繊維

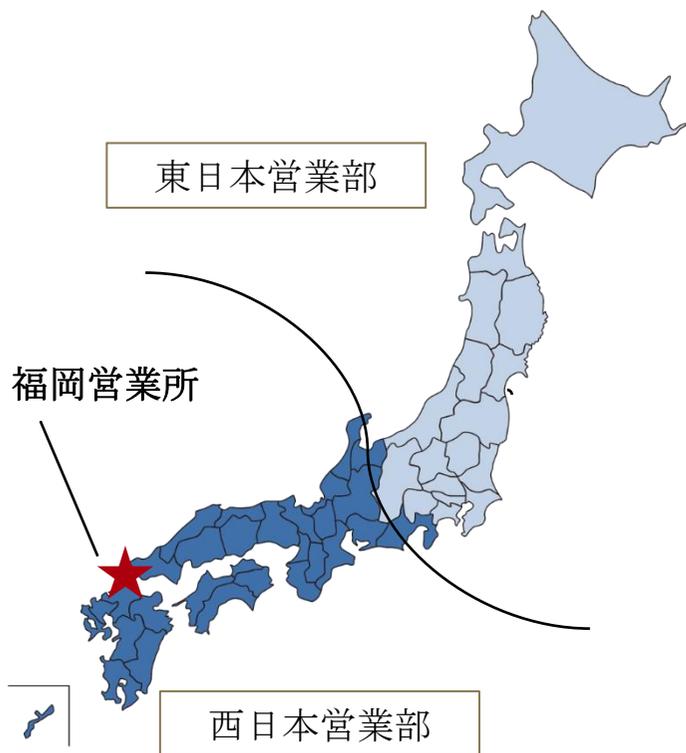
食物繊維は、食後血糖値の上昇を抑える効果が期待されている。さらに、まいたけには、最初に摂った食事が次に摂った食事の後も血糖値上昇を穏やかにする「**セカンドミール効果**」が確認されている。^{*4}

また、食物繊維は、脂質や糖等を吸着して、体外に排出する働きがあるといわれており、まいたけに含まれる食物繊維は、**便の量を増やし**、消化管の通過時間を短縮させる。

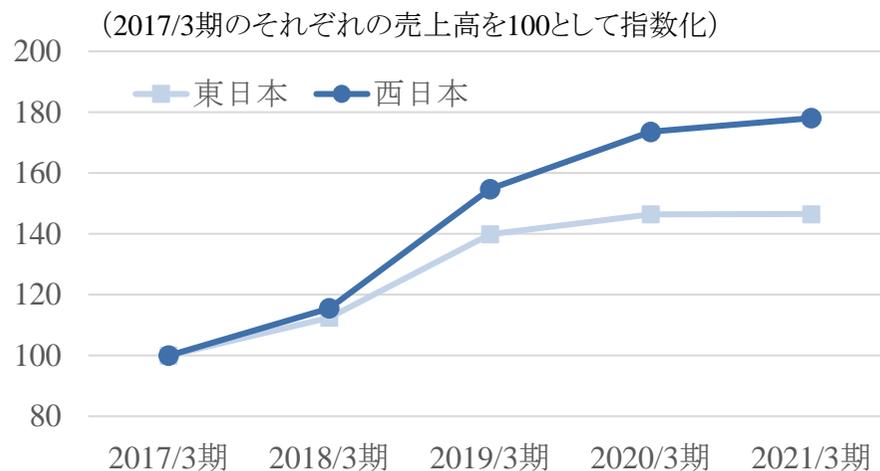
*4) 『マイタケの血糖値上昇抑制効果とセカンドミール効果』
第64回 日本栄養食糧学会大会

東日本と西日本の売上高・販売量の成長率比較

西日本エリアは東日本エリアと比べてまいたけの消費量がまだ少なく、今後の成長ポテンシャルは大福岡営業所を通じて、九州地域における需要開拓を強化



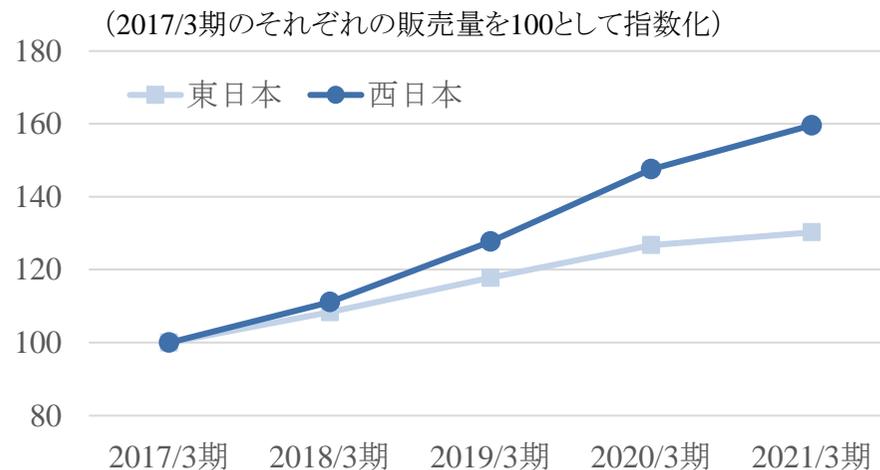
売上高



平均成長率
(CAGR)

西日本 **15.5%**
東日本 10.0%

販売量



年平均成長率
(CAGR)

西日本 **12.4%**
東日本 6.8%



環境負荷低減への取り組み

包装資材や原材料の見直しを継続的に行い、環境負荷低減に向けてCO₂やプラスチックごみを削減



トレー
材質・材厚見直し

- 使用量の多い下記トレーの材質、厚さを変更
(対象:まいたけ食べきりパック、Mパック、しめじ恵みW)



食べきりパック



Mパック



しめじ恵みW

CO₂排出量削減
プラごみ削減

環境
負荷低減

近距離仕入による物流CO₂削減
森林整備によるCO₂吸収率の向上

地元おが粉
調達

- 地元の杉おが粉調達を本格化
- 総調達量の28.5% (22/3期 上期実績)
- 広葉樹の近隣おが粉調達も進める

石油資源の使用量削減

バイオマス
インキ使用

- 包材にバイオマスインキを使用
(バイオマスマーク付与完了対象アイテム:
まいたけピロー一部商品、エリンギ商品)
※バイオマスインキ・・・植物由来成分(樹木や米ぬかなど)
を原料の一部に使用したインキ



