



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

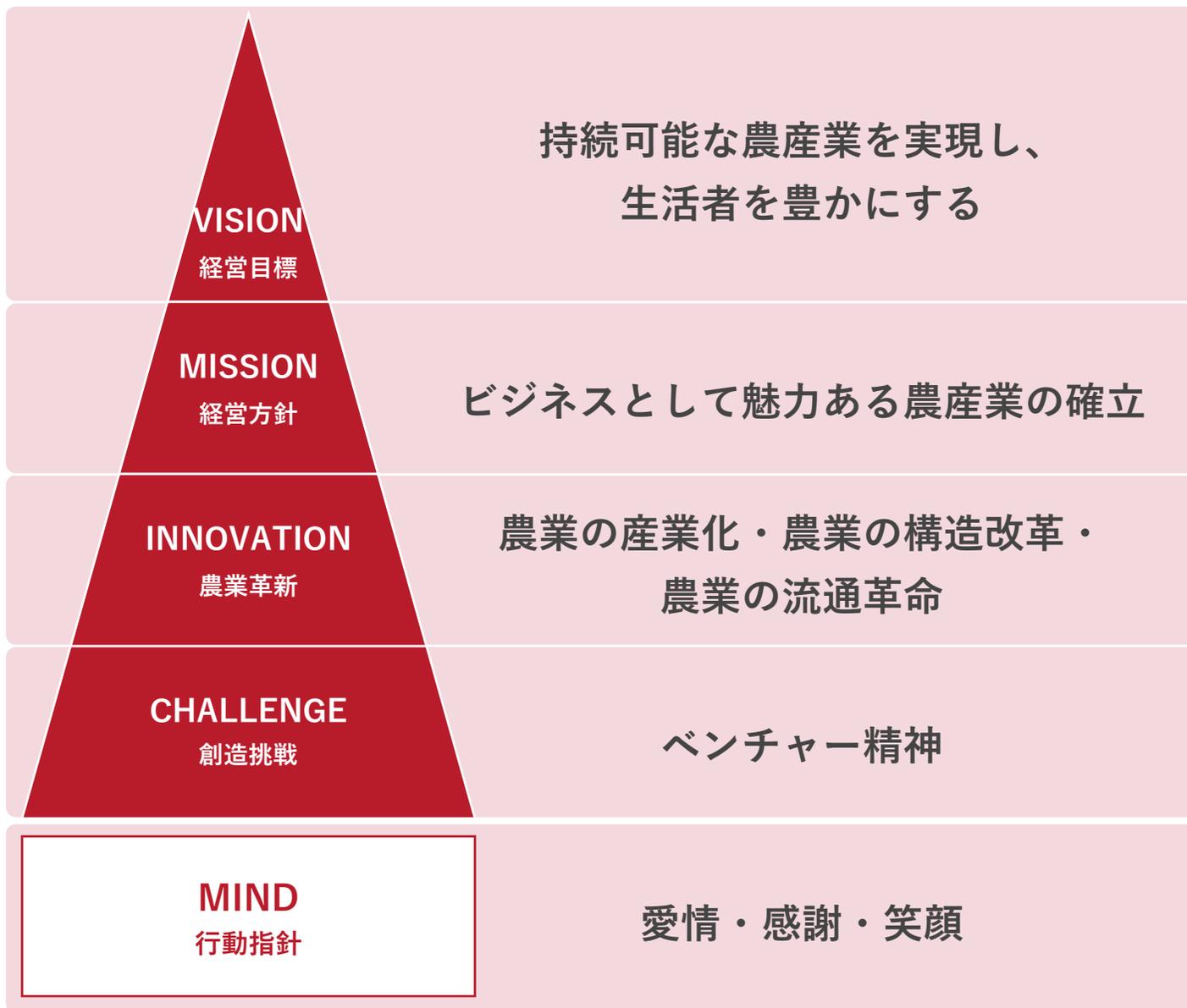
事業計画及び成長可能性に関する事項

東証マザーズ 証券コード：3541

2021年12月23日

P.02	ビジネスモデル
P.07	市場環境
P.11	競争力の源泉
P.16	事業計画
P.30	リスク情報
P.33	appendix

ビジネスモデル





100% 農直

食べる人が大切。

実際に商品を確認し、
鮮度を保つため最短で届けます。

作る人が大切。

実際に会って、生産者、農場を確認しています。

伝えることが大切。

生活者へ「こだわり」を
生産者へ「ありがとう」を届けます。

健康が大切。

農業をデジタル管理し、
定期的に残留農薬検査を実施しています。

応援が大切。

国産野菜を食べることが、農業の発展につながります。

直接、生産者にお会いして
安全性と品質を確かめています。



安心・安全・新鮮・おいしい農家直送商品を スーパーマーケットの産直コーナーと青果コーナーに提供

農家の直売所事業



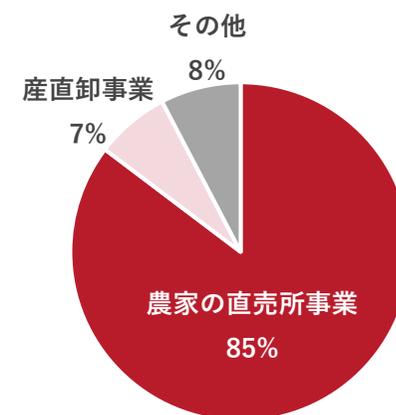
- 青果売場内の産直コーナー向け事業
- 生産者が経営主体となって販売先や販売価格を決定できる独自の農産物流通プラットフォームを提供

産直卸事業



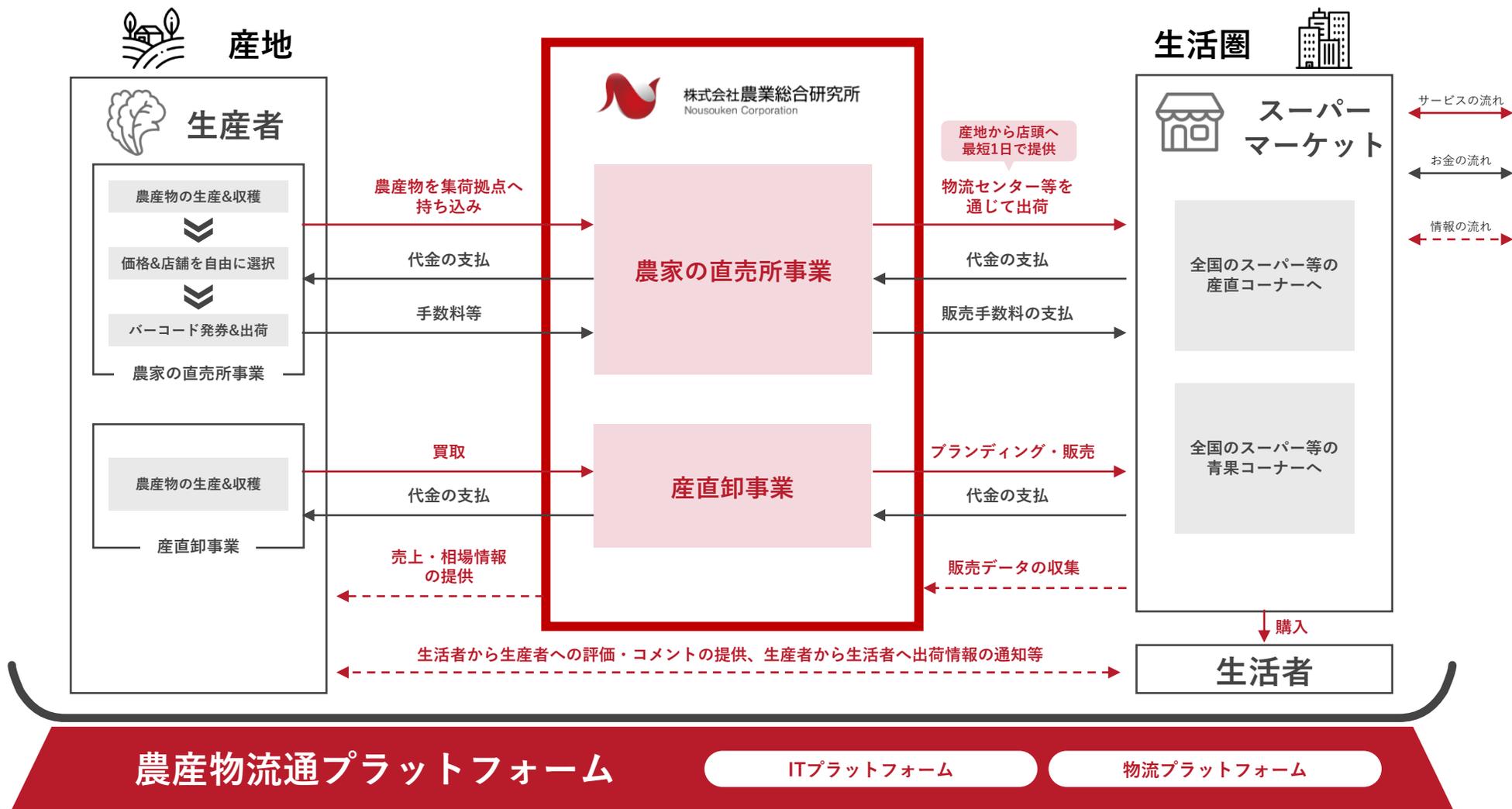
- 青果売場内の青果コーナー向け事業
- 生産者から直接農産物を買取り、ブランディング（付加価値の見える化）を加え、顔が見える安心安全な商品を卸販売にて提供

