



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

FY2022.8 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

東証グロース 証券コード：3541

2022年10月13日

- 1 …… FY2022.8 通期業績報告
- 2 …… FY2022.8 主要指標の推移
- 3 …… FY2022.8 重点施策の進捗
- 4 …… Topics
- 5 …… FY2023.8 重点施策と通期業績予想
- 6 …… 成長戦略
- 7 …… 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。

FY2022.8は通期業績計画達成

FY2022.8は4Q単体で営業利益黒字転換

FY2023.8は通期で営業利益黒字化

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
- 前期累計買取委託の販売手数料 418百万円

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
- 今期累計買取委託の販売手数料 330百万円

セグメント別の会計方針（新収益認識基準適用後）

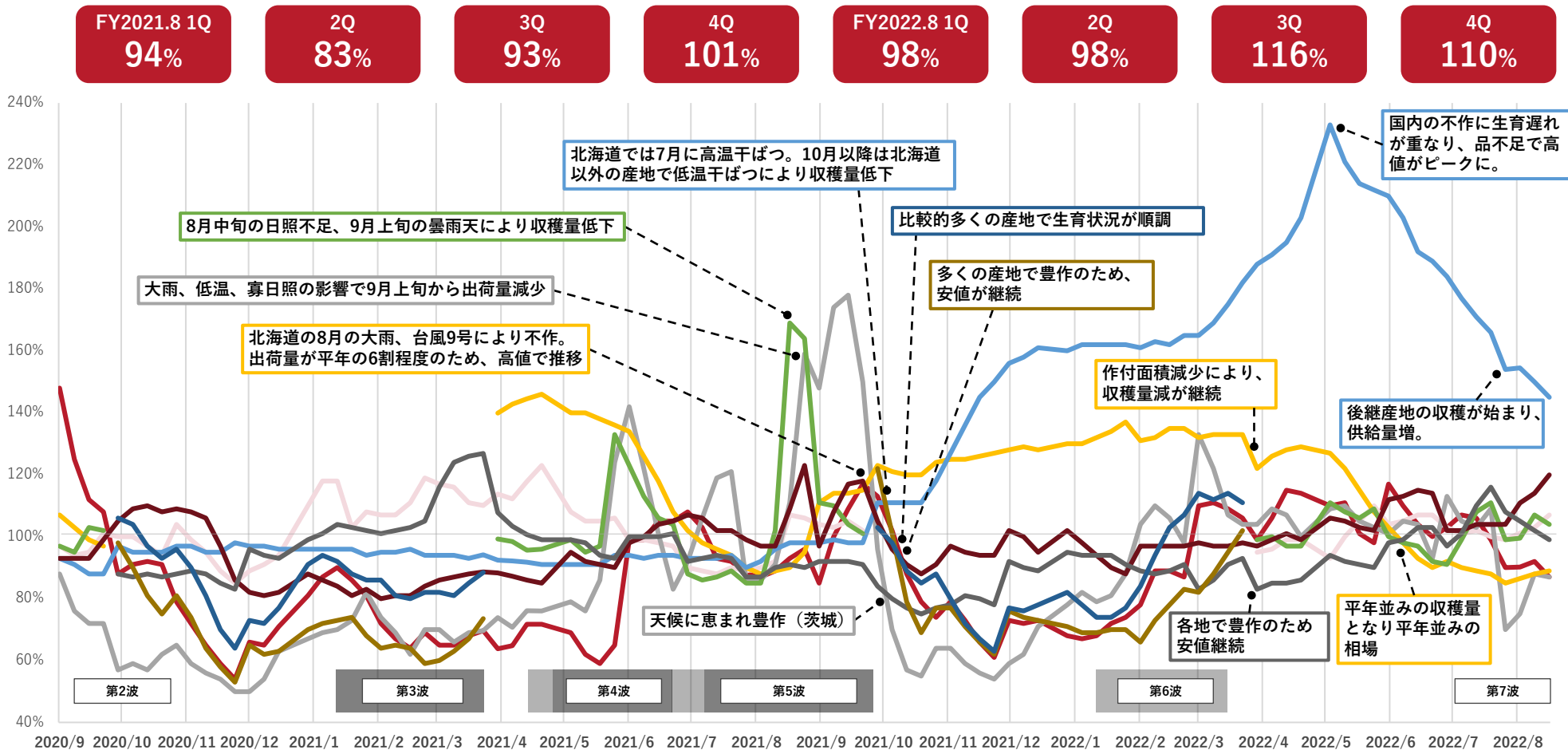
		会計方針	売上高	売上原価
農家の直売所 事業	委託販売	スーパー等の直売コーナーで委託販売を行う流通プラットフォームを提供。流通総額のうち、当社手数料部分を売上高に計上し、原則売上原価の計上なし。	売上高 {  } 流通総額 流通総額のうち 当社手数料部分	 原則発生しない
	買取委託 <small>新収益認識基準の適用により変更</small>	当社が農産物を買取り、スーパー等で委託販売を実施。そのため当社が在庫リスクを負う。消費者の需要を見越した値付けにより、少ないロス率が特徴。 スーパー等へ販売した金額を売上高に計上し、買取仕入高を売上原価に計上。スーパー等の販売手数料は費用として販売管理費に計上。	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 通期業績報告

足元では平年並みの水準まで回復

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、人参、白菜、大根（10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
調査品目は生産量や需要の変化を踏まえ、変更

■ 緊急事態宣言（東京都）

■ まん延防止等重点措置（東京都）

FY2022.8 ハイライト

流通総額130億円を突破

業績ハイライト・主要経営指標

流通総額(GMV)^{※1}

13,181百万円

(前年同期比 107.0%)

売上高

5,192百万円

(前年同期比 100.7%)

営業利益

△123百万円

(前年同期 △193百万円)