※ CO₂削減効果については環境庁発行の「地球温暖化対策地域推進計画ガイドライン(第3版)」記載の廃棄物焼却に発生するCO₂排出係数である「産業廃棄物廃プラスチック類 2.55tCO₂/t」を参考に算出



SDGsへの取り組み

地域社会とともに持続可能な未来を実現するため、人と森が共生できる森林公園を整備する「**雪国まいたけの森づくり活動**」

活動イメージ

荒廃した森林を間伐し、木々が育ちやすい環境を整え、人が訪れる空間をつくる



杉の人工林を間引いて健全な森林に誘導するとともに、広葉樹を植栽し地力の高く景観の良い針広混交林をつくる



活動内容

実施活動

- 南魚沼市、南魚沼森林組合、新潟県南魚沼地域振興局の各代表者と、森づくり活動に関する協定を締結
- 新潟県南魚沼市にある大原運動公園に隣接した森林6.3ヘクタールを南魚沼市より借り受ける
- これまで手入れが行き届かなかった森林を、関係者ならびに従業員の参加により整備を開始

活動計画

- 健康な森づくりのための間伐と植栽
- 伐採した木材はきのこ栽培用原料として活用
- CO₂吸収量計測に向けてのモニタリングと算定



本活動によりSDGsとして期待される効果



- 自然災害の被害抑制
- 再生可能エネルギーを活用し、CO₂排出を削減
- 中山間地の雇用増加・経済発展



2

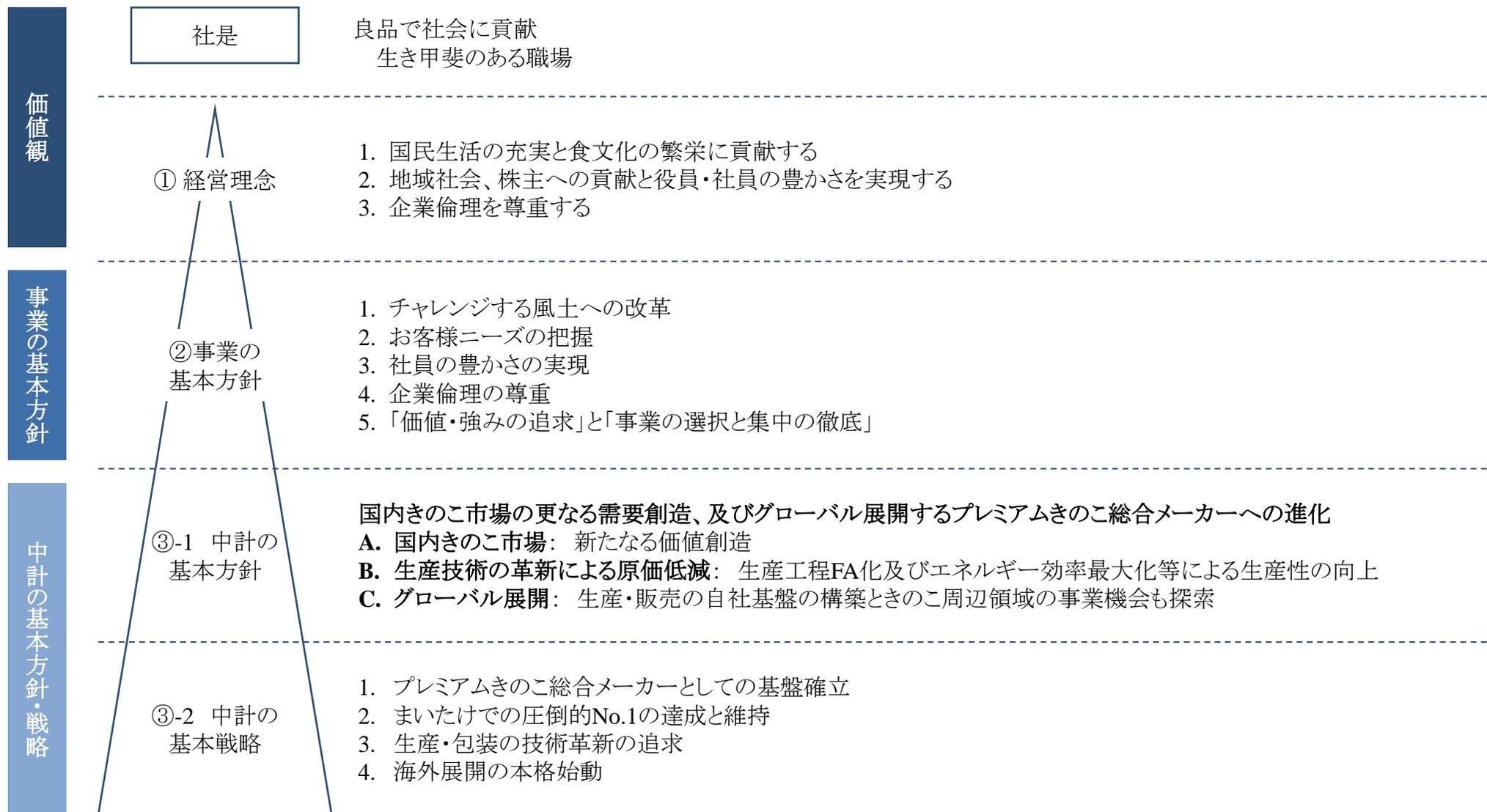
中期経営計画(2022年3月期~2026年3月期)



雪国まいたけの中長期ビジョン

当社は、主にきのこ製品の生産・販売を通じて、「国民生活の充実と食文化の繁栄に貢献する」ことを目指している

雪国まいたけの中長期ビジョン：プレミアムきのこ総合メーカーとしてグローバルに展開し成長し続ける。





現中期経営計画の振り返り

現中期経営計画(2020年3月期～2023年3月期)は現時点まで概ね達成
主な施策を引継ぎ、現中計の過程で明らかになった成果や課題を踏まえ、新たな基本方針を策定する