FY2021.8 流通総額※構成比



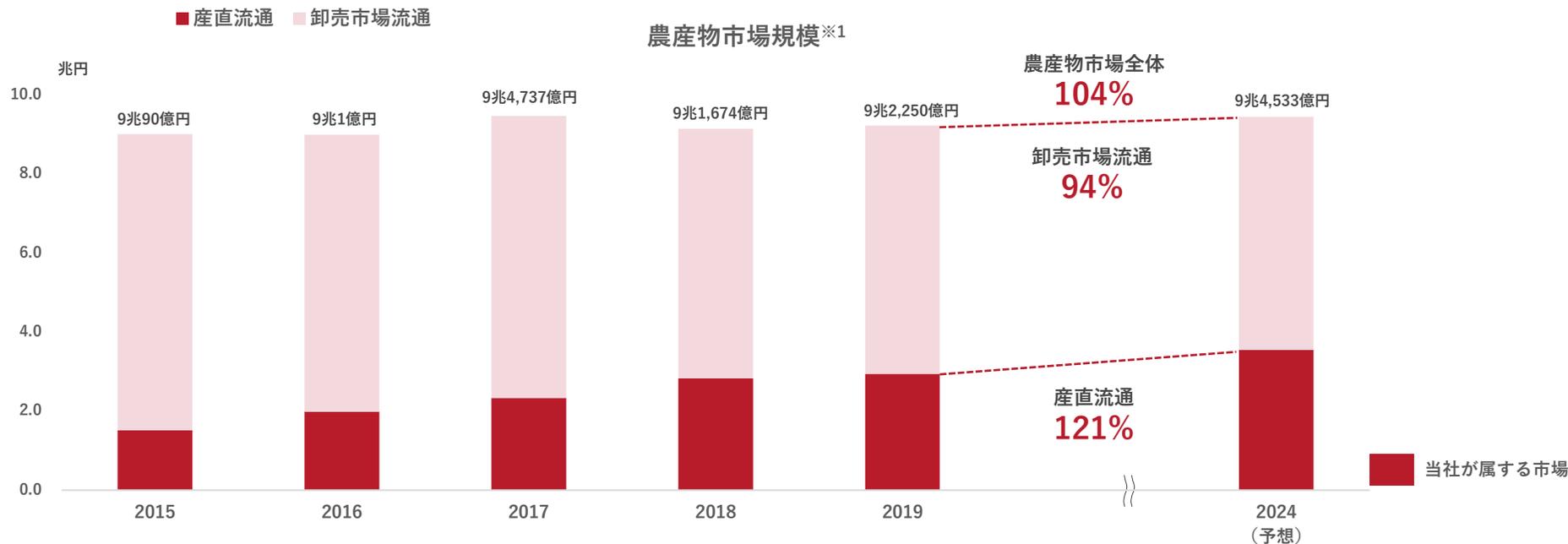
※：スーパー等において最終消費者に購入いただいた最終販売価格の総計

青果類のメイン販売チャネルであるスーパーマーケットを通して より多くの生産者と生活者を繋ぐ新しい農産物流通プラットフォーム



市場環境

農産物市場全体は底堅く推移、卸売市場流通と直売流通のすみ分けが進む



農産物市場を取り巻く環境

- ・ 国内人口の減少や外食・中食の利用が進む中、生鮮野菜の消費は減少傾向
- ・ 限られた需要に対し、「誰がどこからどのように流通させるか」への関心の高まり
- ・ 2020年6月の改正卸売市場法施行により、市場への民間参入が可能となるなど農産物流通環境は大きな変革期を迎える

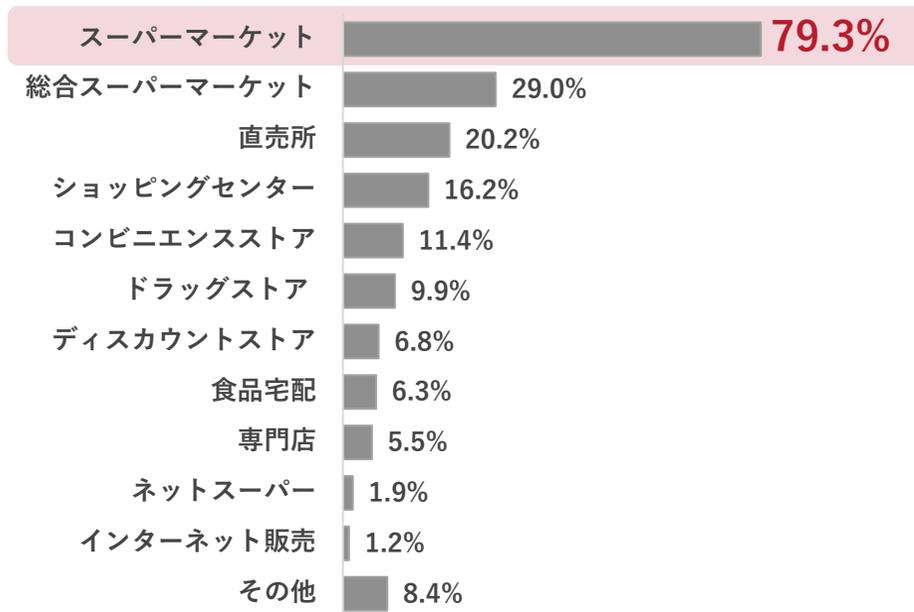
仕入原価を安定化させたい販売者、食材にこだわる生活者、高齢化や担い手不足の中で収入増に取り組む生産者、それぞれのニーズを捉え、農産物流通の多様化はさらに進む