農家の直売所事業

流通総額

11,946百万円

(前年同期比 104.3%)

流通点数^{※2}

64,653千点

(前年同期比 99.5%)

産直卸事業

流通総額

1,235百万円

(前年同期比 142.5%)

参考指標

導入店舗数 **1,934**店舗

(前期末 + 160店舗)

登録生産者数 **10,258**名

(前期末 + 496名)

集荷拠点数 **92**拠点

(前期末 △2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

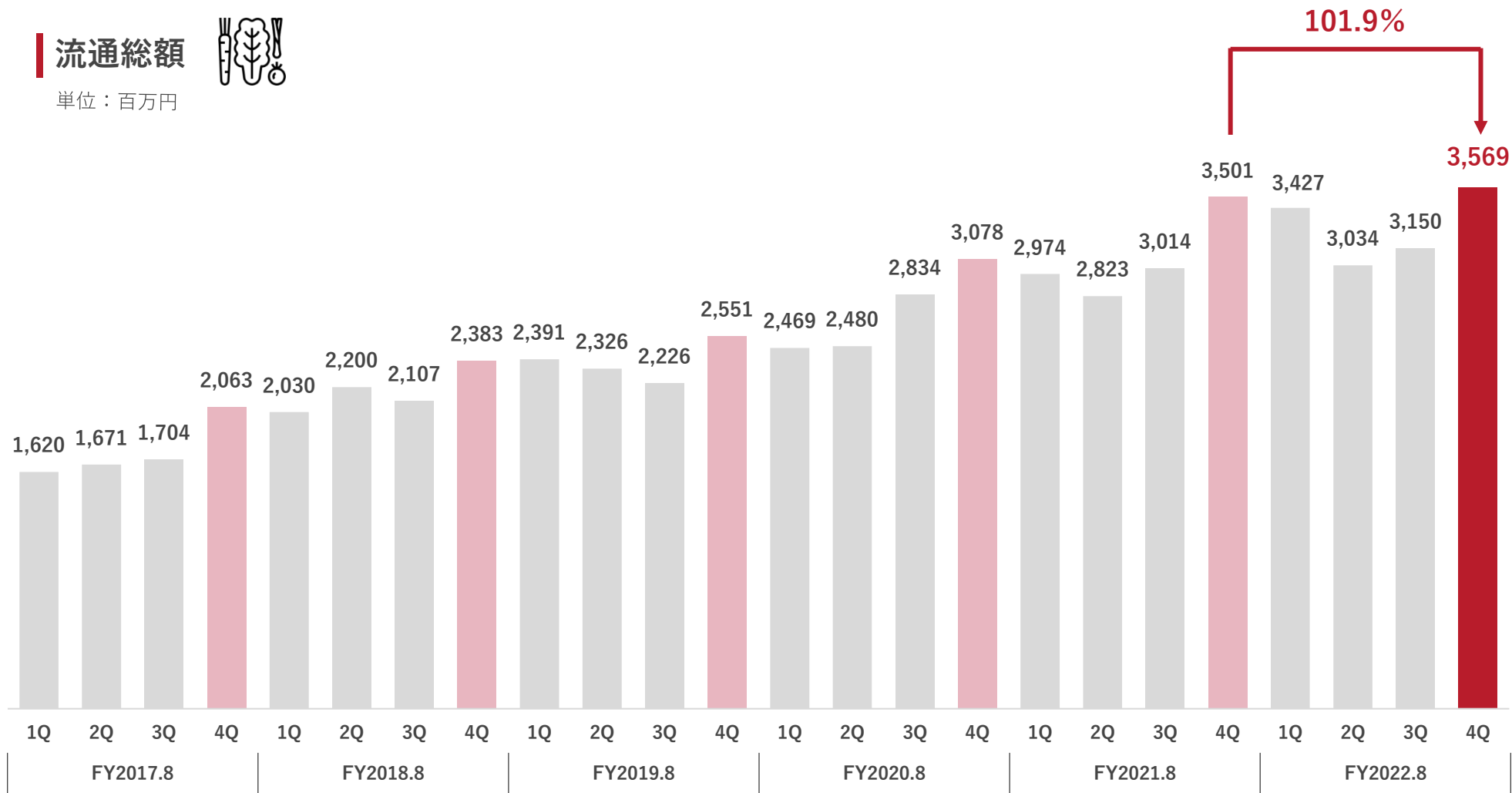
※2 流通点数: 「農家の直売所」プラットフォームを經由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数

