

FY2022.8 3Q 決算説明資料

東証グロース 証券コード：3541

2022年7月14日

| | | |
|---|-------|-------------------------|
| 1 | | FY2022.8 3Q業績報告 |
| 2 | | FY2022.8 3Q主要指標の推移 |
| 3 | | FY2022.8 重点施策の進捗と通期業績予想 |
| 4 | | Topics |
| 5 | | Appendix |

(注) 当期より「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)(以下、「新収益認識基準」)を適用し、収益認識に関する会計処理方法を変更しております。
当資料では、特に記載がない限り、新収益認識基準を適用した金額を記載しております。

農家の直売所事業の買取委託売上高において、 販売手数料差し引き後の純額表示から総額表示に変更

前期までの買取委託の計上方法
(新収益認識基準適用前)









- 買取委託売上高は販売手数料を除く純額（ネット）表示
- 前期3Q累計買取委託の販売手数料 308百万円

当期からの買取委託の計上方法
(新収益認識基準適用後)



- 買取委託売上高は販売手数料を含む総額（グロス）表示へ変更
- 販売手数料は費用として販管費へ計上
- 今期3Q累計買取委託の販売手数料 250百万円

セグメント別の会計方針（新収益認識基準適用後）

| | | 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。 | 売上高 {  } 流通総額 流通総額のうち 当社手数料部分 |  原則発生しない |
| | 買取委託 <small>新収益認識基準の適用により変更</small> | 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。 | 売上高 {  } 流通総額 スーパー等への販売金額 | 売上原価 {  } 当社の買取金額 |
| 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。 | 売上高 {  } 流通総額 スーパー等への販売金額 | 売上原価 {  } 当社の買取金額 |

FY2022.8 3Q業績報告

FY2022.8 3Q ハイライト

流通総額・売上高ともに前年同期比伸長

業績ハイライト・主要経営指標

流通総額(GMV)^{※1}

9,612百万円

(前年同期比 109.1%)

売上高

3,829百万円

(前年同期比 102.5%)

営業利益

△133百万円

(前年同期 △151百万円)

農家の直売所事業

流通総額

8,708百万円

(前年同期比 106.0%)

流通点数^{※2}

46,750千点

(前年同期比 99.1%)

産直卸事業

流通総額

903百万円

(前年同期比 151.1%)

参考指標

導入店舗数 **1,886**店舗

(前期末 + 112店舗)

登録生産者数 **10,035**名

(前期末 + 273名)

集荷拠点数 **93**拠点

(前期末 △1拠点)

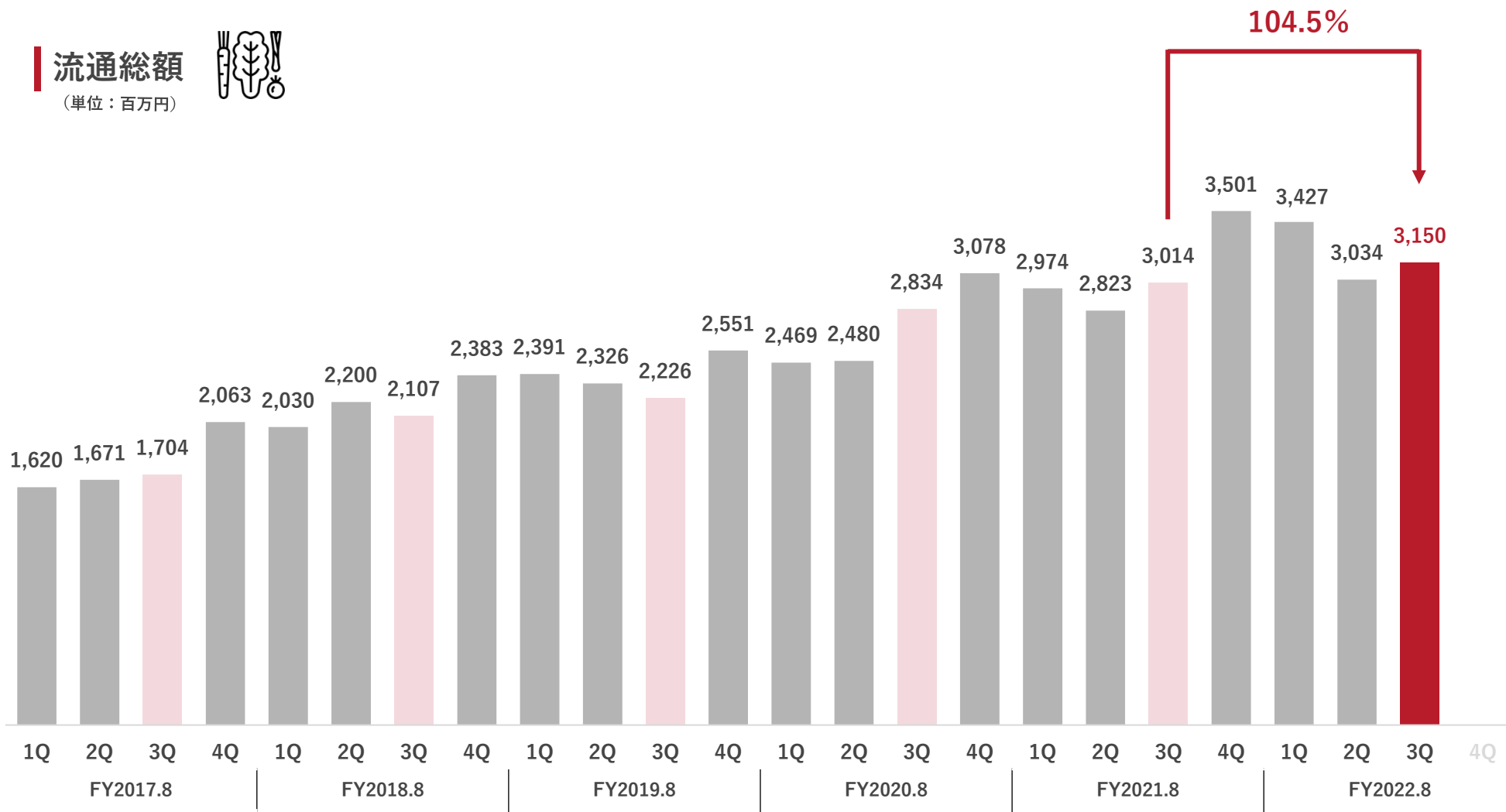
※1 流通総額 (GMV: Gross Merchandise Value) : スーパー等において最終消費者に購入いただいた最終販売価格の総計

※2 流通点数: 「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

前年同期比104%の成長、30億円超を継続

流通総額

(単位：百万円)



流通総額・売上高ともに成長し、営業利益・EBITDAは赤字が縮小
当期純利益は法人税等調整額の影響により減少

| 単位：百万円 | FY2022.8実績 | | FY2021.8実績※ | | 増減額 | 前年同期比 |
|--------|------------|--------|-------------|--------|-----|--------|
| | 3Q累計 | 対流通総額比 | 3Q累計 | 対流通総額比 | | |
| 流通総額 | 9,612 | - | 8,812 | - | 799 | 109.1% |
| 売上高 | 3,829 | 39.8% | 3,735 | 42.4% | 94 | 102.5% |
| 売上総利益 | 2,078 | 21.6% | 1,955 | 22.2% | 123 | 106.3% |
| 販売管理費 | 2,212 | 23.0% | 2,107 | 23.9% | 105 | 105.0% |
| 営業利益 | △133 | △1.4% | △151 | △1.7% | 18 | - |
| 経常利益 | △123 | △1.3% | △167 | △1.9% | 43 | - |
| 当期純利益 | △139 | △1.5% | △120 | △1.4% | △19 | - |
| EBITDA | △85 | △0.9% | △132 | △1.5% | 47 | - |

※FY2021.8実績は新収益認識基準を遡及適用



限界利益率・限界利益額ともに前年同期から改善 人件費及び減価償却費等のコスト増により営業損失計上

| 単位：百万円 | | FY2022.8 3Q累計 | 対流通 総額比 | FY2021.8 3Q累計※1 | 対流通 総額比 | 増減額 |
|-----------|---------|------------------|------------|--------------------|------------|-----|
| 流通総額 | | 9,612 | - | 8,812 | - | 799 |
| 売上総利益 | | a | 21.6% | 1,955 | 22.2% | 123 |
| 主要 変動費 | 物流費 | 669 | 7.0% | 606 | 6.9% | 62 |
| | コンテナ費 | 100 | 1.0% | 104 | 1.2% | △3 |
| | 運営委託費 | 170 | 1.8% | 156 | 1.8% | 13 |
| | 販売手数料※2 | 250 | 2.6% | 308 | 3.5% | △58 |
| | 計 | b | 12.4% | 1,175 | 13.3% | 14 |
| 限界利益 | | c=a-b | 9.2% | 779 | 8.8% | 109 |
| 事業経費 | | d | 10.6% | 931 | 10.6% | 90 |
| 営業利益 | | e=c-d | △1.4% | △151 | △1.7% | 18 |