※1：矢野経済研究所、2020年「産直ビジネスの市場実態と将来展望」

- ・ 産直流通とは、従来の卸売市場を経由せず、卸売市場外（市場外流通）で、直接、産地から小売事業者や消費者等に流通した国産の青果物を対象とする。但し、輸入品は除く。
- ・ 自社・契約型農場、CSA（地域支援型農業）、オーガニック農産品流通、農産品市場外流通、農産品直売所、フードロス関連ビジネス、体験型農業テーマパーク、農産品宅配ビジネス・需給マッチングビジネス（オンラインマルシェ）を含む。
- ・ 市場規模は、事業者による流通総額ベースにて算出しているが、これは各末端チャネルでの国産青果物の販売額の合計である。

生活者の青果購入はスーパーマーケットの利用が80%と圧倒的

生活者の野菜購入場所※1



スーパーマーケット青果売場の市場規模※2

青果売場約4兆円

青果コーナー約3.6兆円※3

産直コーナー約0.4兆円※4

※1：夕食のための食品購入先業態利用率（カテゴリー別）（新日本スーパーマーケット協会「消費者調査2017」）

※2：スーパーマーケット年次統計調査報告書2018年（日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、新日本スーパーマーケット協会）

※3：全国スーパーマーケット協会「2021年版スーパーマーケット白書」より総販売額×商品カテゴリー別売上構成比にて当社推計

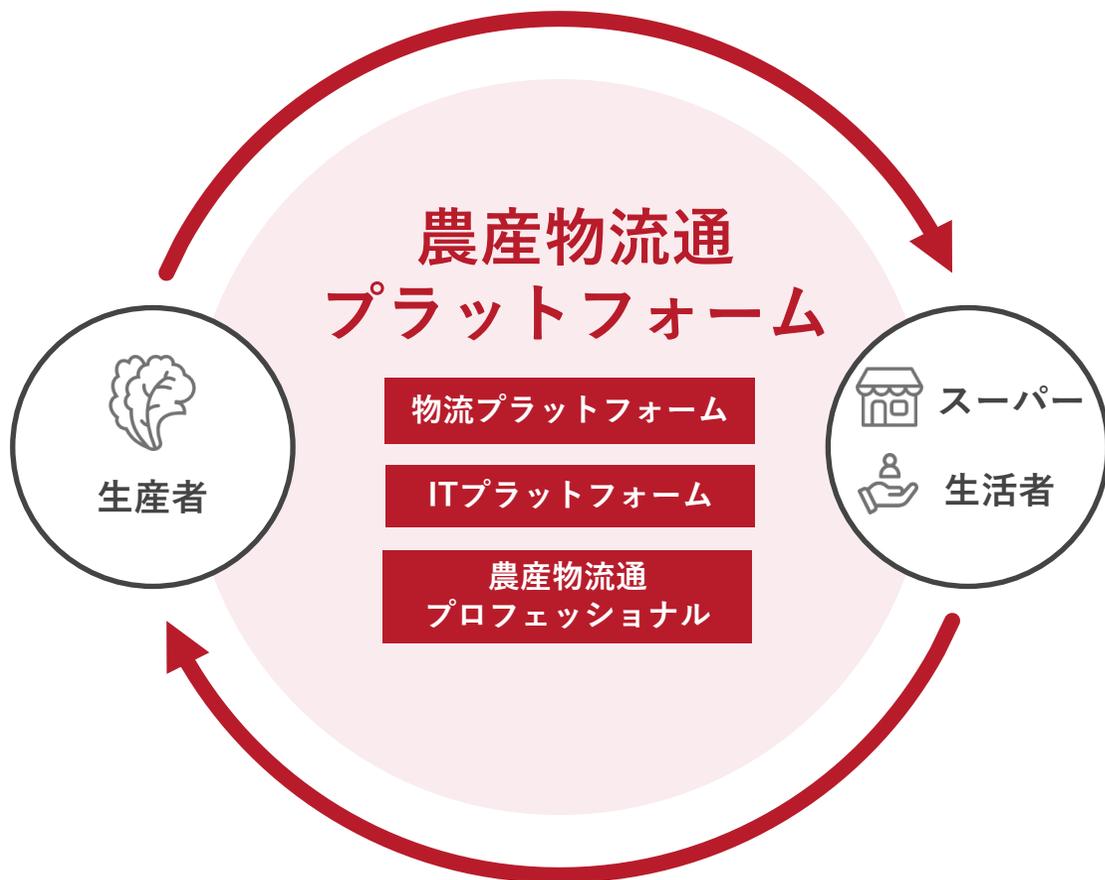
※4：当社独自のヒアリング結果により青果コーナー全体の10%程度を産直コーナーの市場規模と推計

卸売市場流通と農産物直売所の中間に位置し、 農産物流通におけるユニークで新しいポジションを確立



競争力の源泉

生産者とスーパーマーケットをつなぐ独自のプラットフォームを創り、
事業成長による持続可能な農産業の実現を目指す



当社の強み

- 01 最短物流を実現する
物流プラットフォーム
- 02 生産者をフルサポートする
ITプラットフォーム
- 03 需給バランスの調整を一気通貫で
行う農産物流通プロフェッショナル



独自の流通網で最短物流を実現。新鮮で安心・安全な農産物を生活者に提供

物流プラットフォーム



全国**94**拠点
集荷場

農家の直売所事業では全国の9,000名以上の登録生産者と、全国89ヶ所の集荷拠点および物流センター4拠点をダイレクトに結び、流通日数を短縮。

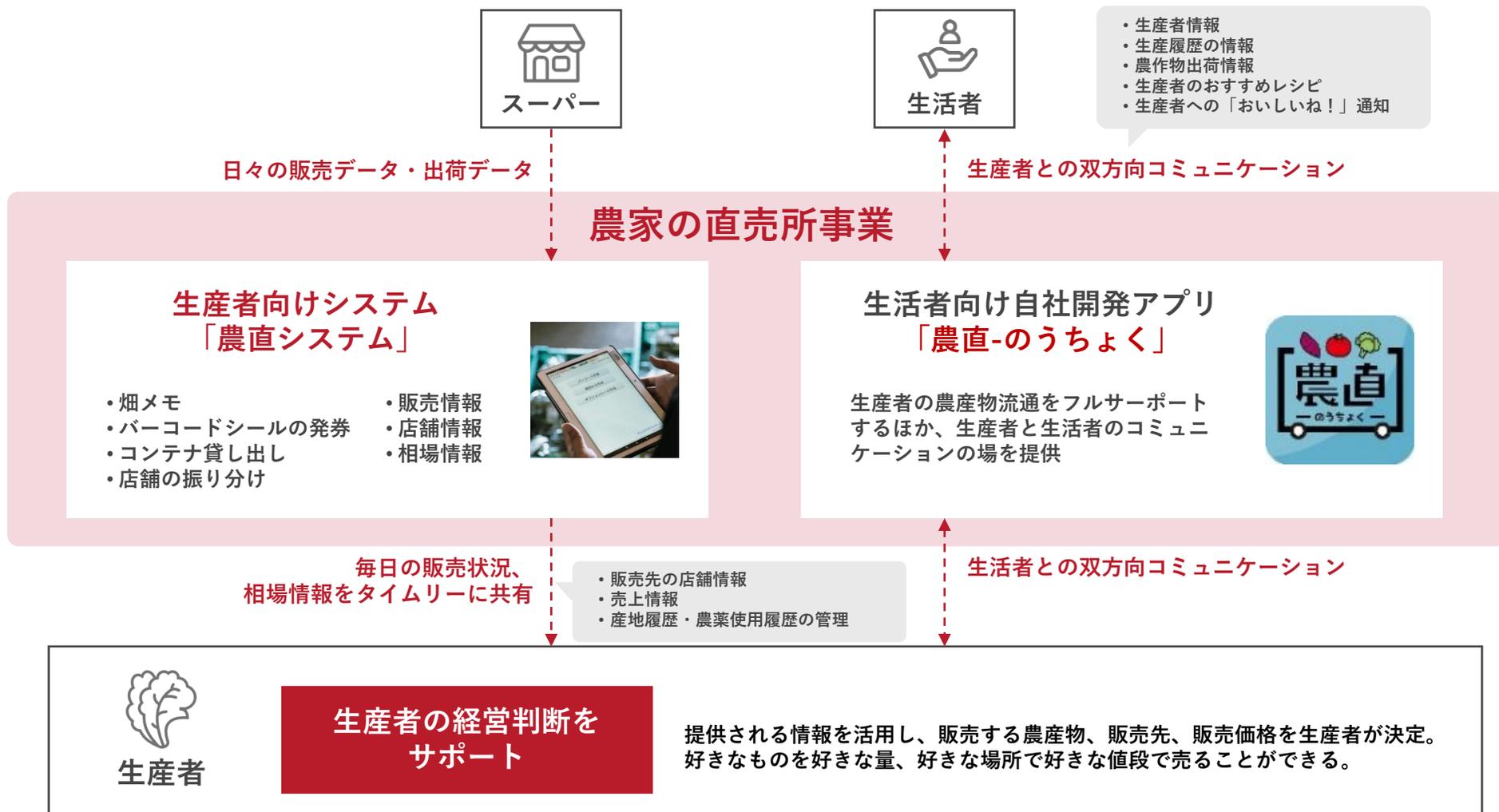
年間を通して都市部へ鮮度の高い農産物をどこよりも早く、安定的に供給できる物流インフラを構築。