流通総額は過去最高、前年同期比101.9%の成長

流通総額



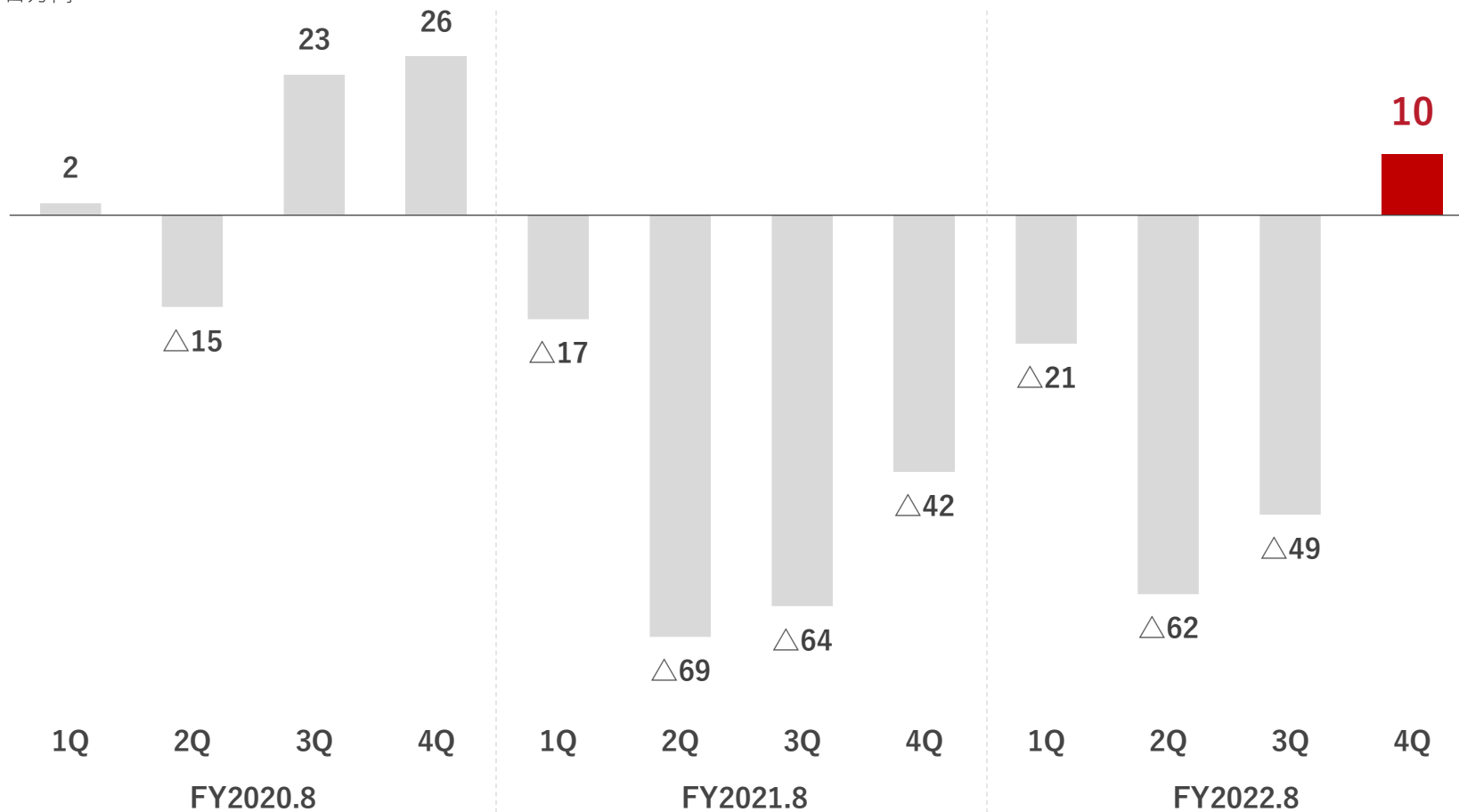
単位：百万円



4Q単体の営業利益は黒字化

営業利益 

単位：百万円



流通総額・売上高ともに成長し、営業利益・EBITDAは大幅に改善

単位：百万円	FY2022.8実績		FY2021.8実績※		増減額	前年同期比
	累計	対流通総額比	累計	対流通総額比		
流通総額	13,181	-	12,315	-	866	107.0%
売上高	5,192	39.4%	5,156	41.9%	36	100.7%
売上総利益	2,825	21.4%	2,668	21.7%	157	105.9%
販売管理費	2,948	22.4%	2,861	23.2%	86	103.0%
営業利益	△123	△0.9%	△193	△1.6%	70	-
経常利益	△110	△0.8%	△207	△1.7%	96	-
当期純利益	△127	△1.0%	△283	△2.3%	156	-
EBITDA	△58	△0.4%	△159	△1.3%	101	-