	現中期経営計画 (2020/3期～2023/3期)	これまでの主な成果
基本戦略	<ul style="list-style-type: none"> ① プレミアムきのこ総合メーカーとしての基盤確立 ② まいたけでの圧倒的NO.1の達成と維持 ③ 生産・包装の技術革新の追求 ④ 需要拡大につながる機能性、きのこ高品質化研究 ⑤ 財務体質の強化 ⑥ 当社独自モデルの海外展開への準備 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 基本戦略については概ね達成 <ul style="list-style-type: none"> ➢ まいたけのシェア過半を維持 ➢ 子会社のきのこを雪国まいたけで取り扱うことで販路を拡大し、マッシュルームは特に好調 ➢ 既存施設の生産量増強はほぼ完了 ➢ 白舞茸品種登録実施 ➢ 有利子負債の期限前返済による財務体質の強化も一段落 ➢ 海外へのテストマーケティングを通じて、ターゲットと課題を明確化
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> ① 健康需要の拡大を捉えた、まいたけ事業を中心とするトップラインの成長 ② アグリテックの追求による生産性の向上 ③ Eコマースを中心とした健康食品事業の拡大 ④ M&Aも活用した事業ポートフォリオの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 成長戦略についても概ね達成 <ul style="list-style-type: none"> ➢ まいたけ市場全体を伸ばし、当社のトップシェアエリアも拡大 ➢ 一定の省人化を達成 ➢ 2020年3月期に子会社化した三蔵農林は好調であり、事業ポートフォリオを強化
定量目標	<p>営業利益:年平均成長率7%前後</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2021年3月期は年成長率17.3%と超過達成

現中期経営計画を現時点まで概ね達成

現中期経営計画をブラッシュアップする背景・理由

事業環境の変化に的確に対応し、国内市場の需要創造とシェアアップをはかりながら、中長期でグローバル展開するプレミアムきのこ総合メーカーへ進化するため、中期経営計画の時間軸を引き直し、ブラッシュアップする

当社を取り巻く環境

国内市場

- ・ 人口動態(人口減少・高齢化)
- ・ コロナ禍で残った影響
(店頭プロモーション、試食販売に一定の制限)
- ・ 景気不透明感と家計防衛意識の高まりの見込み
- ・ 競合他社の動き
(まいたけの増産・新商品)

海外市場

- ・ グローバルきのこ市場は、2025年まで、約4%成長と安定的な成長の見込み
- ・ 健康と環境にやさしいきのこのニーズは拡大
(消費者の健康意識の高まり/動物タンパク代替)
- ・ きのこ主体の巨大プレイヤーはいない

対応・方針

戦略のブラッシュアップと、重点分野へのリソースの集中

- まいたけ需要の更なる拡大・深化
 - 地域別にターゲット顧客層を意識
 - よりカスタマイズされたマーケティングを展開
 - シェアを拡大
- マッシュルーム事業の更なる貢献
 - 国内成長の柱に
 - 需要開拓余地あり
 - まいたけとの補完性高
- 生産面での更なる生産性向上

グローバル市場におけるプレミアムきのこ総合メーカー へ向けた本格的な始動

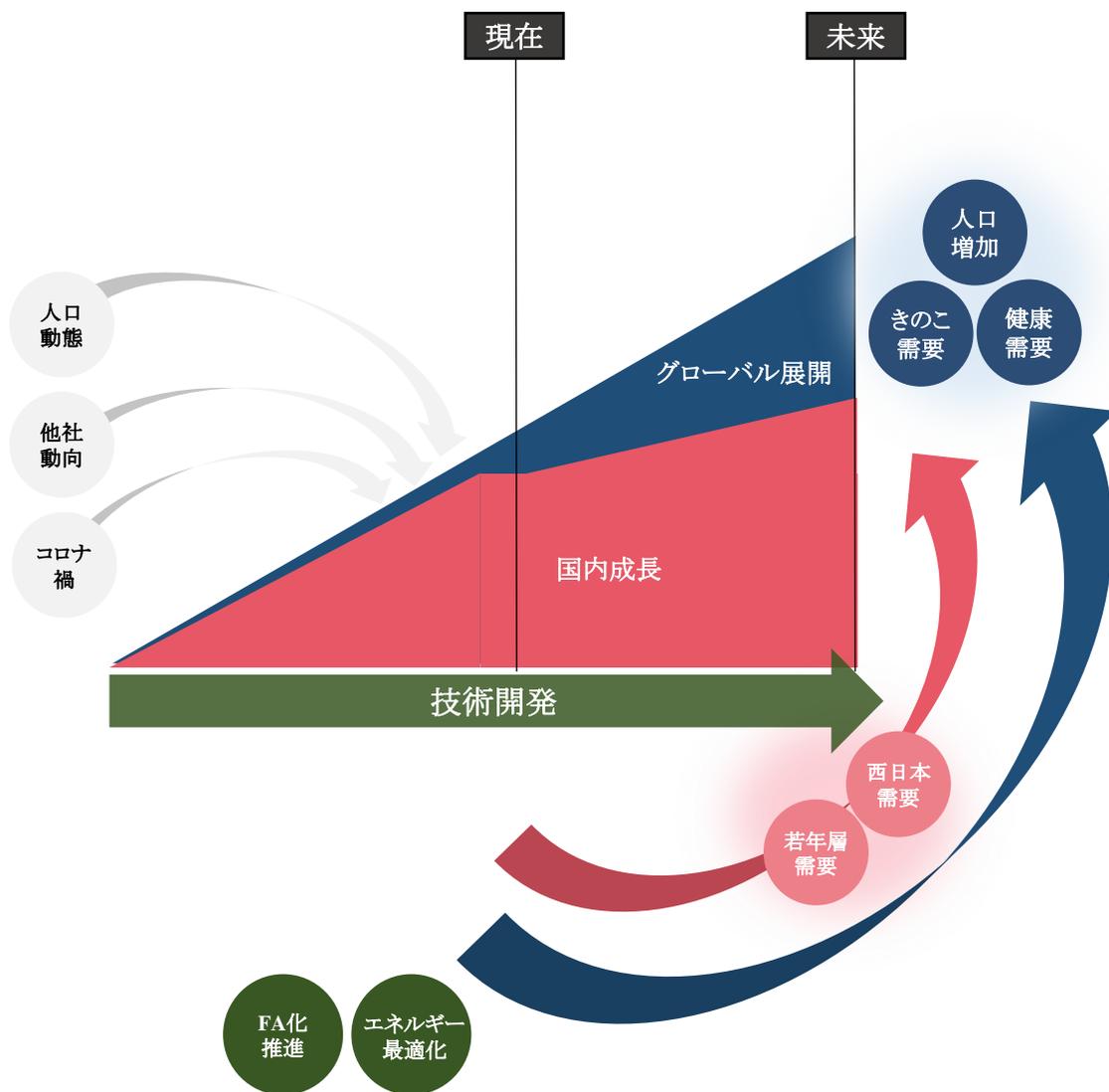
- グループの持続的な成長ポテンシャルの飛躍的上昇
 - 相対的に高い海外きのこ市場の成長を取り込む
- 一定の成果には中長期の時間軸が必要
 - 成果の実現には4年~5年の期間を要す
 - 現中計の期間は残り1.5年(~2023年3月)