全国を繋ぐネットワーク



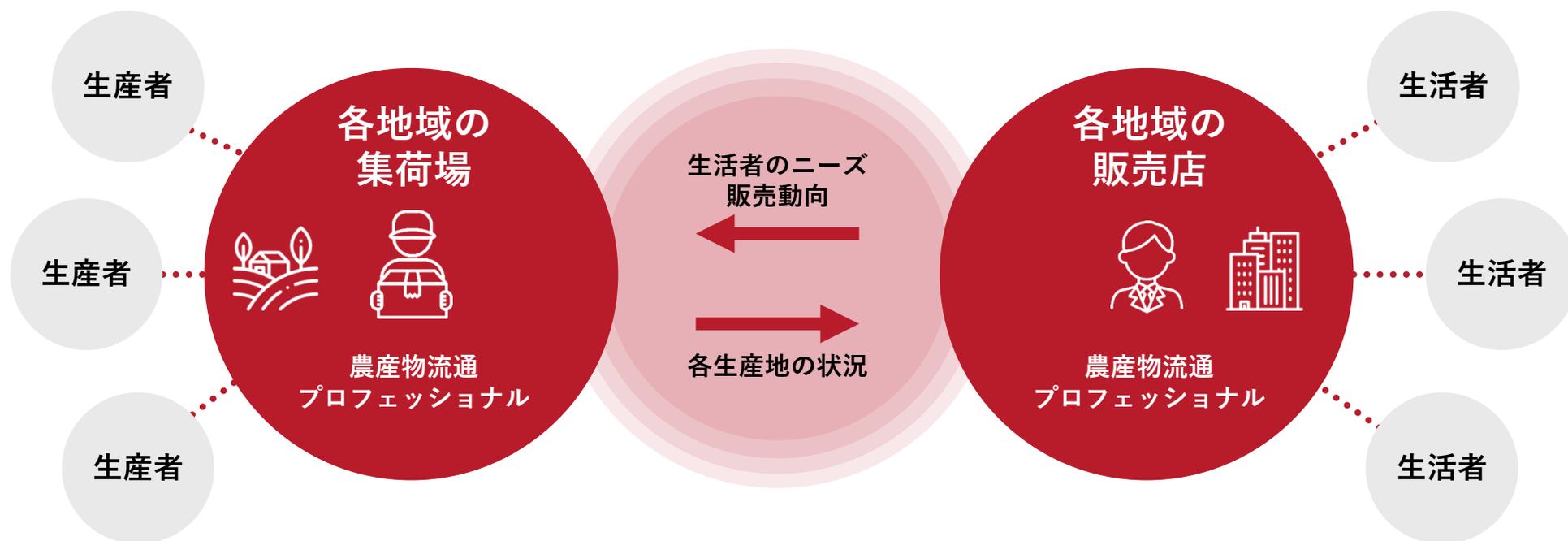


ITプラットフォームを活用し、経営感覚を持つ生産者をフルサポート 生産者とスーパーを通じた生活者とのタイムリーな情報連携を支援



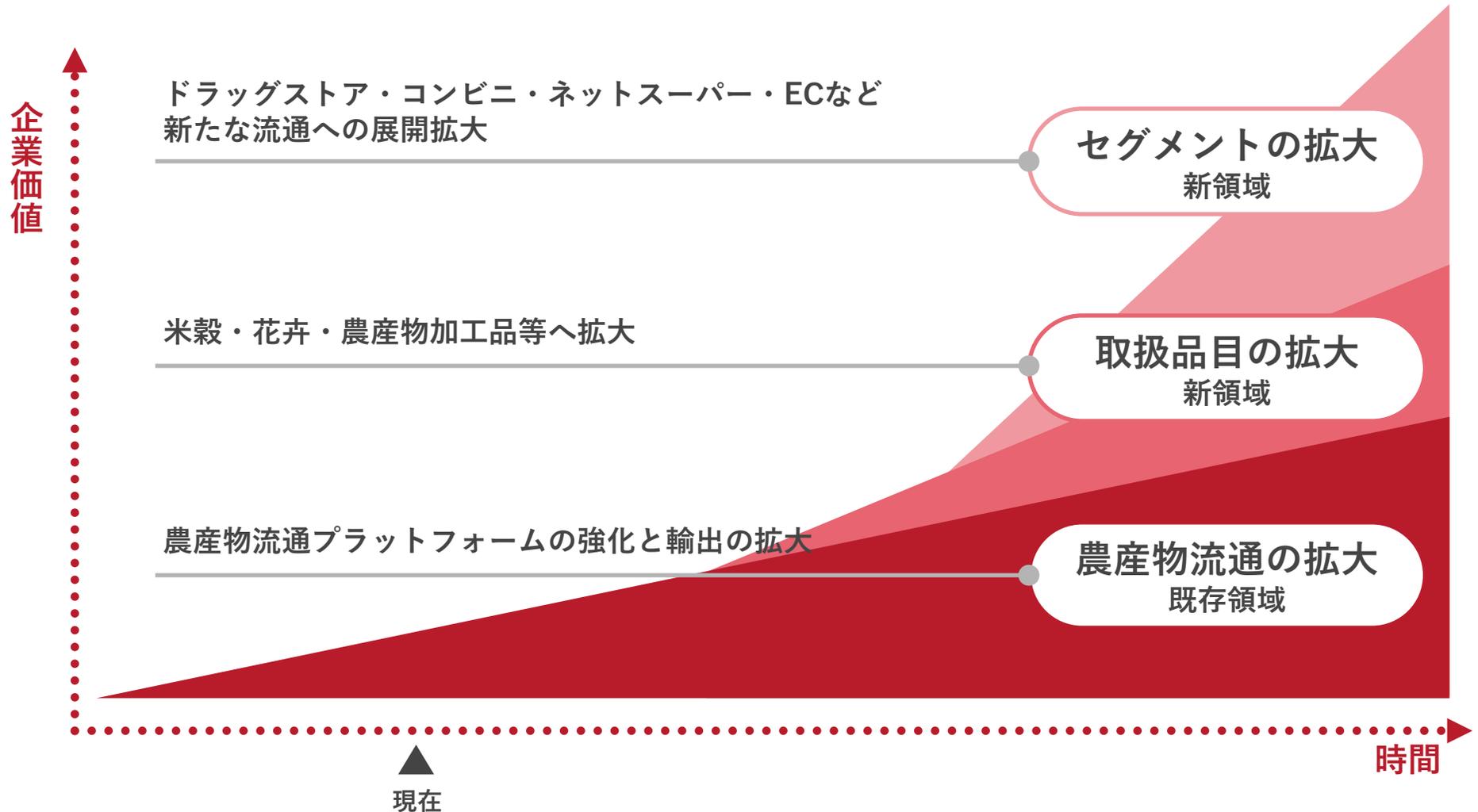
農産物流通プロフェッショナルが各地域の生産者と販売店をきめ細かくサポートし、需給バランスを調整