※ 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比で伸長 営業利益は大幅に改善

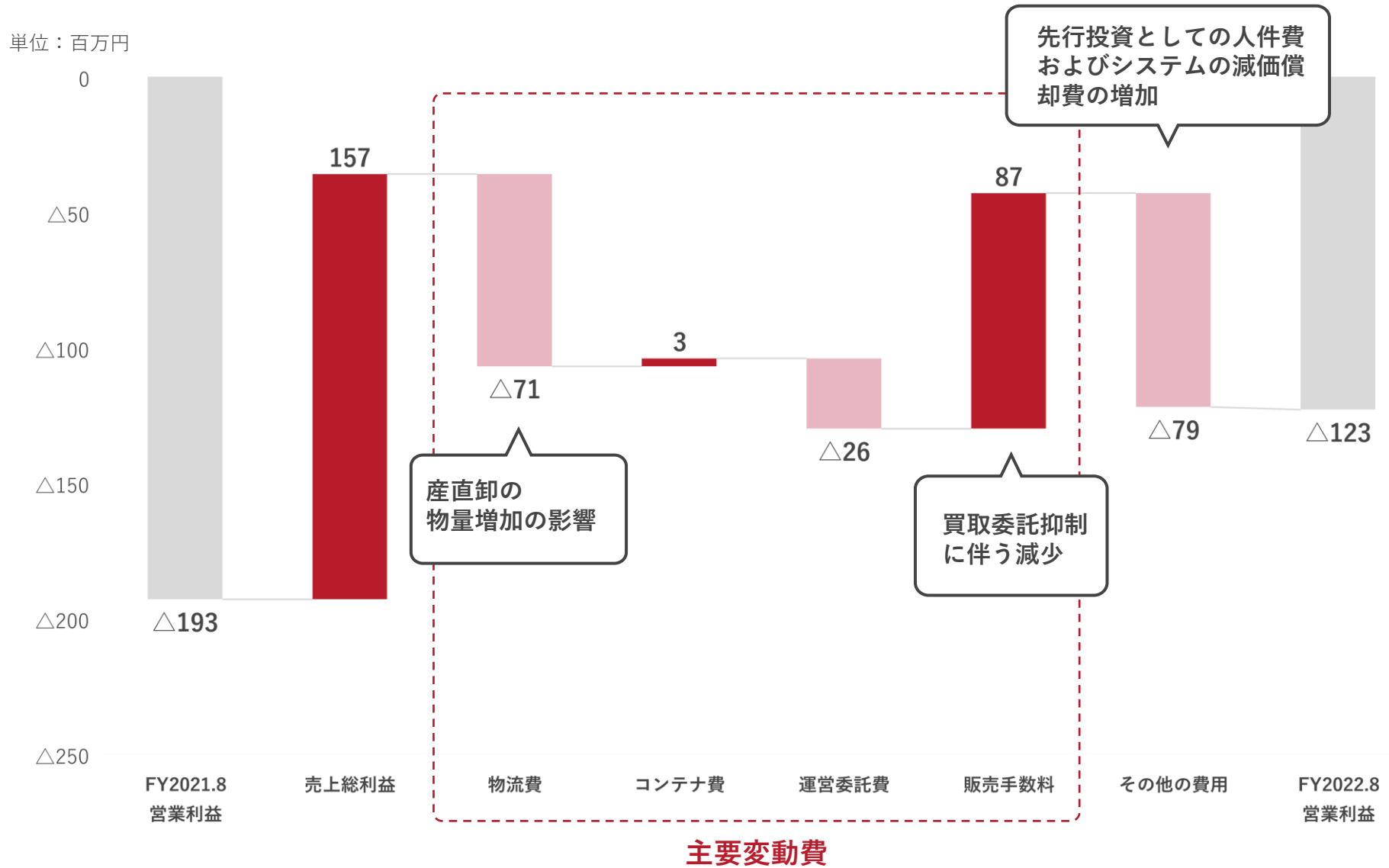
単位：百万円		FY2022.8 累計	対流通 総額比	FY2021.8 累計※1	対流通 総額比	増減額
流通総額		13,181	-	12,315	-	866
売上総利益	a	2,825	21.4%	2,668	21.7%	157
主要変動費						
物流費		886	6.7%	815	6.6%	71
コンテナ費		133	1.0%	136	1.1%	△3
運営委託費		238	1.8%	211	1.7%	26
販売手数料※2		330	2.5%	418	3.4%	△87
計	b	1,588	12.1%	1,581	12.8%	7
限界利益	c=a-b	1,236	9.4%	1,086	8.8%	150
事業経費	d	1,359	10.3%	1,280	10.4%	79
営業利益	e=c-d	△123	△0.9%	△193	△1.6%	70

※1 FY2021.8実績は新収益認識基準を遡及適用

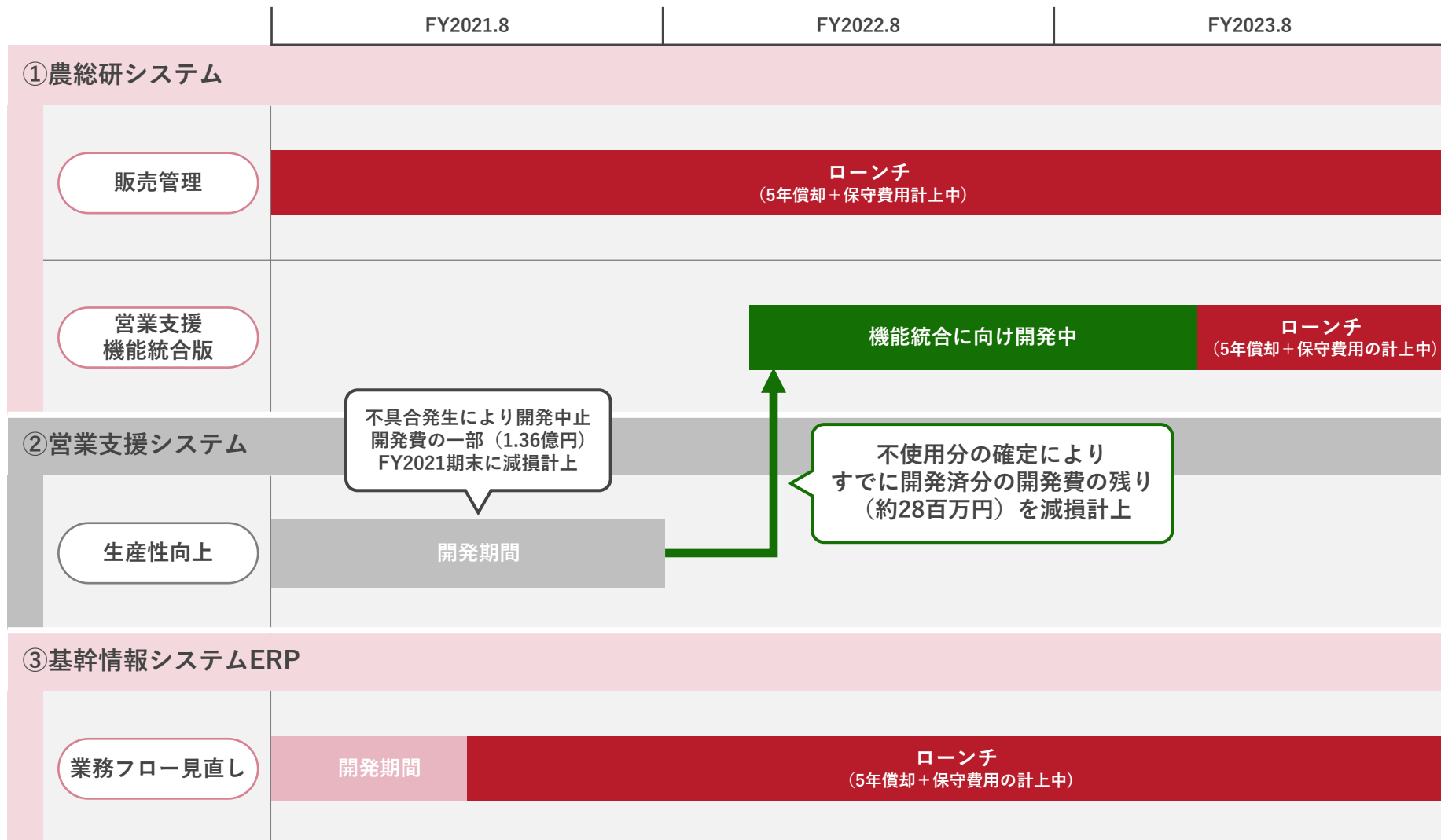
※2 新収益認識基準の適用により、当期から農家の直売所事業の買取委託販売の販売手数料を主要変動費に加えております