新中期経営計画のイメージ

新中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)では、現中計を概ね引き継ぐと共に、事業環境の変化に適切に対応し、グローバルでの成長機会を探索する

基本方針に沿った中長期的な成長ロードマップのイメージ



基本方針

国内きのこ市場の更なる需要創造、及びグローバル展開するプレミアムきのこ総合メーカーへの進化

A

国内きのこ市場:新たな価値創造

- まいたけ消費における地域ギャップ、年齢ギャップを新たな販売機会と捉え、積極的な情報発信と調理の簡便性向上により、国内消費の底上げを図る
- グローバルスタンダードであり、更なる需要の拡大が見込まれるマッシュルーム事業を強化し、プレミアムきのこ総合メーカーとして新たなステージへ

B

生産技術の革新による原価低減:生産工程FA化及びエネルギー効率最大化等による生産性の向上

- 最新FA化技術を駆使した高効率工場に進化させることで、収益性を向上
- エネルギー効率の最大化と、環境負荷の低減に努める

C

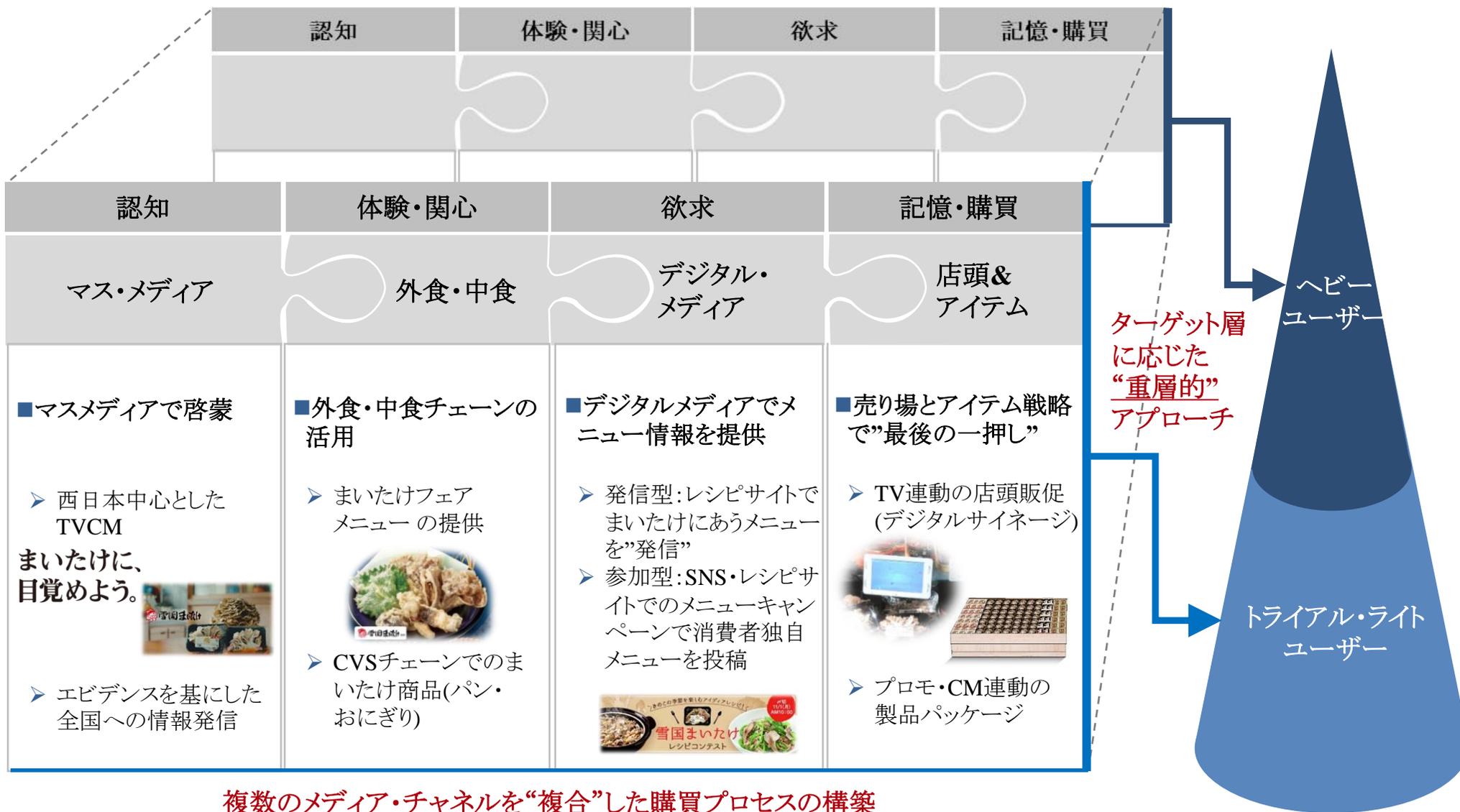
グローバル展開:生産・販売の自社基盤の構築ときのこ周辺領域の事業機会も探索

- 世界的な健康志向に応えるため、自然食材であるきのこの消費拡大に取り組む
- 生産・販売の自社基盤を海外に構築
- きのこと周辺領域(川上～川下)での事業機会を探索

基本方針A: 国内きのこ市場(まいたけ事業)①

ターゲット顧客層の異なる特徴に応じた”重層的”且つ”複合的”プロモーションを駆使し、ライトからヘビーユーザーまでの幅広い層を囲い込む

“多面的”な販売プロモーション戦略



基本方針A: 国内きのこ市場(まいたけ事業)②

地域別にターゲット顧客層ごとにカスタマイズされたマーケティングを展開し、まいたけの圧倒的なNo1の地位を確立
西日本は伸び代が大きいので、認知度を上げ、喫食機会を増やすことで、顧客をランクアップさせていく

西日本



■ まいたけ需要の新規開拓

- 主なテーマ:
需要創造
- 訴求ポイント:
健康機能性訴求と共に、
食べ方の啓蒙を、電波、
デジタル、外食、中食等にて
幅広く展開。調理方法、その
簡便性、実際の喫食シーンの
提供、を推進し当社の認知率
向上にも繋げる