※1 FY2021.8実績は新収益認識基準を遡及適用

※2 新収益認識基準の適用により、当期から農家の直売所事業の買取委託販売の販売手数料を主要変動費に加えております

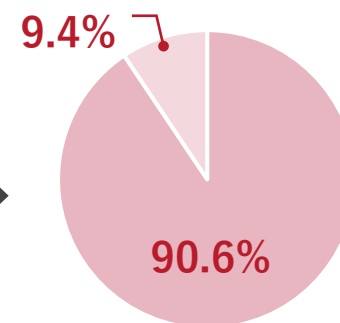
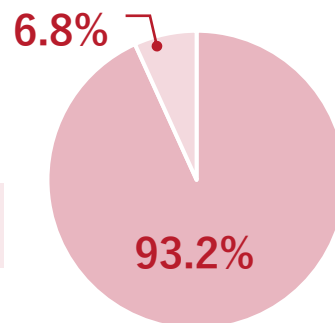
農家の直売所事業は堅実にセグメント利益確保
産直卸事業は体制整備が進み、流通総額の拡大フェーズへ

| 単位：百万円 | 全社 | 対流通 総額比 | 農家の直売所 事業 | 対流通 総額比 | 産直卸 事業 | 対流通 総額比 |
|---------|-------|------------|--------------|------------|-----------|------------|
| 流通総額 | 9,612 | - | 8,708 | - | 903 | - |
| 売上高 | 3,829 | 39.8% | 2,925 | 33.6% | 903 | 100.0% |
| 売上総利益 | 2,078 | 21.6% | 1,938 | 22.3% | 140 | 15.6% |
| 販売管理費 | 1,770 | 18.4% | 1,623 | 18.6% | 147 | 16.3% |
| セグメント利益 | 307 | 3.2% | 314 | 3.6% | △6 | △0.7% |
| 全社費用 | 441 | 4.6% | - | - | - | - |
| 営業利益 | △133 | △1.4% | - | - | - | - |

セグメント別流通総額構成比

農家の直売所事業

産直卸事業



農家の直売所事業

堅実にセグメント利益確保

| | | |
|-------|----------|-------------|
| 流通総額 | 8,708百万円 | 前年同期比106.0% |
| 売上高 | 2,925百万円 | 前年同期比 93.3% |
| 売上総利益 | 1,938百万円 | 前年同期比104.5% |

※次ページにて説明

産直卸事業

体制整備が進み、流通総額の拡大フェーズへ

| | | |
|-------|--------|-------------|
| 流通総額 | 903百万円 | 前年同期比151.1% |
| 売上高 | 903百万円 | 前年同期比151.1% |
| 売上総利益 | 140百万円 | 前年同期比139.2% |

農家の直売所事業

| 単位：百万円 | FY2022.8実績 | | FY2021.8実績※2 | | 増減額 | 前年同期比 |
|---------|------------|----------|--------------|----------|------|--------|
| | 3Q累計 | 対流通総額比※1 | 3Q累計 | 対流通総額比※1 | | |
| 流通総額 | 8,708 | - | 8,214 | - | 494 | 106.0% |
| 委託販売 | 6,370 | - | 5,858 | - | 511 | 108.7% |
| 買取委託 | 1,441 | - | 1,792 | - | △351 | 80.4% |
| その他 | 896 | - | 563 | - | 333 | 159.2% |
| 売上高 | 2,925 | 33.6% | 3,137 | 38.2% | △211 | 93.3% |
| 委託販売 | 1,326 | 20.8% | 1,206 | 20.6% | 120 | 109.9% |
| 買取委託 | 1,441 | 100.0% | 1,792 | 100.0% | △351 | 80.4% |
| その他 | 157 | 17.5% | 137 | 24.4% | 19 | 114.4% |
| 売上総利益 | 1,938 | 22.3% | 1,854 | 22.6% | 83 | 104.5% |
| 委託販売 | 1,326 | 20.8% | 1,206 | 20.6% | 120 | 109.9% |
| 買取委託 | 527 | 36.6% | 580 | 32.4% | △52 | 90.9% |
| その他 | 83 | 9.3% | 67 | 11.9% | 16 | 124.7% |
| 販売管理費 | 1,623 | 18.6% | 1,554 | 18.9% | 68 | 104.4% |
| セグメント利益 | 314 | 3.6% | 299 | 3.6% | 14 | 105.0% |

基準を合わせた（従来基準を適用した場合）粗利率比較は次ページ参照

スーパー等へ支払う販売手数料を含む「新収益認識基準」による対流通総額比

※1 対流通総額比率は各販売方法別流通総額に対する比率

※2 FY2021.8実績は新収益認識基準を遡及適用



農家の直売所事業

| 単位：百万円 | FY2022.8実績 | | FY2021.8実績 | | 増減額 | 前年同期比 |
|---------------|------------|---------|------------|---------|------|--------|
| | 3Q累計 | 対流通総額比※ | 3Q累計 | 対流通総額比※ | | |
| 流通総額 | 8,708 | - | 8,214 | - | 494 | 106.0% |
| 委託販売 | 6,370 | - | 5,858 | - | 511 | 108.7% |
| 1 買取委託 | 1,441 | - | 1,792 | - | △351 | 80.4% |
| その他 | 896 | - | 563 | - | 333 | 159.2% |
| 売上高 | 2,675 | 30.7% | 2,828 | 34.4% | △152 | 94.6% |
| 委託販売 | 1,326 | 20.8% | 1,206 | 20.6% | 120 | 109.9% |
| 買取委託 | 1,191 | 82.6% | 1,484 | 82.8% | △292 | 80.3% |
| その他 | 157 | 17.5% | 137 | 24.4% | 19 | 114.4% |
| 売上総利益 | 1,688 | 19.4% | 1,545 | 18.8% | 142 | 109.2% |
| 委託販売 | 1,326 | 20.8% | 1,206 | 20.6% | 120 | 109.9% |
| 2 買取委託 | 277 | 19.2% | 271 | 15.2% | 5 | 102.1% |
| その他 | 83 | 9.3% | 67 | 11.9% | 16 | 124.7% |
| 販売管理費 | 1,373 | 15.8% | 1,246 | 15.2% | 127 | 110.2% |
| セグメント利益 | 314 | 3.6% | 299 | 3.6% | 14 | 105.0% |

1 買取委託の物量を抑制したため流通総額は前期に比べ減少

2 スーパー等へ支払う販売手数料を除いた従来基準による対流通総額比粗利率は前期と比べ改善

※ 対流通総額比率は各販売方法別流通総額に対する比率

産直卸事業

| 単位：百万円 | FY2022.8実績 | | FY2021.8実績 | | 増減額 | 前年同期比 |
|---------|------------|--------|------------|--------|-----|--------|
| | 3Q累計 | 対流通総額比 | 3Q累計 | 対流通総額比 | | |
| 流通総額 | 903 | - | 598 | - | 305 | 151.1% |
| 売上高 | 903 | 100.0% | 598 | 100.0% | 305 | 151.1% |
| 売上総利益 | 140 | 15.6% | 101 | 16.9% | 39 | 139.2% |
| 販売管理費 | 147 | 16.3% | 136 | 22.8% | 10 | 107.8% |
| セグメント利益 | △6 | △0.7% | △35 | △5.9% | 28 | - |

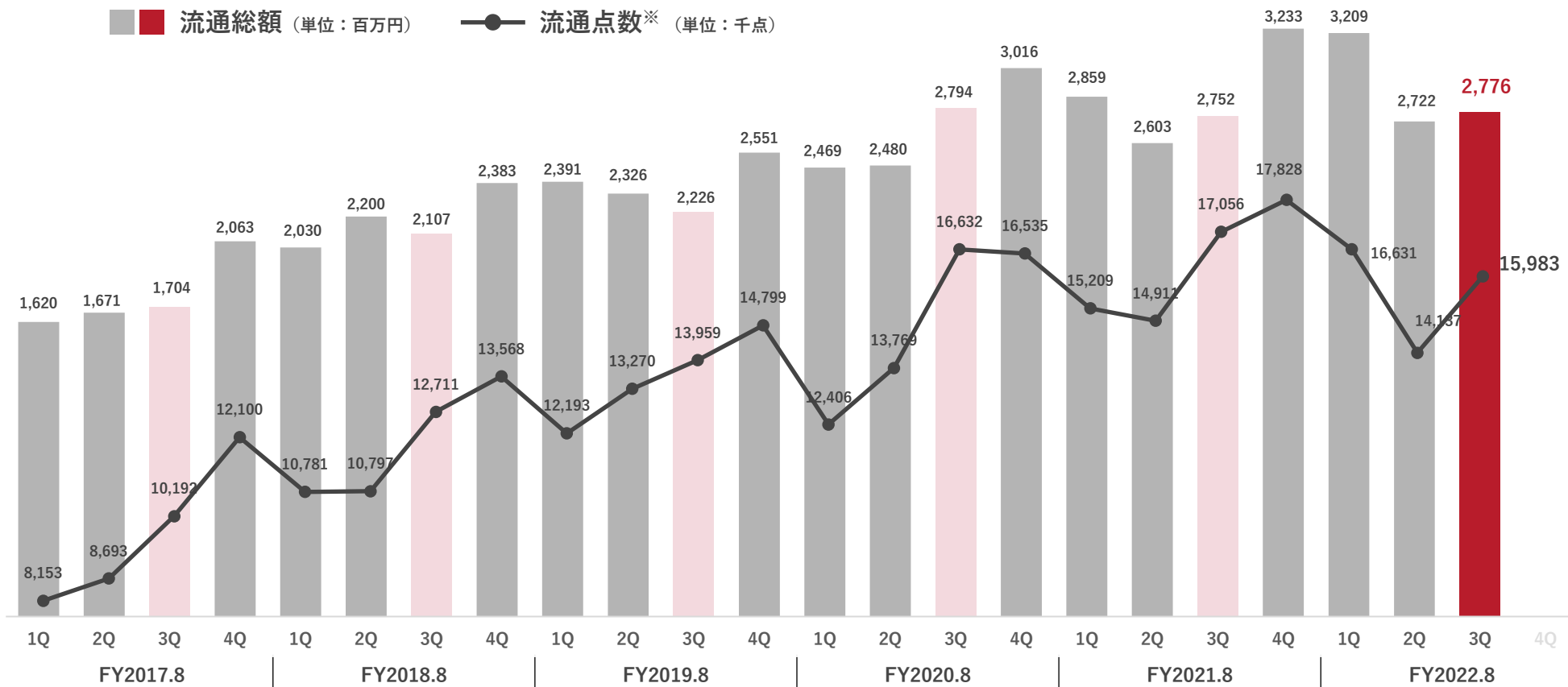
FY2022.8 3Q主要指標の推移

流通総額は堅調に推移、流通点数は買取委託抑制により前年同期比減

流通総額・流通点数 

2,776百万円・15,983千点

■ 流通総額 (単位：百万円) ● 流通点数※ (単位：千点)