(参考資料) FY2022.8 営業利益分析



営業支援システムの不使用分が確定したため、減損約28百万円を計上



第三者割当増資により1.0億円の資金調達を実施

単位：百万円	FY2022.8	FY2021.8	増減額	前期比
流動資産	1,977	2,006	△29	98.5%
うち現預金	1,064	1,086	△22	98.0%
固定資産	464	506	△42	91.6%
資産合計	2,441	2,513	△71	97.1%
流動負債	1,188	1,209	△21	98.2%
固定負債	354	377	△23	93.8%
負債合計	1,542	1,587	△44	97.2%
株主資本	898	925	△27	97.1%
資本金	546	496	50	110.1%
資本剰余金	531	481	50	110.4%
利益剰余金	△179	△52	△127	-
純資産合計	898	925	△27	97.1%
負債・純資産合計	2,441	2,513	△71	97.1%
自己資本比率	36.8%	36.9%		

営業活動によるキャッシュ・フローとフリー・キャッシュ・フローが改善

単位：百万円	FY2022.8	FY2021.8	増減	主な要因
営業活動による キャッシュ・フロー	53	△198	252	<ul style="list-style-type: none"> ・税引前当期純損失 △138百万円 ・減価償却費 64百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△21	△308	287	<ul style="list-style-type: none"> ・有形固定資産の取得による支出 △8百万円 ・無形固定資産の取得による支出 △12百万円 ・関係会社株式の取得による支出 △16百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△54	979	△1,033	<ul style="list-style-type: none"> ・短期借入金の純増減額 △118百万円 ・株式の発行による収入 93百万円
現金及び現金同等物 増減額	△22	471	△493	
現金及び現金同等物 期末残高	1,064	1,086	△22	
フリー・キャッシュ・ フロー※	31	△507	539	

※ 営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを合計したもの

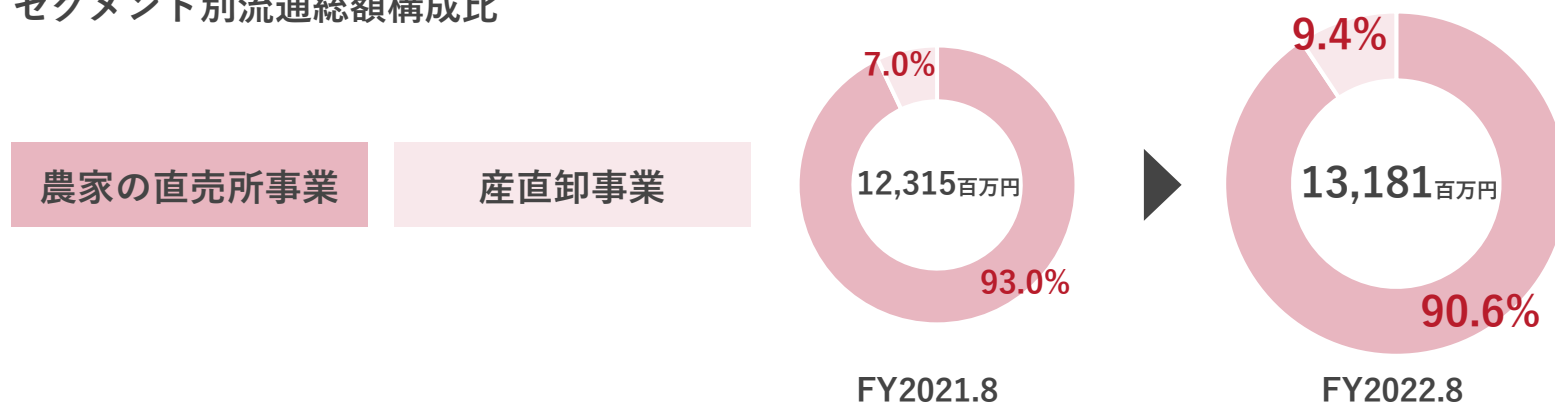
流通総額は業績予想の130億円を達成

単位：百万円	FY2022.8	FY2022.8	差額	対予想比 達成率	要因
	実績	期初予想			
全社 流通総額	13,181	13,000 ~ 13,600	△419 ~ 181	96.9% ~ 101.4%	買取委託の抑制と特定品目の極端な品薄により、点数は減少。 販売単価は上昇。
農家の直売所事業 流通総額	11,946	12,085 ~ 12,643	△697 ~ △139	94.5% ~ 98.8%	
農家の直売所事業 流通点数（千点）	64,653	71,764	△7,111	90.1%	
産直卸事業 流通総額	1,235	915 ~ 957	278 ~ 320	129.0% ~ 135.0%	体制整備が進み、営業活動を拡大。

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			農家の直売所事業			産直卸事業		
	FY2022.8	FY2021.8	増減額	FY2022.8	FY2021.8	増減額	FY2022.8	FY2021.8	増減額
流通総額	13,181	12,315	866	11,946	11,448	497	1,235	867	368
売上総利益	2,825	2,668	157	2,637	2,543	94	187	124	63
販売管理費	2,363	2,286	76	2,156	2,099	57	206	187	19
セグメント利益	461	381	80	480	443	36	△18	△62	43
全社費用	584	575	9	-	-	-	-	-	-
営業利益	△123	△193	70	-	-	-	-	-	-