農産物流通に精通した人材（農産物流通プロフェッショナル）が産地（生産者）の状況と店舗（生活者）の動向を双方向で共有。きめ細かなサポートで双方のニーズの変化を即時にキャッチし、需要と供給のバランス調整を一気通貫で行い、生産と消費のミスマッチ解消を目指す。



事業計画

農産物流通で培った知見とアセットを活かし、
事業領域の拡大による企業価値の向上を目指す



「産直流通」のリーディングカンパニーから 「農産物流通」のリーディングカンパニーへ



農産物流通プラットフォームの 拡大・強化

- 01 生産者と店舗を繋ぐ物流プラットフォームの活用と強化
- 02 ITプラットフォームの強化
- 03 新しい取組への挑戦

※全国スーパーマーケット協会「2021年版スーパーマーケット白書」より総販売額×商品カテゴリー別売上構成比にて当社推計

仕入力と販売力を拡大するための物流プラットフォームの 更なる機能強化と物流効率向上

これまで

集荷場の拡大と機能拡充
全国での集荷場開設とセンターの機能拡充により
都市圏向けの物流網を拡大



これから

青果市場との連携
集荷場を拡大しつつ、
青果市場との連携により
仕入力を増強



目指す姿

エリア産直の実現
センター増設と域内での
物流の効率化をさらに進め、
同一域内での販売を強化



 集荷場  センター  青果市場



蓄積された生産・販売データからなるビッグデータとAI等の先端技術を活用し、 受発注業務のシームレス化と需給調整の最適化を図る



現在

生産者とスーパーをつなぐ
プラットフォーム

産地からスーパーに直接出荷できる仕組みの構築
販売データ・出荷データの収集・分析

▶ 3年後

産地と青果市場とスーパーをつなぐ
プラットフォーム

蓄積されたビッグデータを有効活用し、
需給調整機能を構築

▶ 6年後

全国の農産物流通全体を支える
プラットフォーム

天候・作付け状況・曜日・消費動向等の
情報を分析・予測し、需給調整機能を高度化



持続可能な農産業の実現を目指し、新たな取り組みにも積極的に挑戦

市場との連携強化

FY2022.8実施見込み

全国の青果市場と連携し、販路及び産地を相互活用

産地との連携強化

FY2022.8の実現に向け提携先検討中

全国の産地と提携し、産直卸事業の供給力強化

有機農産物の取扱

FY2022.8の実現に向け検討中

拡大が見込まれる有機食品市場への参入
農家の直売所事業及び産直卸事業での有機農産物の取扱



富山中央青果との資本業務提携（2021年12月）

首都圏および大都市圏の スーパーへの販売力

「産直流通」のリーディングカンパニー



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

流通総額 : 123億円 (2021年度)
取引店舗数 : 1,774店舗 (2021年度)



33.4%出資
役員2名派遣

JAおよび産地との 強固な連携による仕入力

富山市公設卸売市場 卸売会社



富山中央青果株式会社

取扱高 : 119億円 (2020年度)
取扱数量 : 44,000t (2020年度)