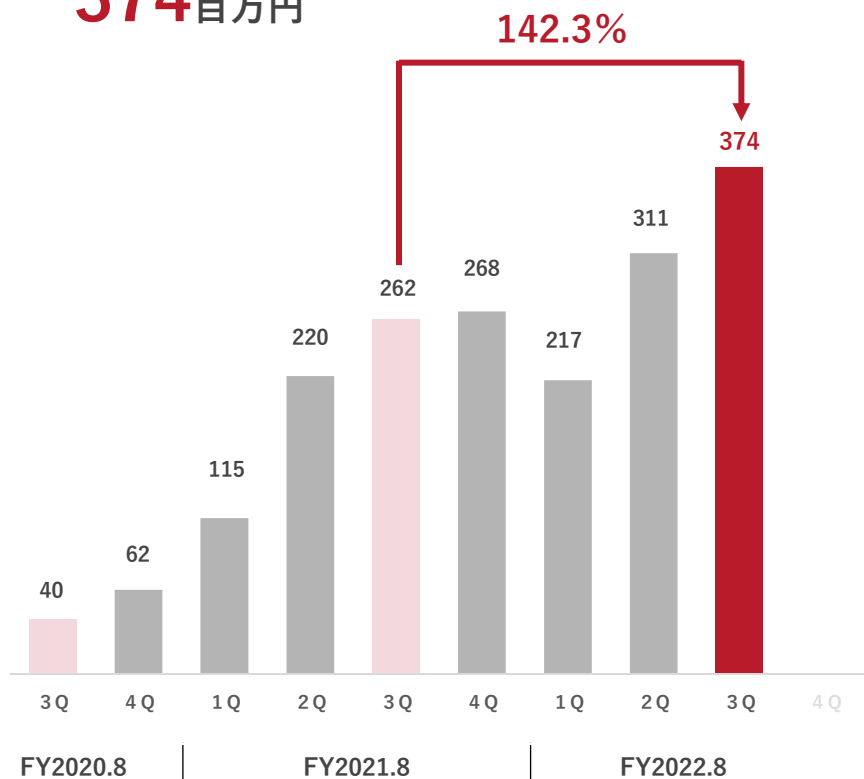
※「農家の直売所」プラットフォームを經由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数。
前期まで指数で開示しておりましたが、当期より実際の流通点数での開示に変更しました。

主要品目の産地開拓・営業体制整備が順調に進み、流通総額の拡大に貢献



流通総額 

374百万円



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



生産者情報WEBページ用QRコード

実際の商品に記載のQRコードです。ぜひ読み取っていただき、ご覧ください。

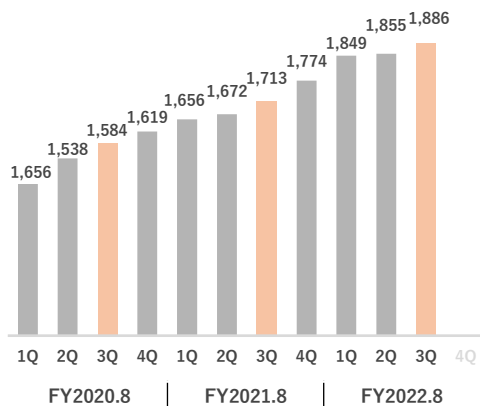
農産物流通プラットフォームの規模を示す3指標

登録生産者数は10,000名を突破、物流効率改善に向け集荷拠点の統廃合を実施

導入店舗数

1,886店舗

(前期末比+112店舗)



増加

前期末より123店舗増
既存取引先店舗での開設による増加

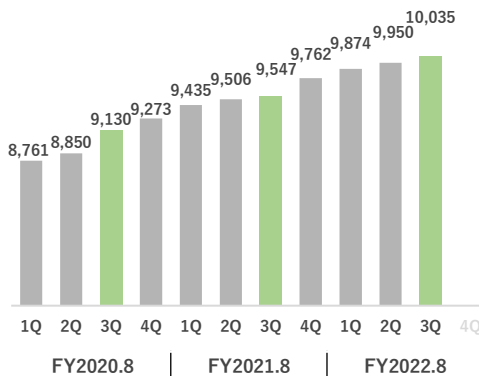
減少

前期末より11店舗減
取引先店舗自体の閉店による減少

登録生産者数

10,035名

(前期末比+273名)



増加

前期末より398名増
営業活動の効果による増加

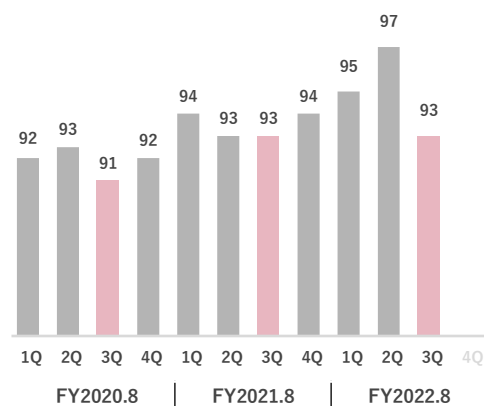
減少

前期末より125名減
生産終了等による減少

集荷拠点数

93拠点

(前期末比△1拠点)



増加

前期末より3拠点増
中四国および関東エリアで新規拠点開設

減少

前期末より4拠点減少
統廃合による減少

FY2022.8 重点施策の進捗と通期業績予想

流通総額の伸長を最重要視し、
利益率の改善と新しい取組への挑戦に注力

1 流通総額の拡大

2 利益率の改善

3 新しい取組への挑戦



引き続き持続的成長に向けた施策を実施

| | 概要 | 具体的施策 | 取り組み状況 |
|--------------------|---------------------|------------------------------------|---|
| 1 流通総額 の拡大 | 農家の直売所事業の拡大 | ・ 導入店舗数と店舗日販の増加 | 導入店舗数は着実に拡大 (p17) |
| | 産直卸事業の拡大 | ・ 主要品目の販売拡大及び選果機の活用 | 営業体制の整備、主要品目の調達販売は順調に推移 選果機を活用した販売も継続中 (p16) |
| | 物流機能の拡充 | ・ 物量の増大に対応する物流網及びセンター機能の 拡充 | 国分グループとの提携によりマザーセンター構築に 向けた準備開始 (p31.32) |
| 2 利益率 の改善 | 集荷場の統廃合 | ・ 適地適販のための産地の精査及びエリア産直強化 | 産地の精査・開拓により3拠点増加 統廃合により、4拠点減少 (p17) |
| | コンテナ出荷の 本格展開 | ・ コンテナ出荷の導入エリアの拡大 | 2021年10月より和歌山県でのコンテナ出荷を開始 兵庫県での導入に向け検証中 (p23-28) |
| | 委託販売の拡大と 買取委託の調整 | ・ 委託販売と買取委託のバランスを調整し、利益率 の改善を図る | 買取委託を抑制し、売上総利益率が改善 (p12) |
| 3 新しい取組 への挑戦 | 市場との連携強化 | ・ 全国の地方卸売市場との連携し、販路及び産地を 相互活用 | 富山中央青果との資本業務提携契約を締結 販売額は順調に拡大 (p29.30) |
| | 産地との連携強化 | ・ 全国の産地 (JA等) と提携し、産直卸事業の供給 力強化 | 各JAや市場・生産者グループ等との連携が進行中 |
| | 有機農産物の取扱 | ・ 農家の直売所事業及び産直卸事業での有機農産物 取扱 | 有機農産物の委託販売を本格開始 |



全社の流通総額は通期予想達成を見込む

| 単位：百万円 | FY2022.8 通期予想 | FY2022.8 3Q累計実績 | 進捗率 | FY2021.8 通期実績※ |
|--------|------------------|--------------------|----------------|-------------------|
| 流通総額 | 13,000～13,600 | 9,612 | 70.7 ～73.9% | 12,315 |
| 売上高 | — | — | — | 5,156 |
| 営業利益 | — | — | — | △193 |
| 経常利益 | — | — | — | △207 |
| 当期純利益 | — | — | — | △283 |