セグメント別流通総額構成比



農家の直売所
事業

堅実にセグメント利益確保

流通総額	11,946百万円	前年同期比 104.3%
売上高	3,957百万円	前年同期比 92.3%
売上総利益	2,637百万円	前年同期比 103.7%

セールスマックスの
影響により減少
内訳は次ページ

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	1,235百万円	前年同期比 142.5%
売上高	1,235百万円	前年同期比 142.5%
売上総利益	187百万円	前年同期比 150.5%

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
	累計	対流通総額比※1	累計	対流通総額比※1		
流通総額	11,946	-	11,448	-	497	104.3%
委託販売	8,852	-	8,082	-	770	109.5%
買取委託	1,903	-	2,425	-	△521	78.5%
その他	1,190	-	940	-	249	126.6%
売上高	3,957	33.1%	4,289	37.5%	△331	92.3%
委託販売	1,831	20.7%	1,672	20.7%	159	109.5%
買取委託	1,903	100.0%	2,425	100.0%	△521	78.5%
その他	222	18.7%	191	20.3%	31	116.2%
売上総利益	2,637	22.1%	2,543	22.2%	94	103.7%
委託販売	1,831	20.7%	1,672	20.7%	159	109.7%
買取委託	686	36.1%	779	32.1%	△93	88.1%
その他	119	10.0%	91	9.7%	28	130.8%
販売管理費	2,156	18.1%	2,099	18.3%	57	102.7%
セグメント利益	480	4.0%	443	3.9%	36	108.3%

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
	累計	対流通総額比※	累計	対流通総額比※		
流通総額	11,946	-	11,448	-	497	104.3%
委託販売	8,852	-	8,082	-	770	109.5%
1 買取委託	1,903	-	2,425	-	△521	78.5%
その他	1,190	-	940	-	249	126.6%
売上高	3,626	30.4%	3,870	33.8%	△244	93.7%
委託販売	1,831	20.7%	1,672	20.7%	159	109.5%
買取委託	1,573	82.6%	2,007	82.8%	△434	78.4%
その他	222	18.7%	191	20.3%	31	116.2%
売上総利益	2,306	19.3%	2,125	18.6%	181	108.6%
委託販売	1,831	20.7%	1,672	20.7%	159	109.5%
2 買取委託	356	18.7%	361	14.9%	△5	98.5%
その他	119	10.0%	91	9.7%	28	130.8%
販売管理費	1,826	15.3%	1,681	14.7%	144	108.6%
セグメント利益	480	4.0%	443	3.9%	36	108.3%

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



農家の直売所事業

流通総額
売上総利益

累計11,946百万円 (前年同期比 104.3%)
累計2,306百万円 (前年同期比 108.6%)

流通総額

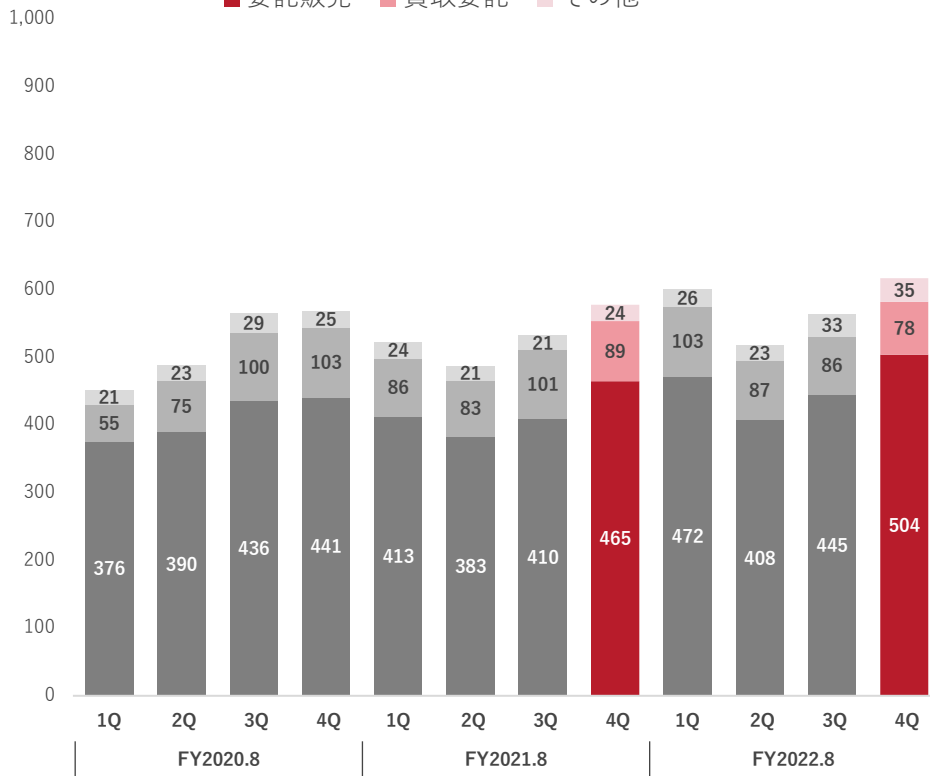
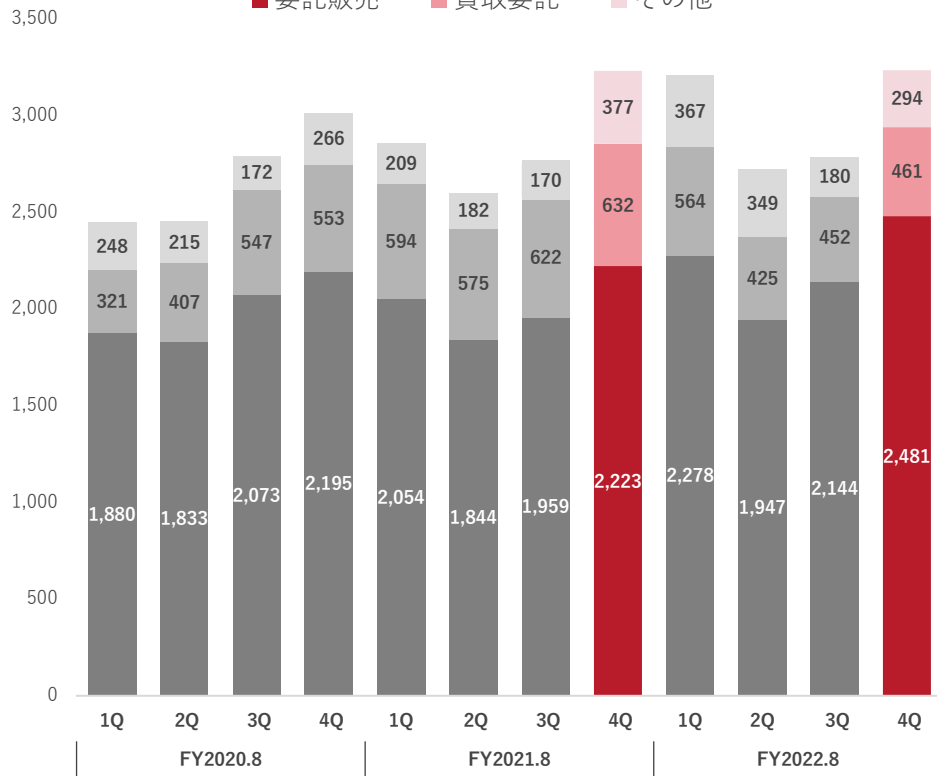
売上総利益