産直流通の農業総合研究所と市場流通の富山中央青果がタッグを組み、
産直と市場を担う新しい流通を構築



富山中央青果との資本業務提携の狙い

販売力
×
仕入力

首都圏および大都市圏のスーパーへの販路を持つ農業総合研究所の販売力とJAおよび産地との強い連携を持つ富山中央青果の仕入力を掛け合わせる



市場流通
×
産直流通

それぞれの強みを活かし、加工機能や物流機能、情報の受発信や決済の効率化を図ることで、柔軟な品揃えと流通在庫の削減、さらには業務のDX化を推進する



ブランディング
×
マーケティング

農業総合研究所の強みであるブランディング力やマーケティング力を通じて、市場を流通する農産物に新たな価値を提供する



流通総額の更なる拡大により 新しい農産物流通への挑戦と事業成長の両立を目指す

主要KPI



農産物流通プラットフォームの規模を示す参考指標

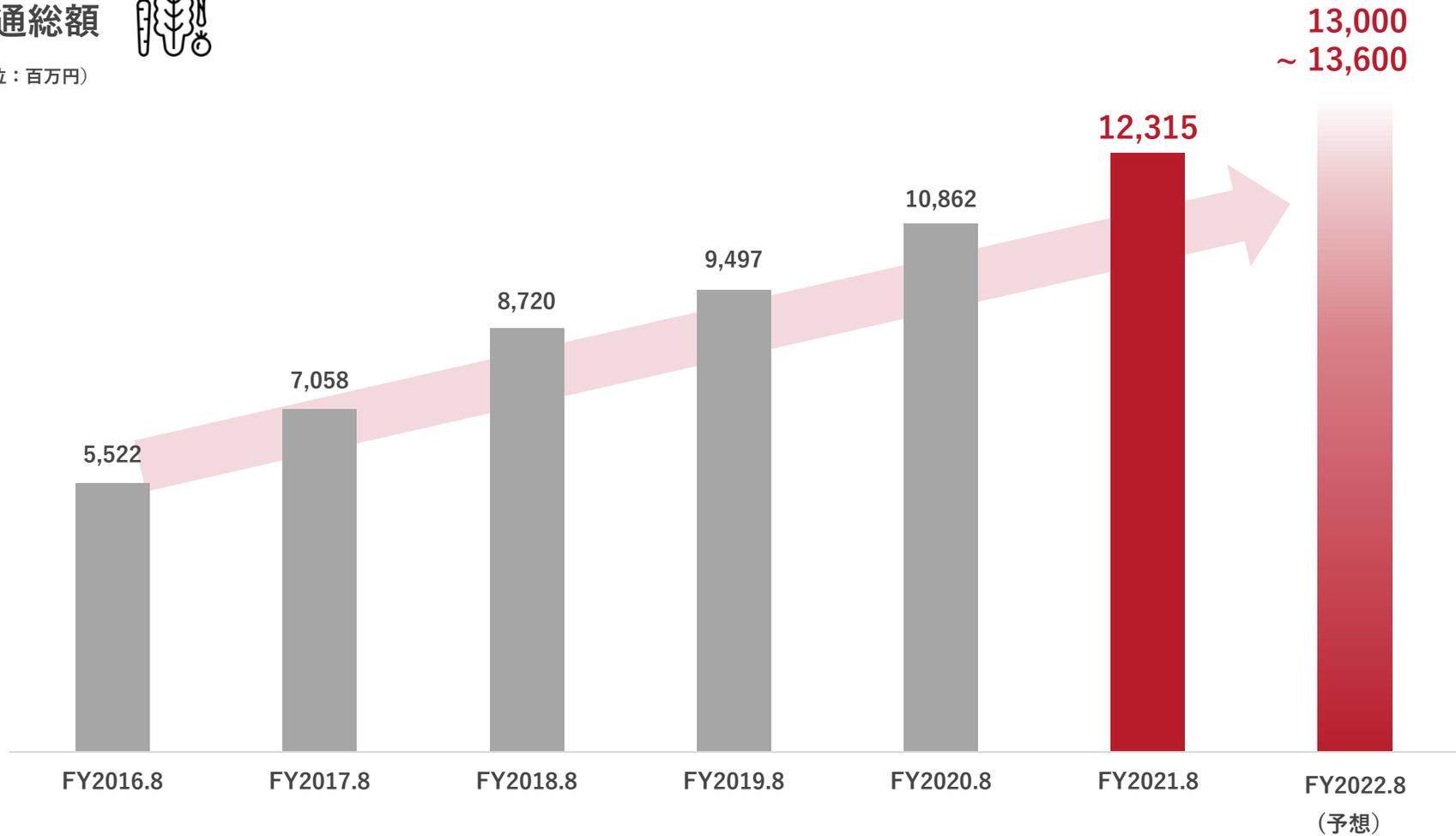
導入店舗数

登録生産者数

集荷拠点数

新しい農産物流通の拡大に向け、高成長を維持

流通総額 
(単位：百万円)

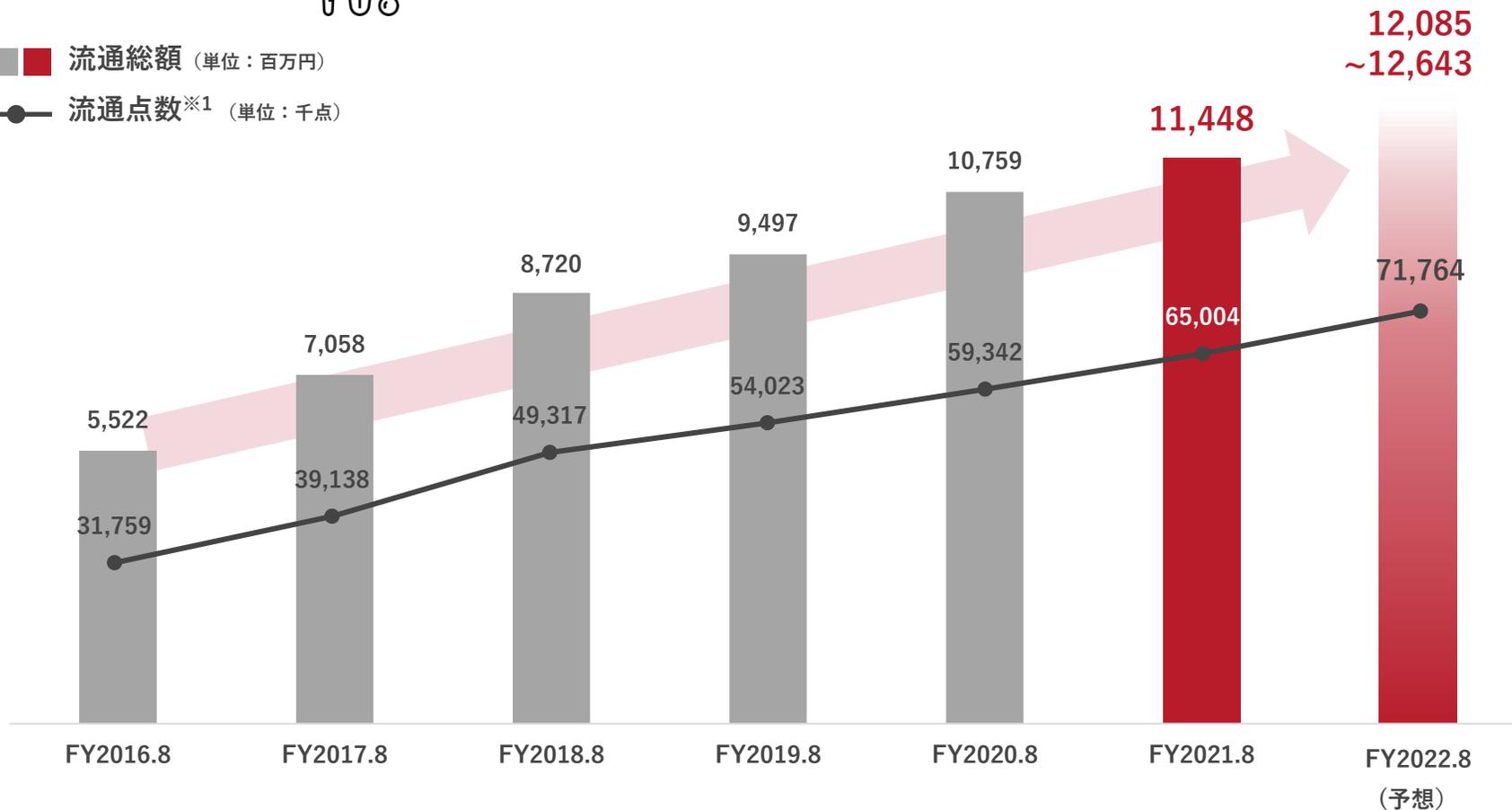


流通点数の拡大により流通総額が継続成長

流通総額・流通点数

■ 流通総額（単位：百万円）

● 流通点数^{※1}（単位：千点）



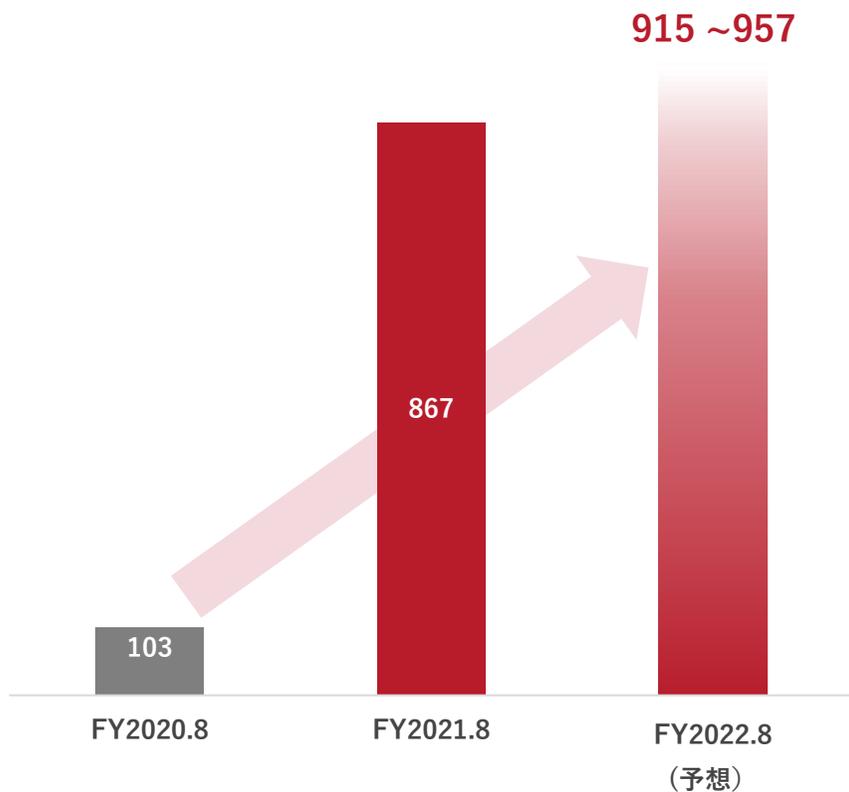
※1：「農家の直売所」プラットフォームを経由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数