現時点では正確な見通しが困難なため、期初予想を据え置き、レンジ形式での開示といたします。
今後、業績予想の開示が可能となった時点で速やかに開示いたします。

※ 新収益認識基準適用後

Topics

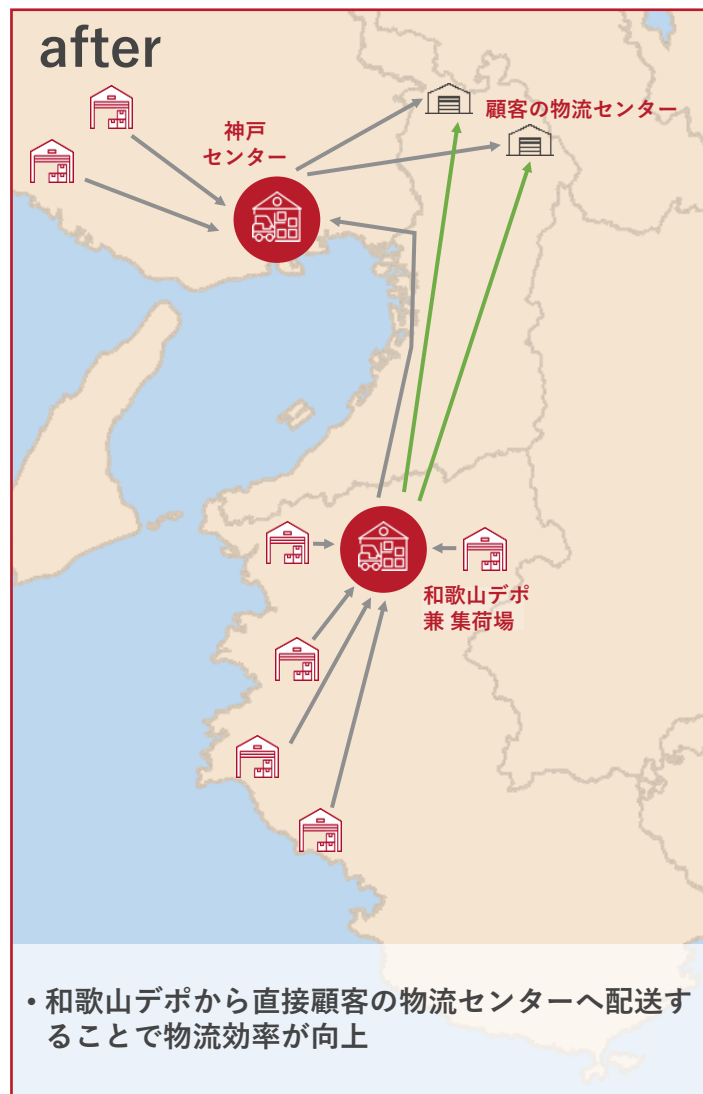
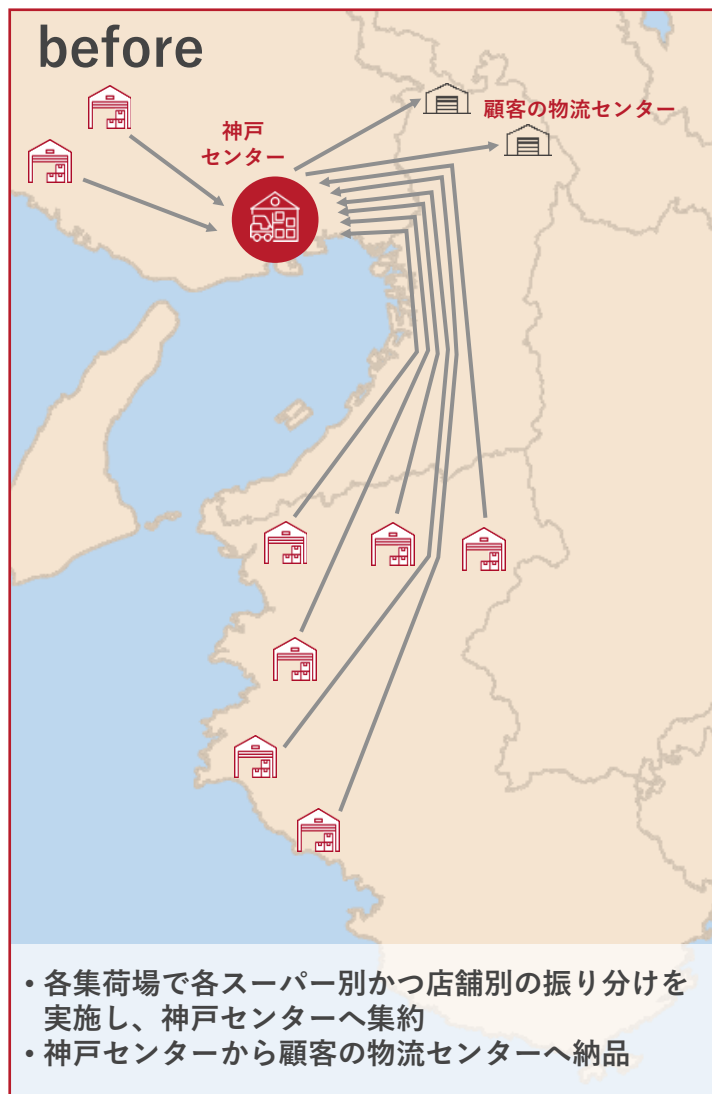
主要な変更は以下の3点

物流の変更

出荷オペレーションの変更

出荷手数料の変更

物流効率が向上し、物流コスト削減



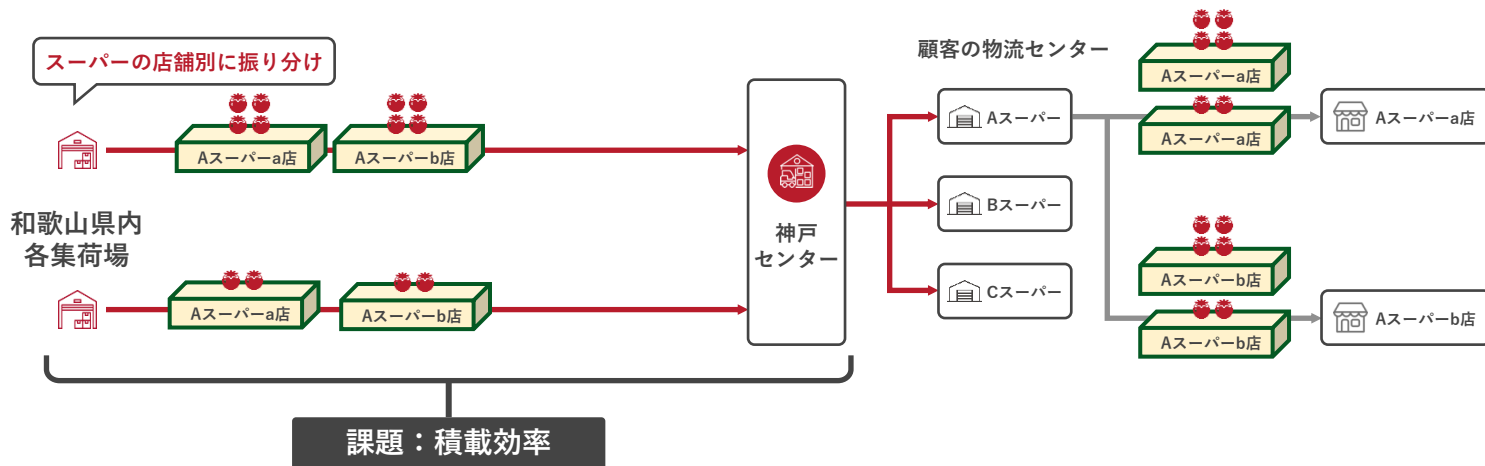
- 集荷場
- センター
- 顧客の物流センター

※：上記はイメージです。実際の所在地や配送ルートとは異なります。

コンテナ単価が向上し、物流コスト削減

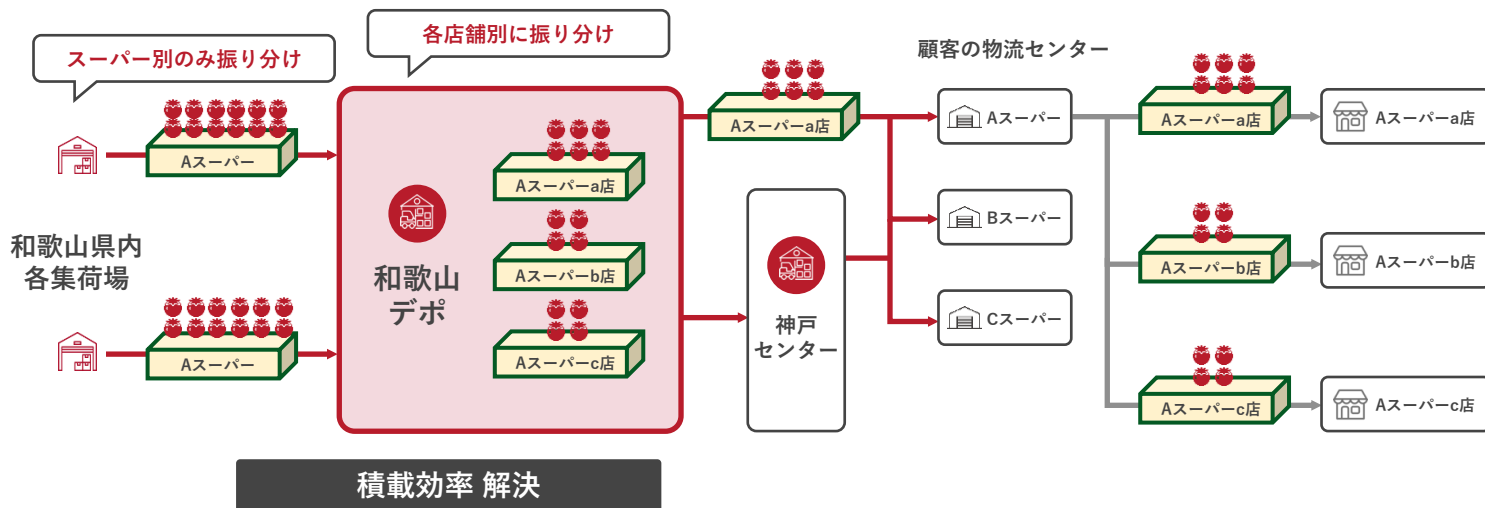
before

- 各集荷場で各スーパー別かつ店舗別の振り分けを行っていたため、1コンテナ容量に対しムダが発生

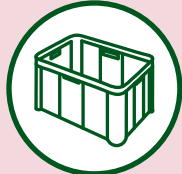


After

- 和歌山デポで集約し、コンテナ詰めすることで1コンテナの積載率が上がり、コンテナ単価が向上



出荷作業効率が向上し、営業活動を強化・拡大

| | 変更前 | 変更後 |
|--------|--|--|
| 出荷方法 | 各店舗への商品振り分け出荷 | コンテナ出荷  |
| 振り分け作業 | 生産者：集荷場でスーパー別かつ各スーパーの店舗別まで商品を振り分け | 生産者：スーパー別に商品を振り分け 当社：各スーパーの店舗別に商品を振り分け |
| 生産者 | <ul style="list-style-type: none"> 作業負担大 出荷額/点数に関わらず一律の出荷手数料 サイズに関わらず一律の出荷手数料 | <div style="border: 2px solid green; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p>効果</p> <ul style="list-style-type: none"> 作業時間の短縮 出荷奨励金の導入によるモチベーション向上 出荷手数料変更による不公平感の解消 </div> |
| 当社 | <ul style="list-style-type: none"> 物量増加に伴う集荷スペースの不足 物量増加に伴う作業時間の増加 出荷先間違い多発 | |