単位：百万円

単位：百万円

■ 委託販売 ■ 買取委託 ■ その他

■ 委託販売 ■ 買取委託 ■ その他



産直卸事業

	FY2022.8実績		FY2021.8実績		増減額	前年同期比
	累計	対流通総額比	累計	対流通総額比		
単位：百万円						
流通総額	1,235	-	867	-	368	142.5%
売上高	1,235	100.0%	867	100.0%	368	142.5%
売上総利益	187	15.2%	124	14.4%	63	150.5%
販売管理費	206	16.7%	187	21.6%	19	110.5%
セグメント利益	△18	△1.5%	△62	△7.2%	43	-

産直卸事業

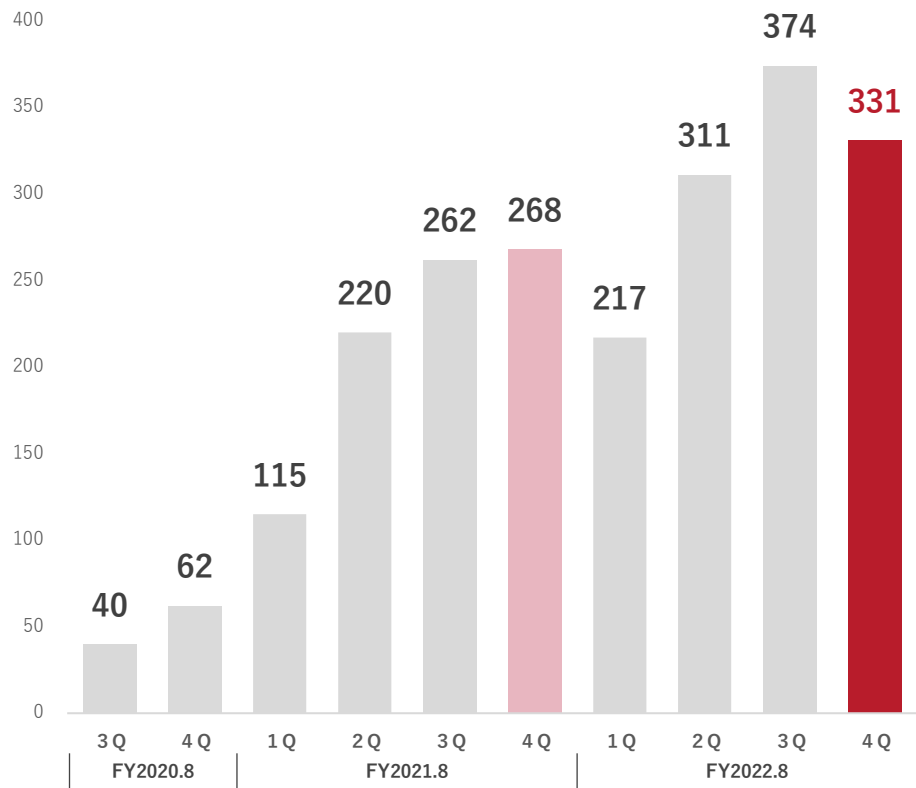
流通総額
売上総利益

累計1,235百万円 (前年同期比 142.5%)
累計187百万円 (前年同期比 150.5%)