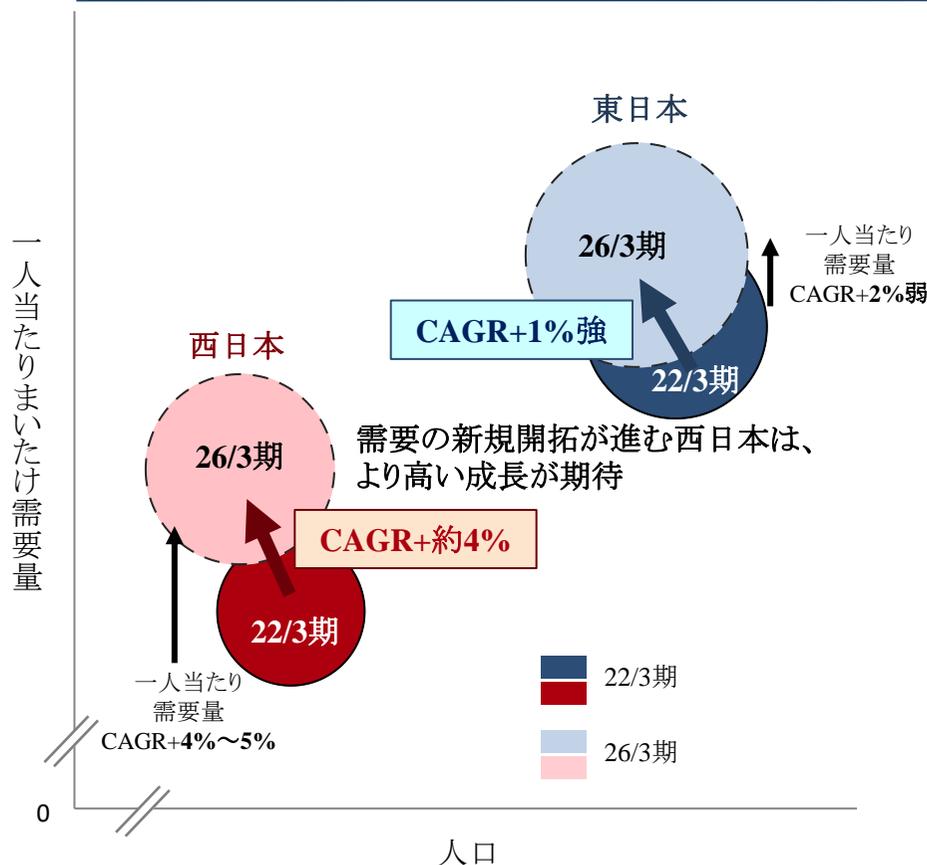
東日本



■ 更なるまいたけ需要の 深化・深掘り

- 主なテーマ:
需要のランクアップ
- 訴求ポイント:
健康機能性を多面的に発信し、
「MYメニューに毎日、まいたけ」
をコンセプトに『まい足し®』の
キャッチコピーで、年間通して、
シーズンギャップのない食材
へと成長

東西エリア別まいたけ市場規模の変化のイメージ*



* バブルチャートの面積は需要量を表している



基本方針A: 国内きのこ市場(マッシュルーム事業)

プレミアムきのこであるマッシュルームの強化は、今後の当社の国内外での成長戦略を立体的に展開するためのカギとなる

国内市場の高い成長ポテンシャル

- 事業環境
 - ▶ グローバルきのこ市場で最もメジャーでスタンダードなきのこ(全世界のきのこ生産量の4割超)
 - ▶ 国内生産量は約7,000トンと少量であり、成長ポテンシャルは高い
 - ▶ 国内は参入障壁が高く、大手3社で寡占状態
- 対応・方針
 - ▶ 国内大手3社のうちの1社が、当社子会社であり、国内生産量がまだ少量なので、メニュー提案により需要創造し、市場の拡大を図る

まいたけとの相互補完性

- 事業環境
 - ▶ 和食よりも洋食との親和性が高く、他の和きのここと用途が違うので、当社の主力商品であるまいたけとパッシングせず、補完関係
 - ▶ (サラダ等で)生で食べられ、季節性が小さいこと
- 対応・方針
 - ▶ 複数のプレミアムきのこをラインアップすることで、プレミアムきのこ総合メーカーとして、「雪国」のブランド価値向上を図る
 - ▶ シーズンギャップの平準化を図る



- 事業環境
 - ▶ 生産量が少量なのは、生産技術や原料調達も含め、サプライチェーンのボトルネックがあるため
- 対応・方針
 - ▶ 海外で生産と合わせて、川上(原料)～川下を押さえて、国内事業とのシナジーの最大化を図る

海外展開とのシナジー

- 事業環境
 - ▶ 当初マイナーだったまいたけをプレミアムきのこに育成
 - ▶ 当社は独自モデル(生産・販売)を活用し、需要創造により、まいたけ市場を大きく拡大
- 対応・方針
 - ▶ 現状の寡占状態の環境は、まいたけと酷似
 - ▶ まいたけの当社独自モデルをマッシュルームに適用し、プレミアムきのことして開花させる余地あり

当社独自モデルの展開

基本方針B： 生産技術の革新による原価低減

ユーティリティ費、労務費、原材料費の持続的な原価低減に積極的に取り組む
代替エネルギー利用などを通じ、エネルギー効率を最大化し環境負荷を低減

対応・方針

生産工程FA化



- 原価低減につながる生産工程FA化に向けた設備投資
- 植菌、収穫、包装などの生産工程のさらなる最新FA化技術の導入を進め、高効率工場に進化させることで、コスト削減や省人化を通じた生産性の向上
- まいたけにおいて、今後5年間の最大目標として、対象工場(生産・包装工程)の3割程度(150人超)の人員を削減することを目指す