出荷手数料（生産者から頂く物流コスト）にコンテナ個建負担を導入し、 出荷手数料収入を安定化



キャベツの例

1コンテナ16個入り、1個あたり単価100円～300円 の場合

| | 変更前 | | 変更後 | |
|---------------------|---|--------------------|---|--------------------|
| 出荷手数料 | 料率負担 出荷額 × 8.5% | | 料率負担 + コンテナ個建負担 出荷額 × 3.5% + 250円/コンテナ当たり | |
| 1個あたり 単価 | 相場下降時 100円 | ～ 相場上昇時 300円 | 相場下降時 100円 | ～ 相場上昇時 300円 |
| 1コンテナあたり 物流コスト | 300円 | | 300円 | |
| 1コンテナあたり 出荷手数料収入 | 136円 | ～ 408円 | 306円 | ～ 418円 |
| 損益 | 相場下降時 △164円 | ～ 相場上昇時 108円 | 相場下降時 6円 | ～ 相場上昇時 118円 |
| | ↑ 272円 ↑ | | ↑ 112円 ↑ | |

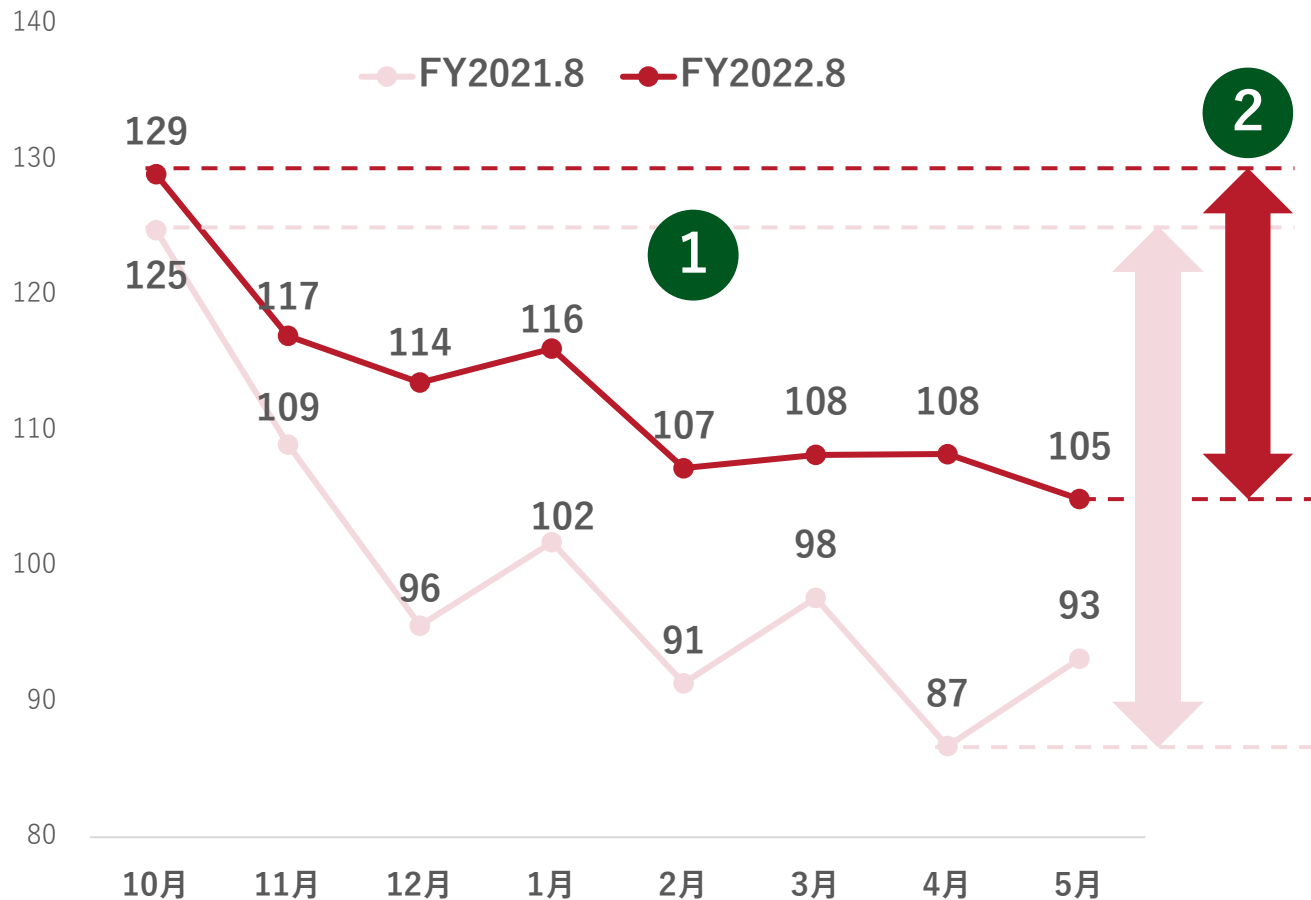
相場下落時も
損益プラスを
確保

相場変動時のボラティリティを低減

※：上記は一例のため、実際の出荷手数料とは異なります

出荷手数料で物流費をカバー、振れ幅も縮小

FY2021.10月～5月の8か月間の
出荷手数料による物流費カバー率の平均値を100とした場合の指数



- ① カバー率UP
- ② 変動幅縮小

※：2021年10月より和歌山県内の集荷場にて実施
※：物流費カバー率=出荷手数料/コンテナ出荷に係る物流費等にて算出

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

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



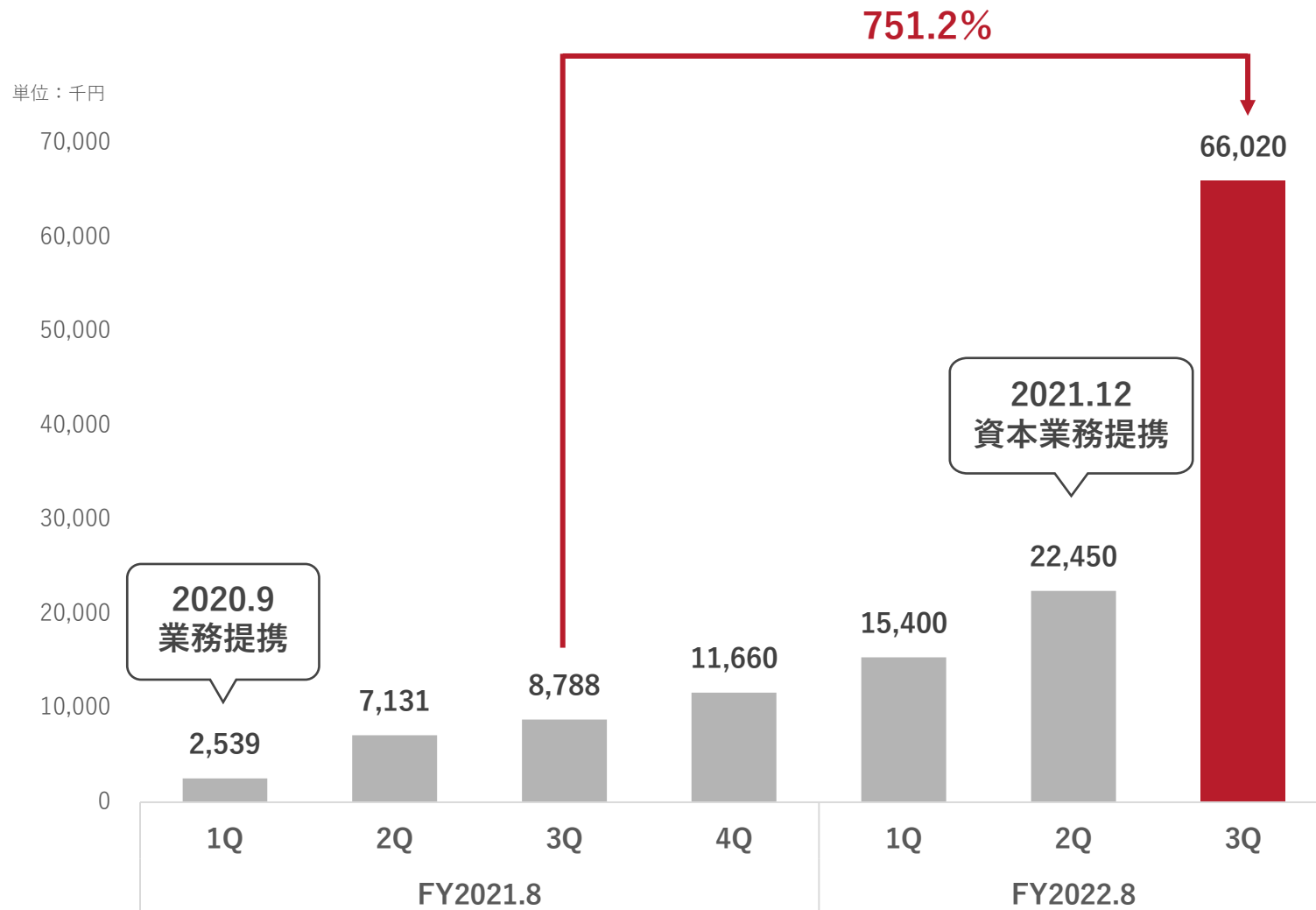
富山中央青果株式会社