FY2021.8より本格スタート、第二の事業の柱として早期の拡大成長を目指す

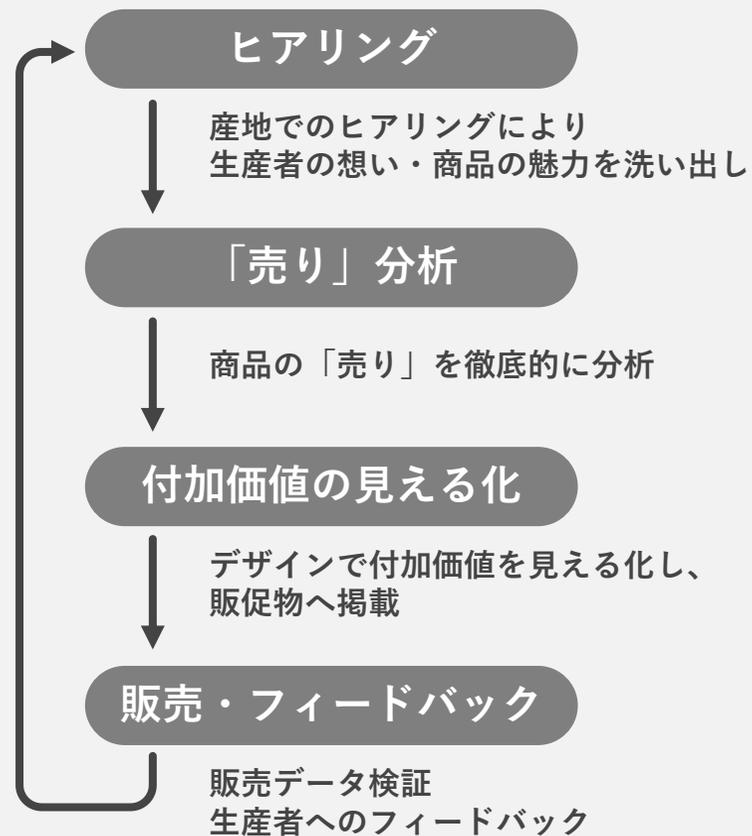
流通総額



(単位：百万円)



ブランディングによる付加価値の提供を強みに展開を加速

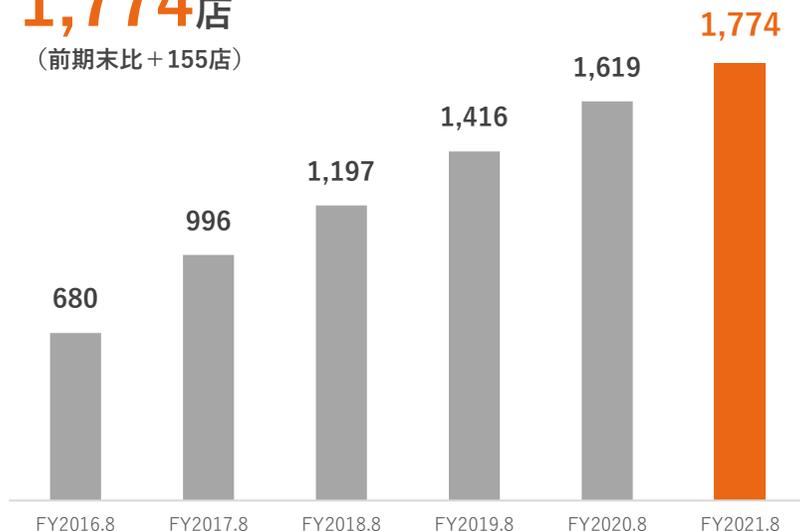


人口の集中する首都圏エリアを中心に、取引先店舗数は順調に拡大中

導入店舗数

1,774店

(前期末比+155店)



増加 前期末より184店舗増
既存取引先店舗での開設による増加

減少 前期末より29店舗減
取引先店舗自体の閉店による減少

「農家の直売所」導入店舗の拡大

当社取引先スーパーの
総店舗数

6,282店舗

「農家の直売所」
導入カバー率

28.2%

(前期末比+1.3p)

全国のスーパー店舗数※

22,434店舗

「農家の直売所」
導入カバー率

7.9%

(前期末比+0.1pt)

主要取引先

イオンリテール(株)、イズミヤ(株)、(株)ウオロク、コーナン商事(株)、
サミット(株)、(株)ダイエー、(株)東急ストア、(株)阪急オアシス、
富士シティオ(株)、(株)平和堂、(株)ベルク、(株)マルエツ、
(株)ライフコーポレーション ほか (五十音順)

※：全国スーパーマーケット協会『2021年版スーパーマーケット白書』

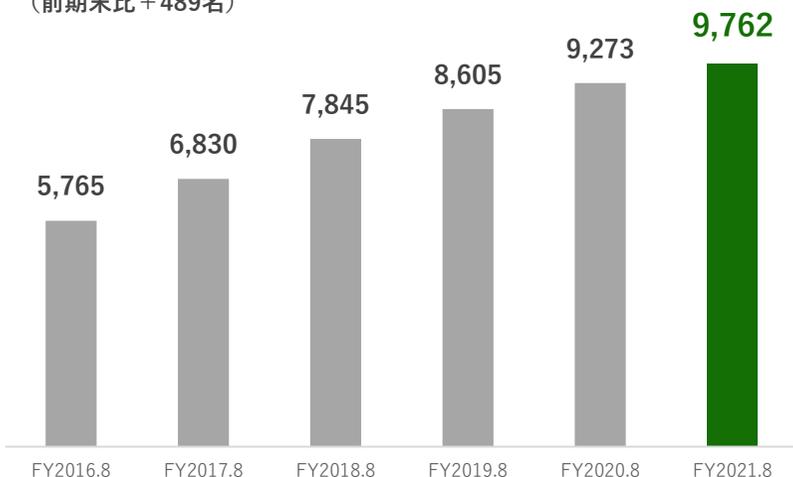
新規集荷拠点の開設に伴う増加のほか、既存集荷拠点を軸に産地の深掘りを進め、前期に比べ約500名増加

登録生産者数



9,762名

(前期末比+489名)



増加

前期末より704名増

集荷拠点の新規開設に伴う増加
産地開発活動の成果による増加

減少

前期末より215名減

集荷場の統廃合に伴う減少等

全国に展開する登録生産者

	FY2020.8	FY2021.8	増減
北海道・東北	197	175	△22
関東	1,936	2,128	+192
北陸・甲信越	1,011	1,158	+147
東海	316	309	△7
関西	4,389	4,541	+152
中国・四国	1,097	1,166	+69
九州・沖縄	327	285	△42
合計	9,273	9,762	+489