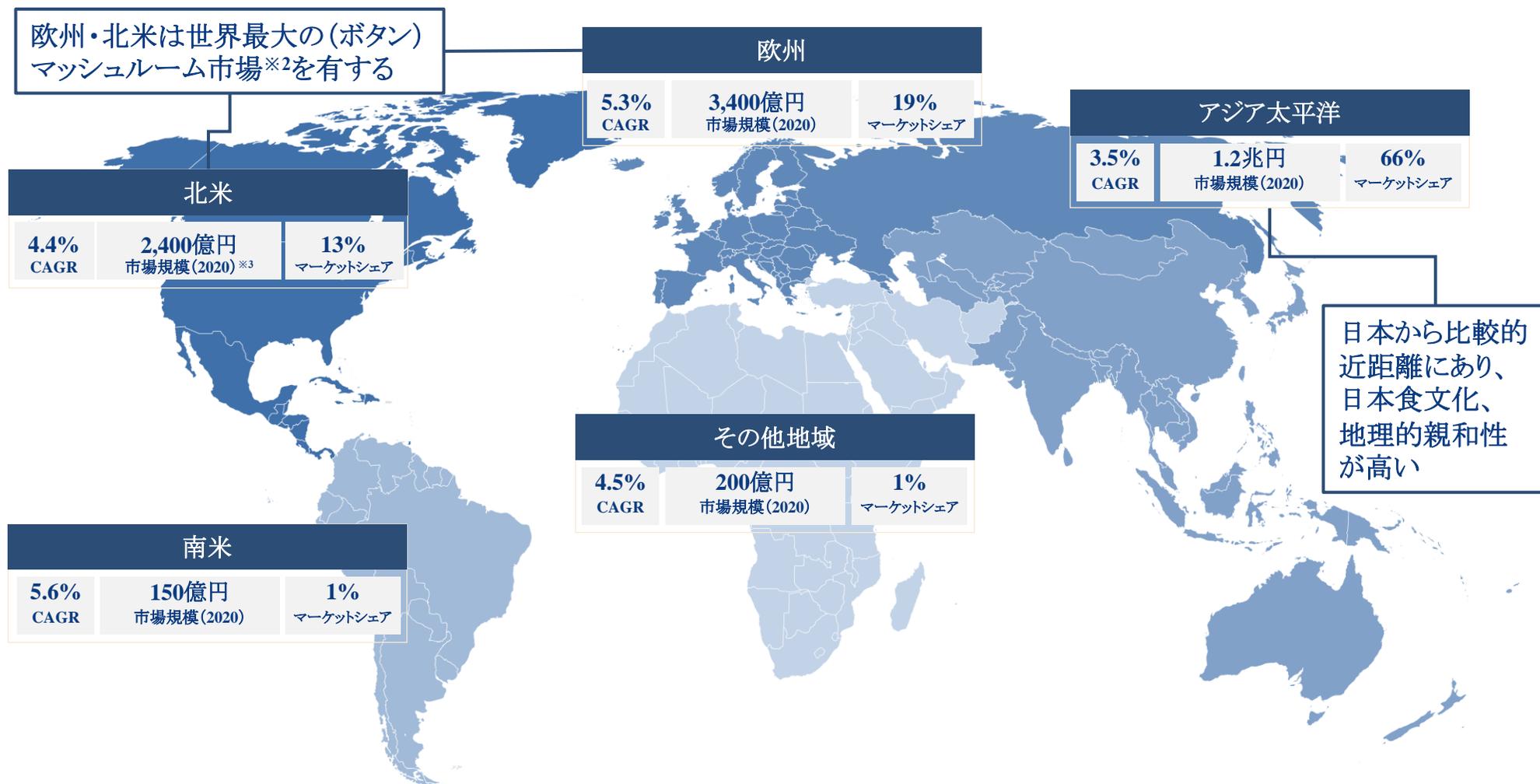
エネルギー効率 最大化



- 省エネルギー施策導入に向けた設備投資
- 代替エネルギー利用などを通じ、エネルギー効率の最大化と、環境負荷の低減に注力
- LNG化、太陽光発電、LED照明など、省エネルギー対策実施
- 将来のエネルギー価格高騰などへ対応
- CO₂排出量を削減し、環境に配慮したサステナブルな生産体制を実現

基本方針C: グローバル展開(市場規模)

消費者の健康意識の高まりを受け、世界のきのこ生産量は今後、約4%の年平均成長率(CAGR)^{※1}で安定成長が見込まれる



※1) 本ページのCAGRは2020年から2025年までの年平均成長率
※2) (ボタン)マッシュルームは全世界のきのこ生産量の4割超を占める
※3) 本ページの市場規模は 1ドル=110円で換算
出所: 外部調査レポートのデータ及び当社分析

基本方針C: グローバル展開(対応・方針)

ASEANと欧米では異なる戦略方針に基づきグローバル展開を推進しつつ、各地域間で比較優位を有する経営資源を相互共有しグループ全体の競争力強化を推進

【日本 → ASEAN】

- 当社のプレミアムきのこ
- 当社独自モデル(生産・販売)
- 難度の高いきのこを安定生産するノウハウ・技術

【欧米地域 → 日本】

- 競争力ある西洋きのこ(マッシュルーム等)
- 原材料
- その他(ノウハウ・技術)

日本

目標

当社製品の生産・販売の自社基盤の構築

ASEAN



推定市場規模※1

2,400億円

■ 基本戦略

- リサーチを進めてきた**ASEANが対象地域**
- 国内で培った**独自のチャネルモデル**で、販路開拓のスピードを加速しつつもアライアンスも検討
- 当該地域で**生産拠点を設置**すべく、全社を挙げて推進

目標

きのこ栽培及び周辺領域での事業機会の獲得

北米



欧州



推定市場規模※2

5,800億円

■ 基本戦略

- きのこ栽培及び周辺領域(川上～川下)での事業機会を対象
- **事業基盤**や**経営資源**(経営人材、ネットワーク)を獲得
- 欧米地域での当社事業・製品の**参入戦略を検討**
- **優れた技術**:生産、R&D、新規事業や**製品**:品質・コストを日本・ASEANに展開し、グループの競争力を飛躍的向上

【欧米地域 → ASEAN】

- 競争力ある西洋きのこ(マッシュルーム等)
- 原材料
- その他(ノウハウ・技術)