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

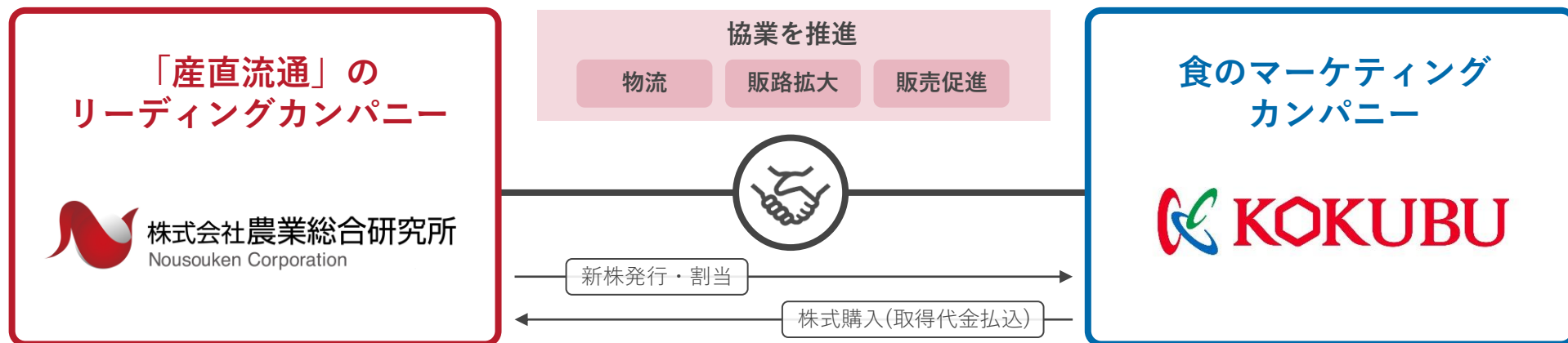
富山中央青果の概要

| | |
|------|----------------------------------|
| 会社名 | 富山中央青果株式会社 |
| 代表者 | 代表取締役 安井 豊 |
| 所在地 | 富山県富山市掛尾町500番地 |
| 資本金 | 8,000万円 |
| 設立 | 昭和48年2月 (創立 明治38年4月) |
| 事業内容 | 青果物およびその加工品の受託販売並びにこれらの買付およびその販売 |

富山中央青果への販売額は前年同期比7.5倍と急拡大



新たなバリューチェーン構築における協力体制の確立および関係強化を目的とし、
資本提携および第三者割当による新株発行により約1億円を調達



第三者割当の概要

| | |
|--------|--|
| 発行新株式数 | 普通株式 247,600株 2022年5月10日時点発行済総数：21,778,300株 |
| 発行価格 | 1株につき404円 2022年5月9日終値：425円 |
| 調達資金総額 | 100,030,400円 |
| 割当先 | 国分グループ本社株式会社 |
| 払込期日 | 2022年5月30日 |

資本提携の目的

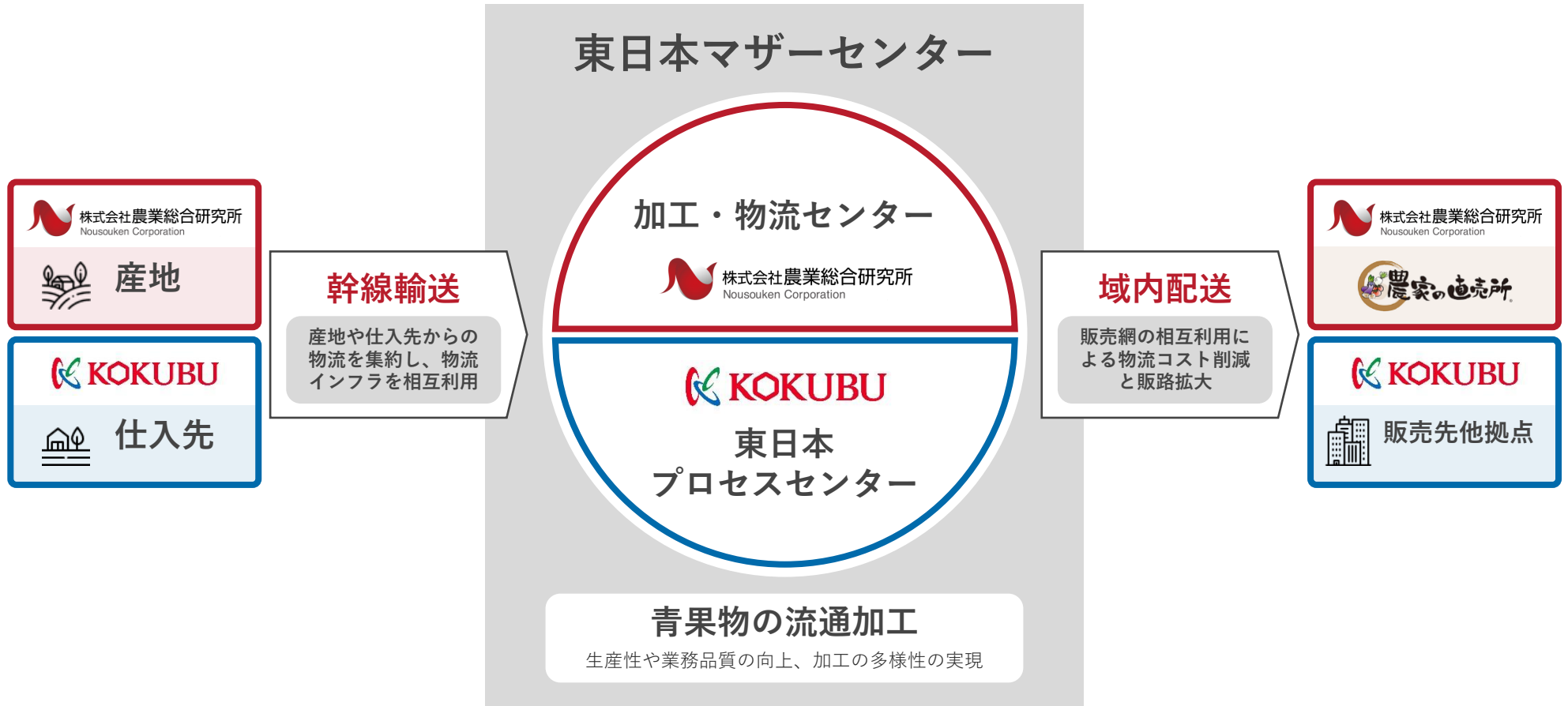
- ・国分グループが保有する全国の調達・販売網や青果物の流通加工機能と、当社が保有する農産物流通プラットフォームや物流ネットワークを相互に有効活用することで新たなバリューチェーンの構築を目指し、2021年7月に業務提携契約を締結
- ・さらなる関係強化により、業務提携をさらに加速

調達資金の使途

産直卸事業における運転資金に充当

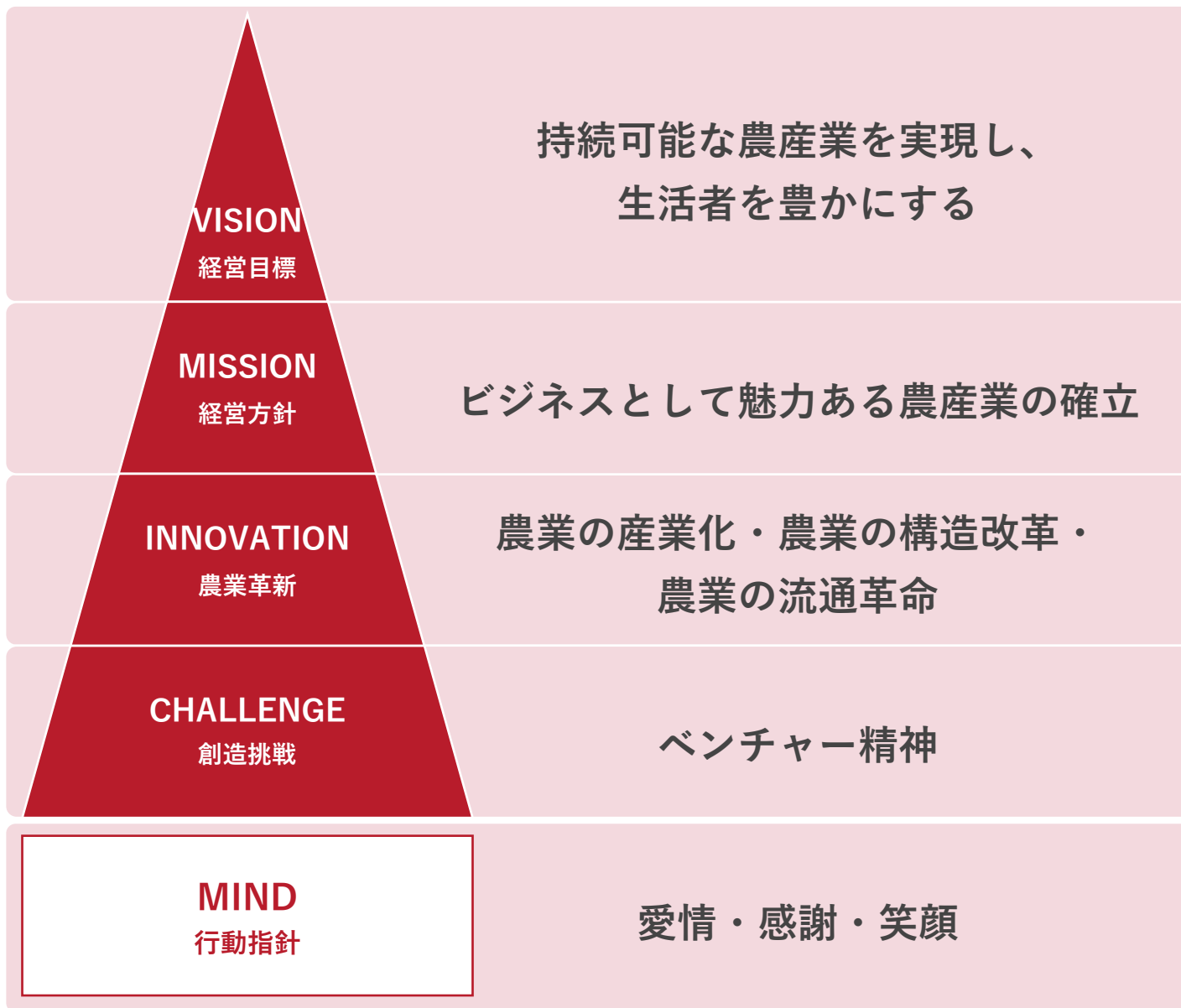
- ①商品仕入れ拡大のための運転資金
- ②商品の付加価値の見える化のためのブランディングに係る費用
- ③大型生産者との取引拡大に係る費用