全国の総農家数
1,747,079戸※

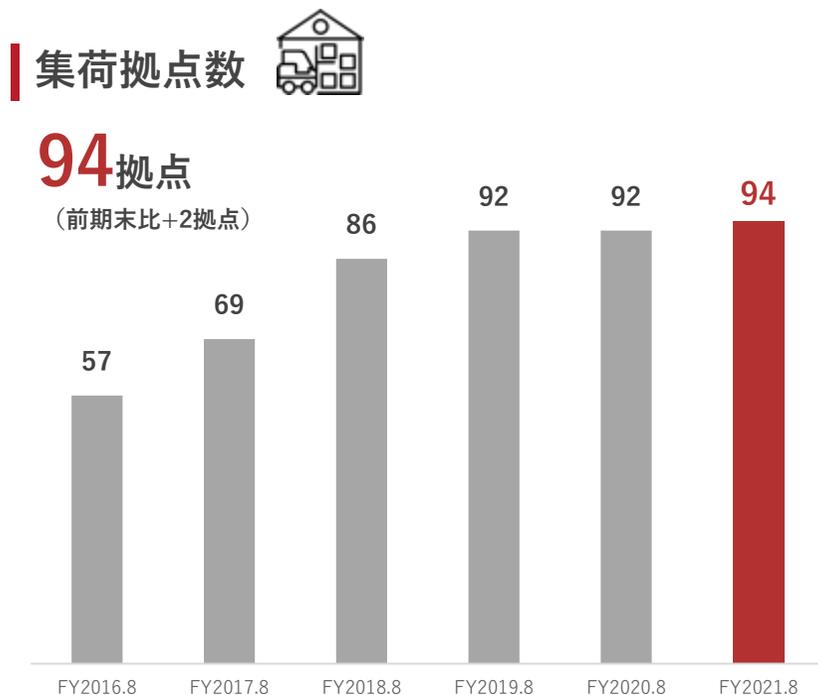
当社の登録生産者カバー率

0.55%

(前期末比+0.12%)

※：農林水産省『2020年農林業センサス』

新たに9拠点開設の一方で、物流効率向上を目的とした既存集荷拠点の統廃合を実施



増加

前期末より9拠点増
郵便局や鉄道インフラ（JR東日本）を活用した集荷拠点を開設

減少

前期末より7拠点減
物流効率の更なる向上を目指し、既存集荷拠点の統廃合を実施

日本全国をカバーする集荷拠点

	FY2020.8	FY2021.8	増減
北海道・東北	6	5	△1
関東	17	19	+2
北陸・甲信越	11	13	+2
東海	8	7	△1
関西	22	22	-
中国・四国	17	21	+4
九州・沖縄	11	7	△4
合計	92	94	+2

全国47都道府県のうち

当社の導入産地
30都道府県

リスク情報

有価証券報告書において記載している「事業等のリスク」のうち、当社の成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクは以下の通りです。
 その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

項目	主要なリスク	顕在化 可能性/時期/影響度	リスク対応策
農産物相場の変動 について	当社が取り扱う農産物については、極端な豊作や不作によって需要と供給のバランスが崩れると、相場が想定以上に変動する可能性があります。豊作により相場が下落すると、物流効率が悪化し営業利益率を悪化させ、不作によって相場が上昇すると、当社の「委託販売システム」を通さず、既存の農産物市場で販売する登録生産者が増えることで、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中/中長期/中	相場変動による影響を低減するため、出荷手数料の見直しを推進しております。具体的には、出荷手数料の一部を固定することにより、相場下降時にも安定的に物流コストを賄うことができます。また、「市場」との協業、市場内外のコラボレーションによる様々な取り組みを図っています。
天候不順等の自然 災害による影響に ついて	当社の取り扱う農産物については、集荷場を業務提携先を含めた日本全国各地で運営することで産地を分散させ、特定地域の天候不順等の自然災害による収穫不能・品質劣化時も別産地から商品の供給ができる体制を取っております。しかしながら、想定以上に天候不順等が深刻化、長期化並びに広域化した場合、流通量の減少による欠品や品質劣化等の問題の発生により、当社の経営成績及び財務状態に影響を及ぼす可能性があります。	中/中長期/中	対策として、可能な限り影響を最小化するために、集荷場の新設等、日本全国各地から農産物を供給できる体制を強化しております。
食品の安全性につ いて	当社は、登録生産者との間で、「農産物は、新鮮かつ農業安全使用基準を守って栽培されたもの（栽培履歴の明示ができるもの）であること」、「食品加工物についてはJAS法、食品衛生法等関連法規を守っていること」、「商標等法令に抵触する商品でないこと、また、当社の事業理念や企業イメージに抵触する商品でないこと」といった規定を設けております。しかしながら、登録生産者による表示の偽装や虚偽の情報提供等が行われる可能性は否定できません。また、食品の放射線汚染問題については、その安全性に関する社会通念上の見解が未だ明確でないことに加えて、今後当該問題に関する何らかの法規制が設けられた場合、当該法規制が求める対応等が即時に実施できない可能性があります。このような事象が発生した場合、行政機関からの指摘又は処分並びに消費者からのクレーム又は損害賠償等が生じる可能性があり、ブランドイメージの悪化や対外信用力の低下等により当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中/中長期/中	当社は、農薬履歴が確認できない農産物の出荷を禁止しております。具体的には、生産者が自分で農薬履歴を管理できるようにトレーサビリティソフト「畑メモ」を導入し、年数回農薬の抜き打ちチェックも実施しております。また、農薬管理だけでなく、表示管理、衛生管理を徹底するため出荷者への指導マニュアルを整備し、社員による啓蒙活動を実施いたします。集荷場の衛生管理も徹底しております。

項目	主要なリスク	顕在化 可能性/時期/影響度	リスク対応策
「委託販売システム」による農産物の販売について	<p>当社の「委託販売システム」では、スーパー等に設置いただいている直売所コーナーの運営において、登録生産者がスーパー等で委託販売をする仕組みを提供している立場であり、原則として当社は売買の当事者とはなりません。</p> <p>しかしながら、スーパー等の直売所コーナーで農産物を購入された消費者との間で何らかトラブルが発生した場合、当社が法的責任を問われる可能性があります。また、当社が法的責任を負わない場合においても、ブランドイメージの悪化等により当社の経営責任及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中/中長期/小	<p>トラブルを未然に防ぐために、登録生産者には、弊社が開発したトレーサビリティソフト「畑メモ」を使用して、農薬履歴や使用禁止資材等をチェックすることを義務付けております。また、生産者の圃場、加工場の確認や生産面積と出荷量を紐づけ、そのデータを確認するなど、生産者の管理を強化しております。</p>
売上高の季節変動について	<p>当社は、初夏の5月から7月、初秋の10月から11月にかけて、果物等の収益性の高い商品の収穫期に該当することや農産物の収穫高自体が多くなることにより、売上高や利益が増加する傾向にあります。このため、当該時期の業績如何によっては、当社の経営成績及び財務状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中/中長期/小	<p>最新選果機の導入により品質管理機能の強化や新たな成長ドライバーとして位置付けている産直卸事業や輸出事業を推進いたします。</p> <p>また、可能な限り影響を最小化するために、集荷場の新設等、日本全国各地から農産物を供給できる体制を強化しております。</p>

appendix



社名	株式会社 農業総合研究所
設立	2007（平成19）年10月25日
代表者	代表取締役会長CEO 及川 智正 代表取締役社長 堀内 寛
本社	和歌山県和歌山市黒田99番地12
資本金	496百万円
主な事業内容	農家の直売所事業、産直卸事業
従業員数	274名（役員・パート含む）
上場市場	東証マザーズ（証券コード：3541）
経営目標	持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにする
経営方針	ビジネスとして魅力ある農産業の確立

		会計方針	売上高	売上原価
農家の直売所 事業	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 ※収益認識基準の適用により変更	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。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。スーパー等の販売手数料は費用として販売管理費に計上。		
産直卸事業	卸販売	当社が農産物を買取り、スーパー等へブランディング化した上で販売を行う、仕入販売。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。		

※収益認識に関する会計基準（企業会計基準第29号 2020年3月31日）



		会計方針	売上高	売上原価
農家の直売所 事業	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。		
産直卸事業	卸販売	当社が農産物を買取り、スーパー等へブランディング化した上で販売を行う、仕入販売。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。		



本資料は、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。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料のアップデートは今後、本決算の発表後を目途として開示を行う予定です。なお、次回の開示は2022年11月を予定しております。

本資料に関するお問合せ

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