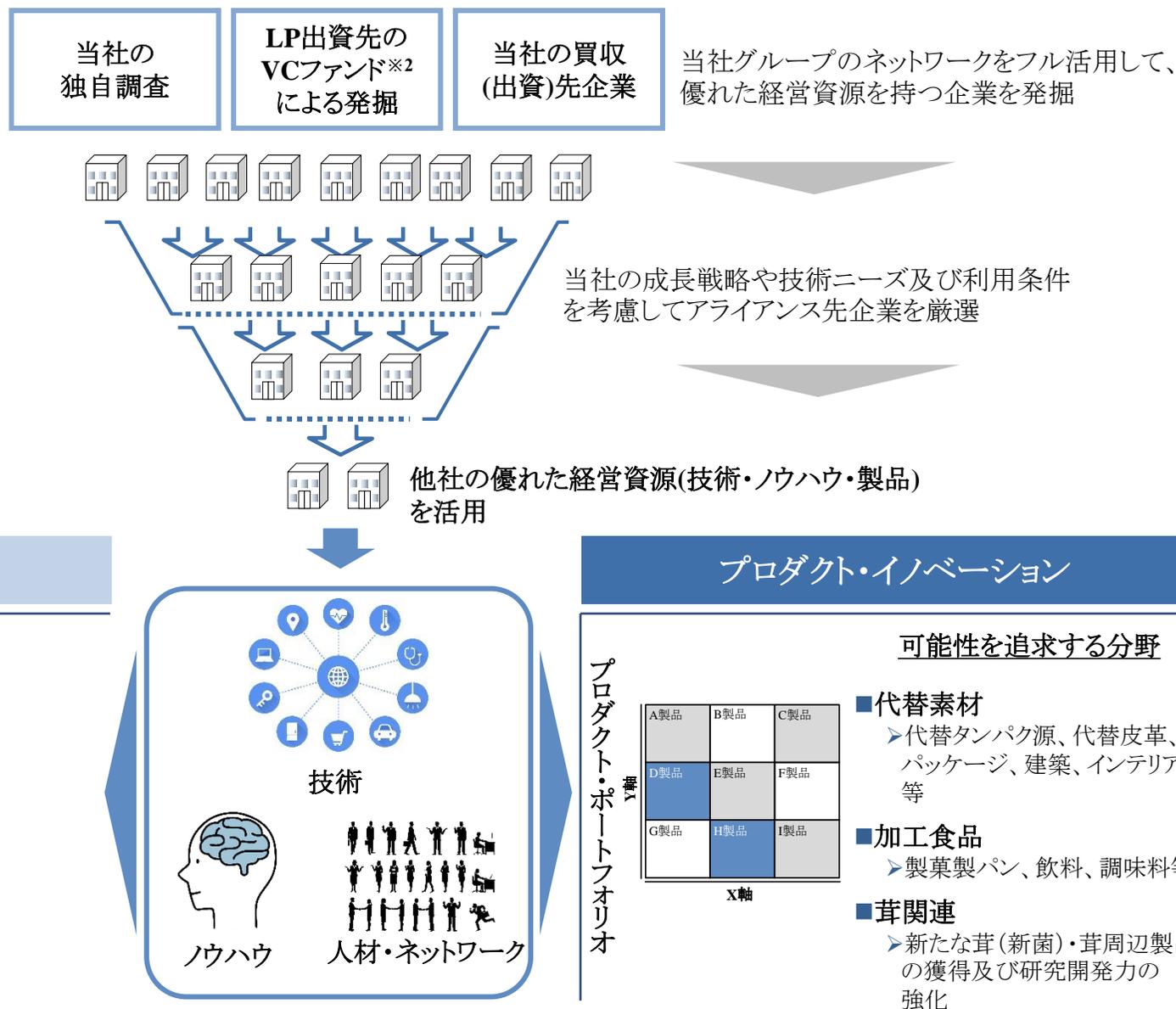
※1) 外部調査レポートのデータおよび当社分析

※2) 1ドル=110円で換算



オープンイノベーションの活用

他社の優れた経営資源を柔軟に活用して、プロセスと製品の両イノベーションによる中長期的な成長ポテンシャルを追求※1



※1) オープンイノベーションの効果は新中期経営計画の計画値に含まれていない

※2) SBIインベストメントのベンチャーキャピタル・ファンドにLP出資を実施(2021年9月30日)



中期経営計画の定量目標

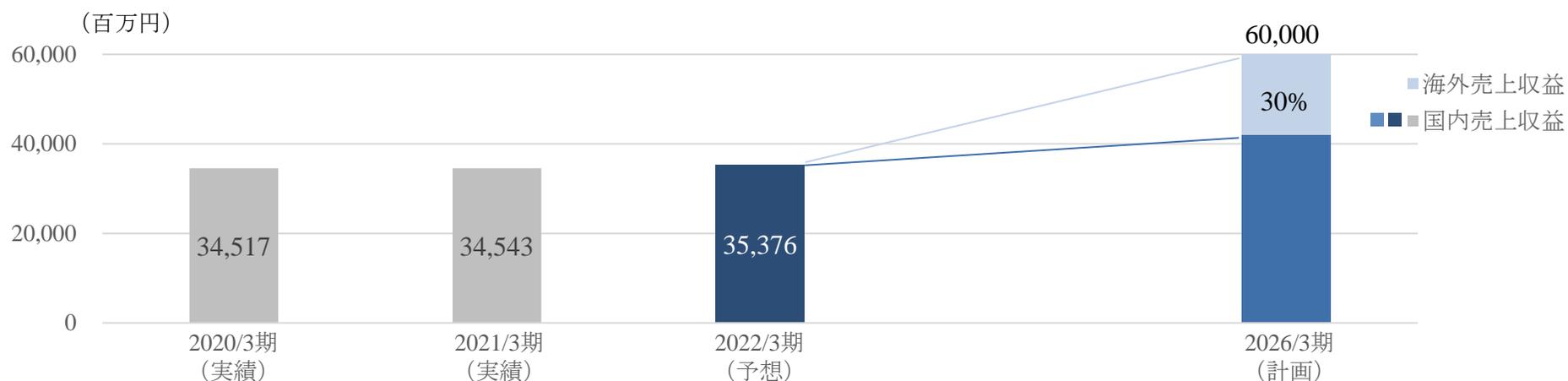
国内事業の新たな価値創造とグローバル展開の本格化により、当社グループ全体の安定成長を目指す

	2021/3期(実績)	2022/3期(予想)	2026/3期(計画)
1. 売上収益 ※1	345.4億円	353.7億円	600億円前後
2. 海外売上収益比率	—	—	30%前後
3. コアEBITDAマージン※2	29.7%	26.5%	20%前後
4. ROIC	17.9%	—	10%前後