「東日本マザーセンター」を基軸とした物流・流通加工とコールドチェーンの構築 調達（産地）・販売網の相互活用による販路拡大と提案力の強化



 **コールドチェーンの構築** 鮮度保持の向上や物流集約によるコスト抑制

Appendix





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。

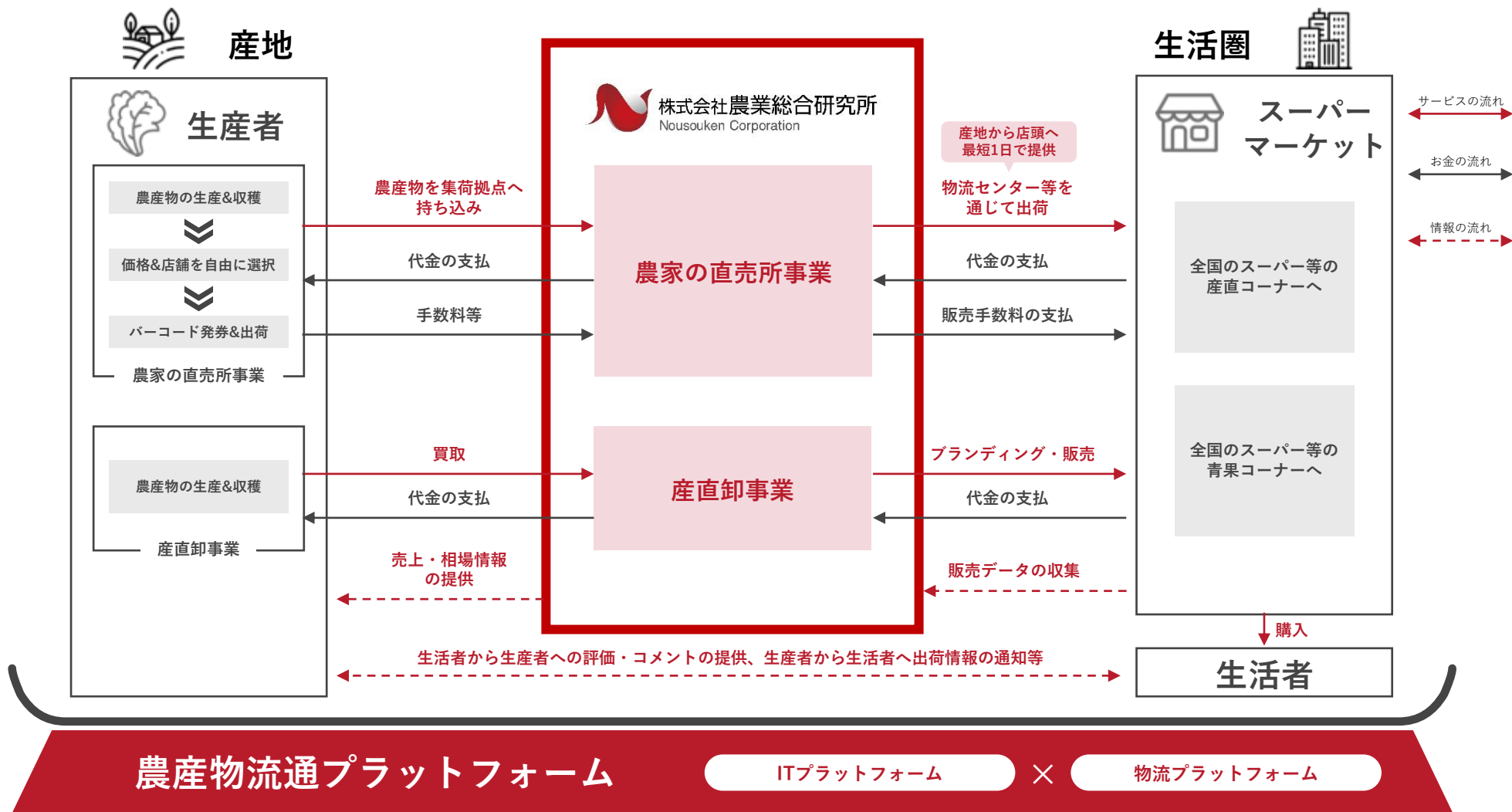
国産野菜を食べることが、農業の発展につながります。

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。



| | |
|--------|----------------------------------|
| 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 | 546百万円 |
| 主な事業内容 | 農家の直売所事業、産直卸事業 |
| 従業員数 | 278名（役員・パート含む） |
| 上場市場 | 東証グロース（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 |

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



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



青果流通の本流であるスーパーマーケットをターゲットに事業を構築

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

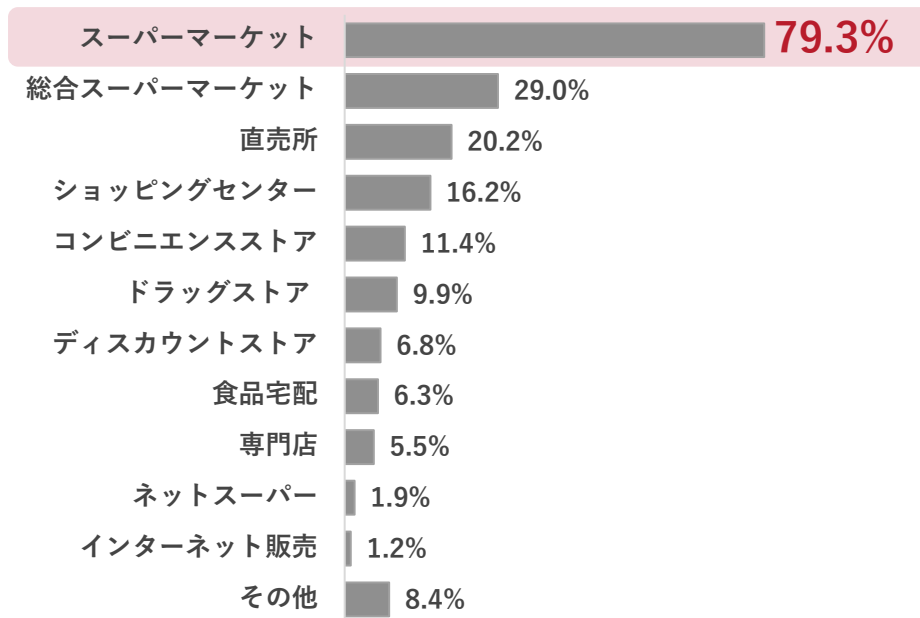
産直卸事業



- 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

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）

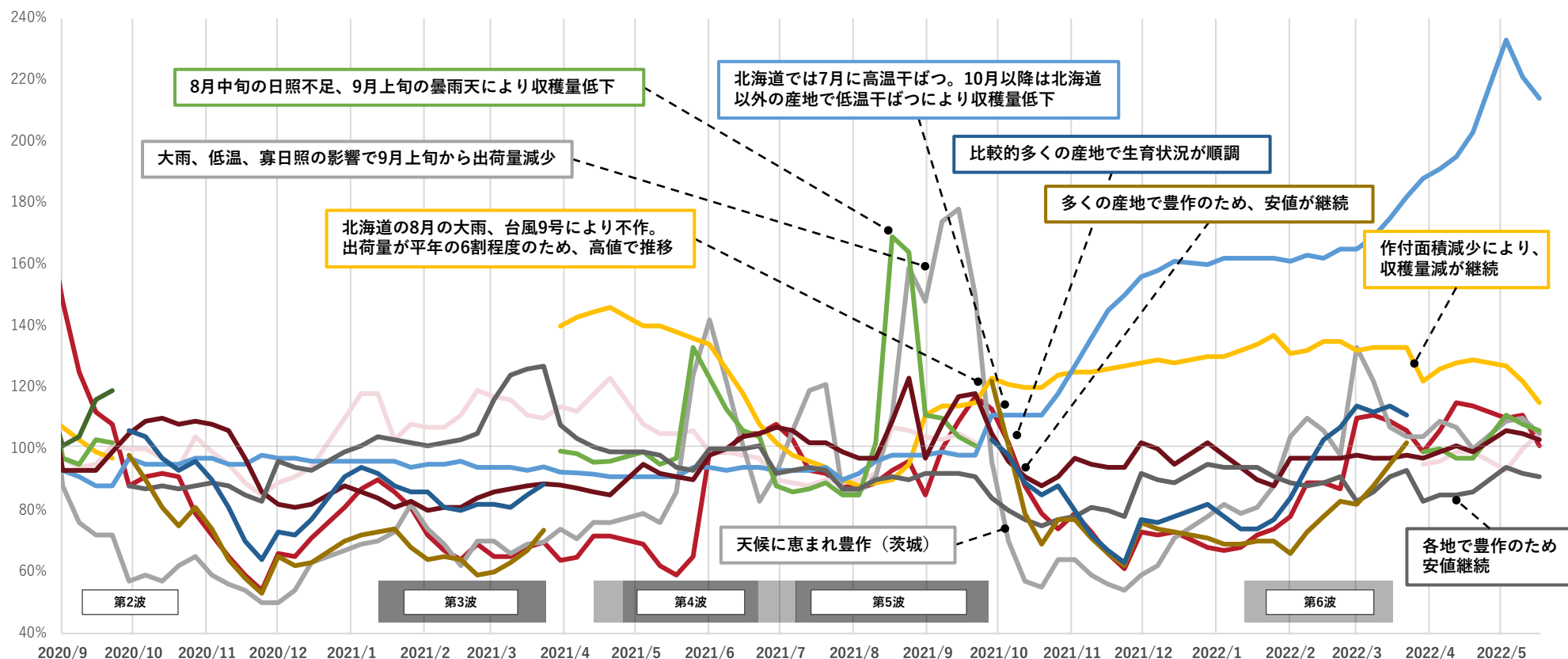
※3：全国スーパーマーケット協会「2022年版スーパーマーケット白書」より総販売額×商品カテゴリー別売上構成比にて当社推計

※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

足元では平年並み～高値水準で推移

主な野菜の店頭小売価格の推移※

対象品目：キャベツ、ねぎ、レタス、ばれいしょ、玉ねぎ、きゅうり、トマト、ほうれん草、人参、白菜、大根、なす（12品目）

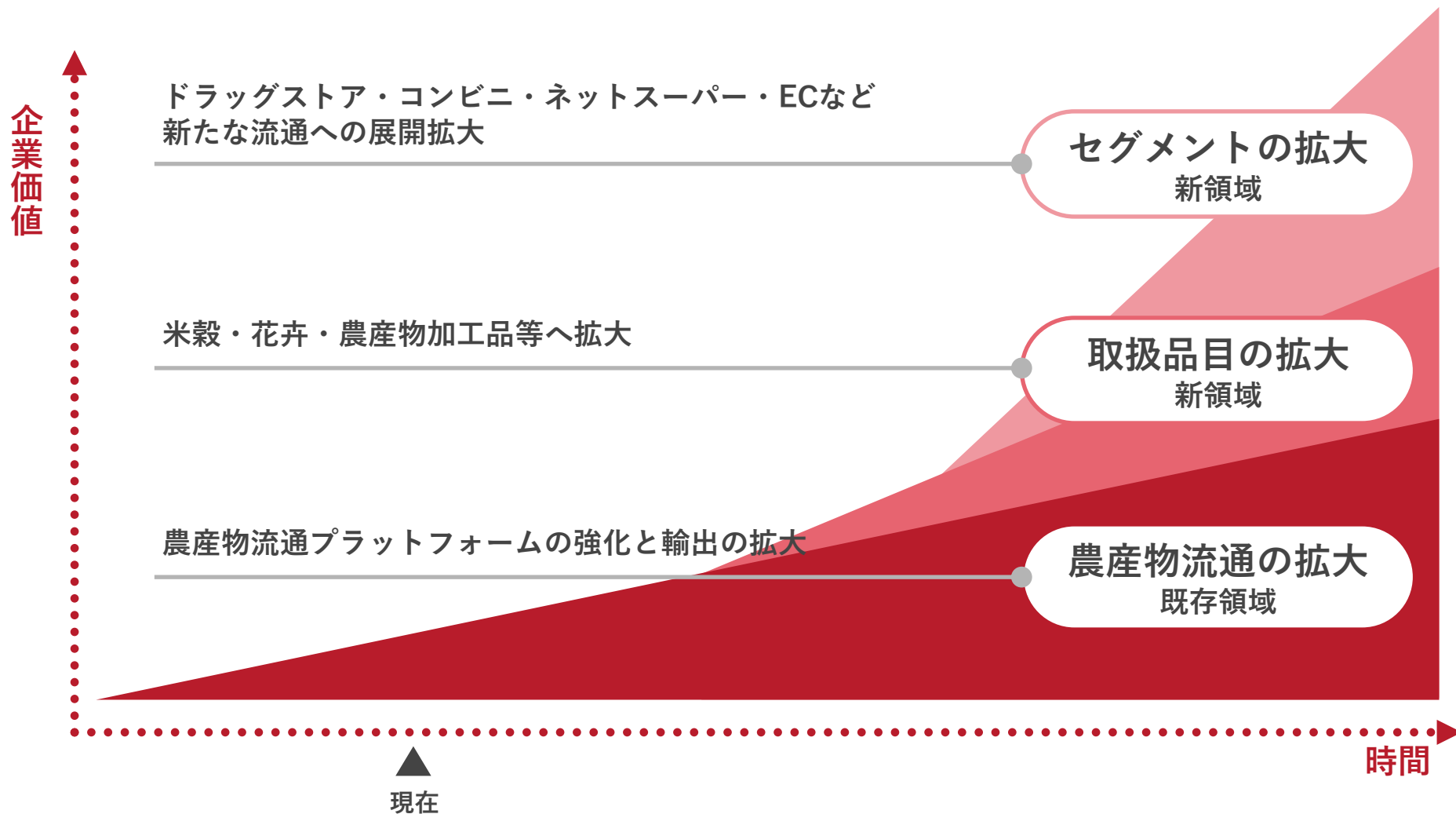


※：農林水産省「食品価格動向調査（平年比）」平年比とは、食品価格動向調査業務による調査価格の過去5カ年平均価格と比較したもの

■ 緊急事態宣言（東京都）

■ まん延防止等重点措置（東京都）

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

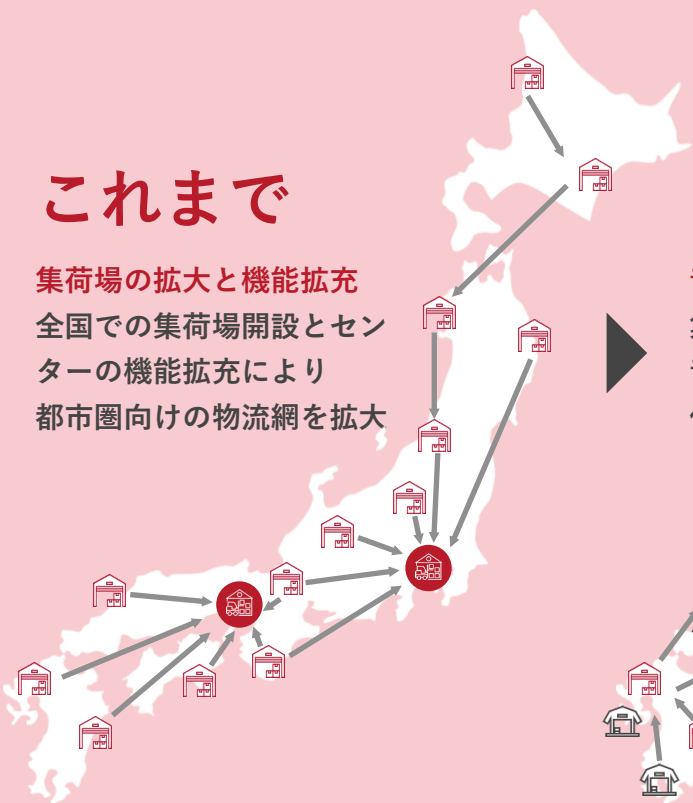
- 01 生産者と店舗を繋ぐ物流プラットフォームの活用と強化
- 02 ITプラットフォームの強化
- 03 新しい取組への挑戦

※全国スーパーマーケット協会「2022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

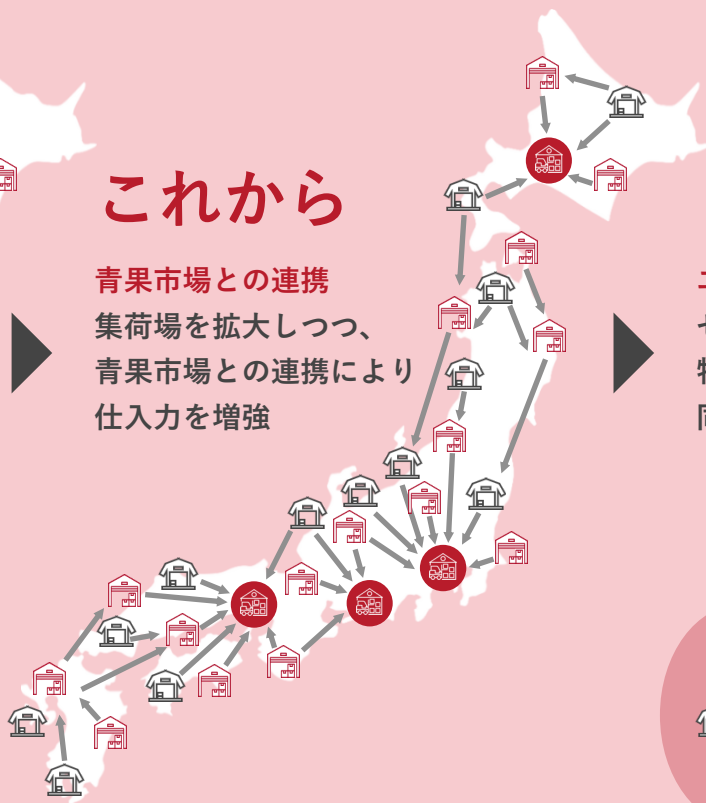
これまで

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

ITプラット
フォーム

出荷・販売データ
の有効活用

受発注業務のシームレス化
需給調整の最適化

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

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。

FY2022.8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 IR担当
TEL : 03-6417-1047 Mail : ir@nousouken.jp