※1) 海外売上収益＝海外売上収益／売上収益

※2) コアEBITDAマージン＝コアEBITDA／売上収益

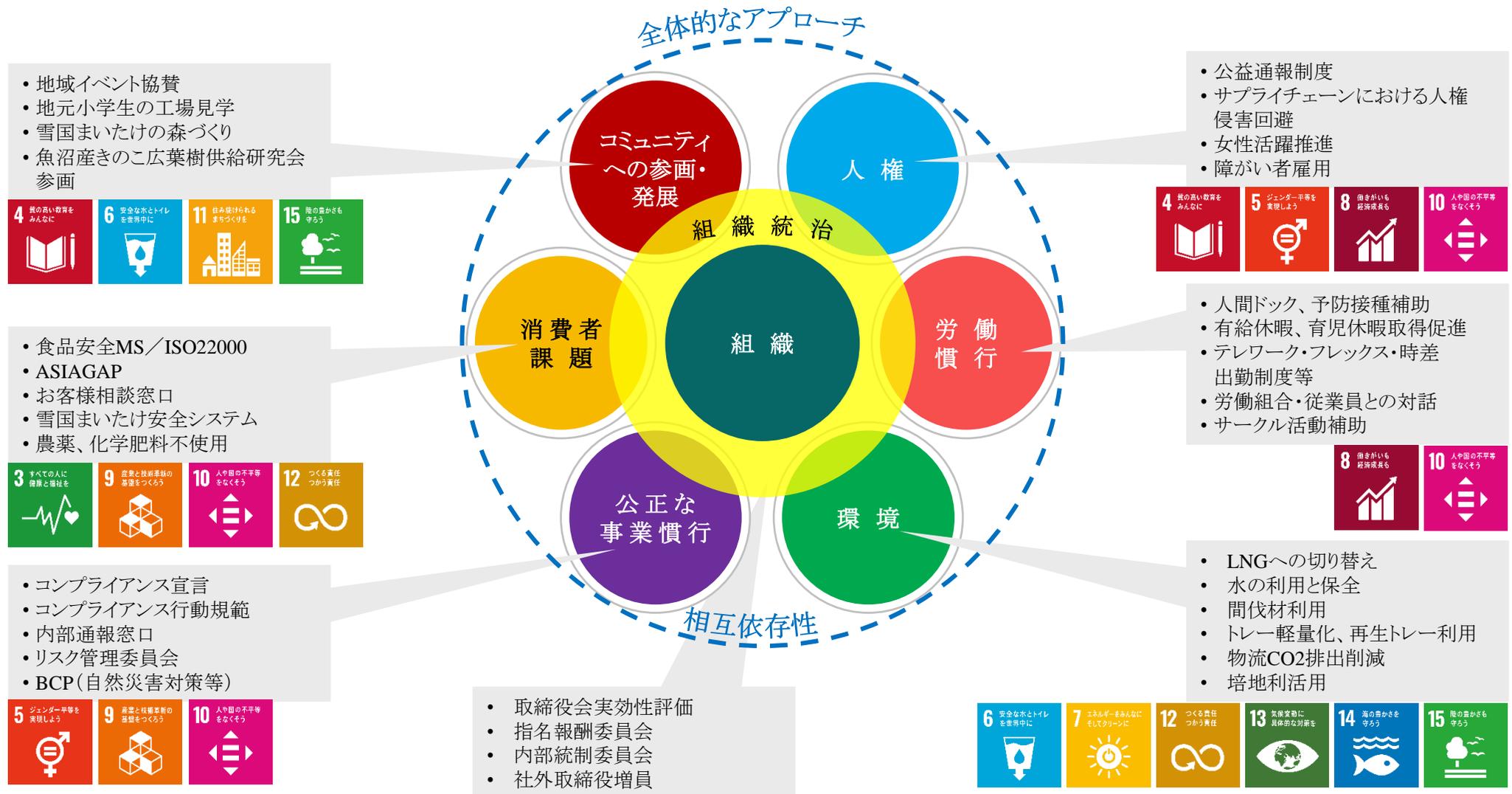
コアEBITDA:IFRSの営業利益からIAS第41号「農業」適用による影響額、その他の収益及び費用、一時的な収益及び費用を除外したものに減価償却費及び償却費を加算したもの



コアEBITDAマージン	26.3%	29.7%	26.5%	20%前後
--------------	-------	-------	-------	-------

ESG戦略として、7つの中核主題、SDGs目標に取り組むことで、当社のサステナビリティを高め、社会的責任を果たしていく

ISO26000: 7つの中核主題に対する当社実施状況



出所: ISO(国際標準化機構)のフレームワーク、SDGs目標を基に当社作成



ESG戦略のロードマップ

2022年6月末までにTCFD開示、サステナビリティ方針、価値創造プロセスの公開を目指して取り組む
2021年10月にMSCI ESG RATINGSよりAレーティングを取得

ESG開示のスケジュール(2022年3月期～2024年3月期)



統合報告(IIRC)

気候関連開示(TCFD)

その他

22/3期

24/3期

【企業価値の整理・発信】

- 価値創造プロセス
- サステナビリティ方針

【統合報告に向けたESG開示】

- マテリアリティ特定
- ビジネスモデル・バリューチェーン
- SDGsの経営目標への組み入れ
- ダイバーシティ

【統合報告開示】

- 統合報告の編纂
- 収集した非財務情報を財務戦略と統合させた開示

【TCFD開示に向けたデータ収集】

- TCFD賛同
- GHG測定
- 削減目標設定
- CG報告書への記載

【TCFD開示情報の拡充】

- TCFD開示拡充
- リスク管理と戦略
- シナリオ分析

【TCFD開示のブラッシュアップ】

- シナリオ分析の強化

【ESG開示に向けた棚卸】

- 各担当部門より情報収集
- ESG開示強化に向けたマインドセット

【ESG開示情報の拡充】

- FTSE・MSCI・SFDRなどの評価軸を基に検証・データ収集
- ESG格付向上施策

【ESG経営の促進】

- アクションプランの実効性評価・検証

【ESGブランディング】

- ESGブランディングのコンテンツ強化



3

株主還元



株主還元・株主優待

連結配当性向 30%程度を目標に、安定的な配当を継続
株主優待は年1回、自社製品セットを贈呈

配当

1株当たり配当金	年間配当(予想)	42円00銭
	中間配当	14円00銭
	期末配当(予想)	28円00銭

株主優待

対象となる株主さま

毎年3月末日の株主名簿に記載された1単元(100株)以上保有かつ6ヶ月以上継続保有(割当基準日である3月末日とその前年の9月末日に、同じ株主番号にて、連続して株主名簿に記載された状態)

優待内容 ※

自社製品セット(以下の3セットより1セットを選択)



Aセット



Bセット



Cセット

贈呈時期及び方法

毎年6~7月頃に、直前の3月末日現在の対象の株主さまに発送

※ 写真の商品は2021年3月期の優待品であり、変更になる場合がある



本資料に係る免責事項

本資料は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

また、本資料が基礎とした情報の中には、決算短信及び四半期報告書の財務諸表に基づく財務情報並びに財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれており、いずれも独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていないことをご了承ください。



株式会社雪国まいたけ

証券コード:1375