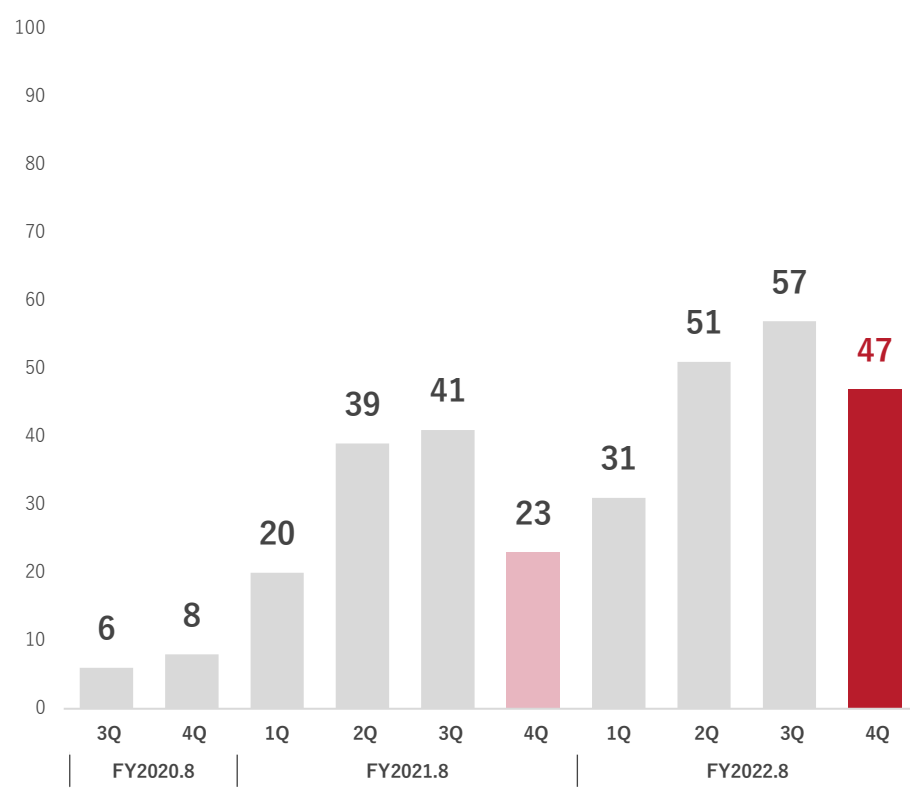
流通総額

売上総利益

単位：百万円



単位：百万円



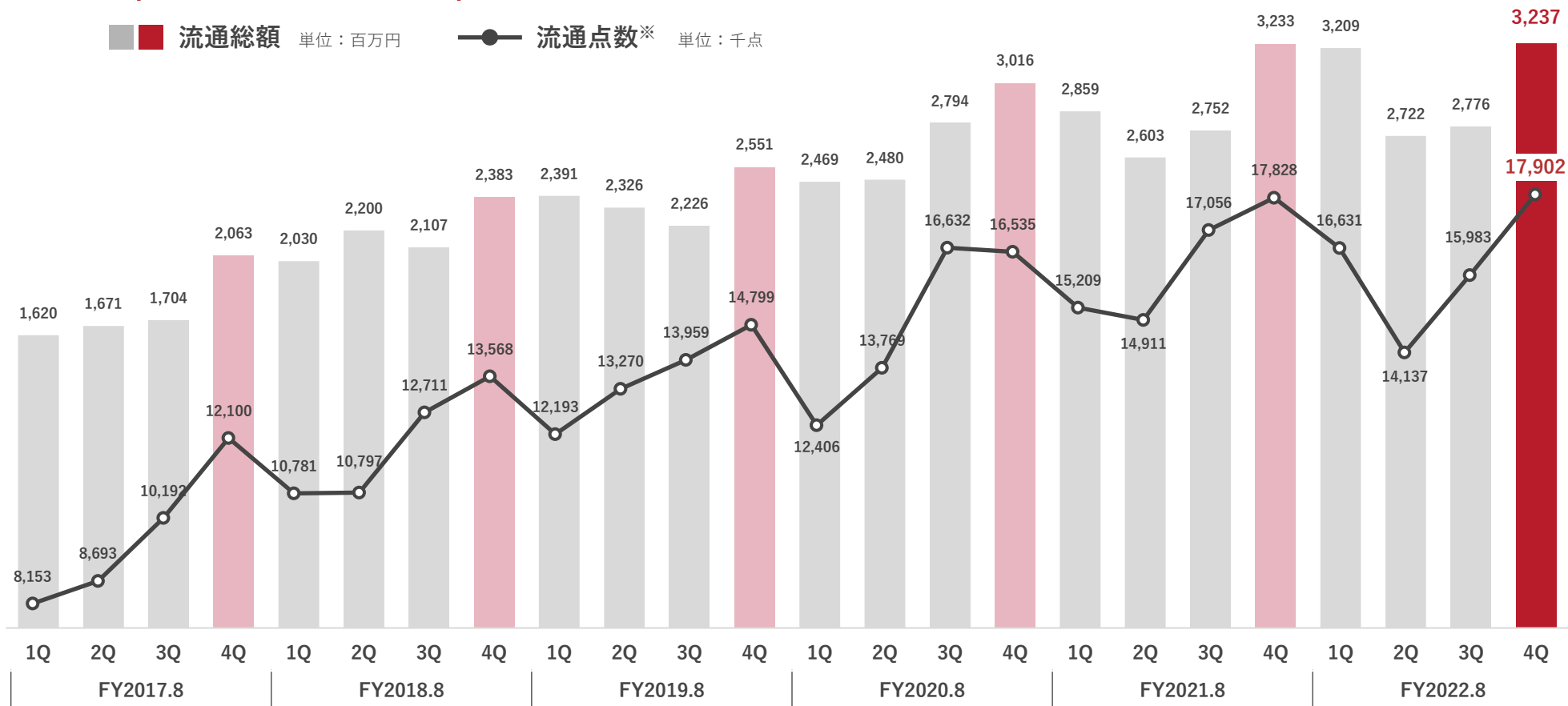
FY2022.8 主要指標の推移

買取委託の抑制をしたものの、流通総額・流通点数ともに過去最高を更新

流通総額・流通点数 

3,237百万円 ・ **17,902**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。

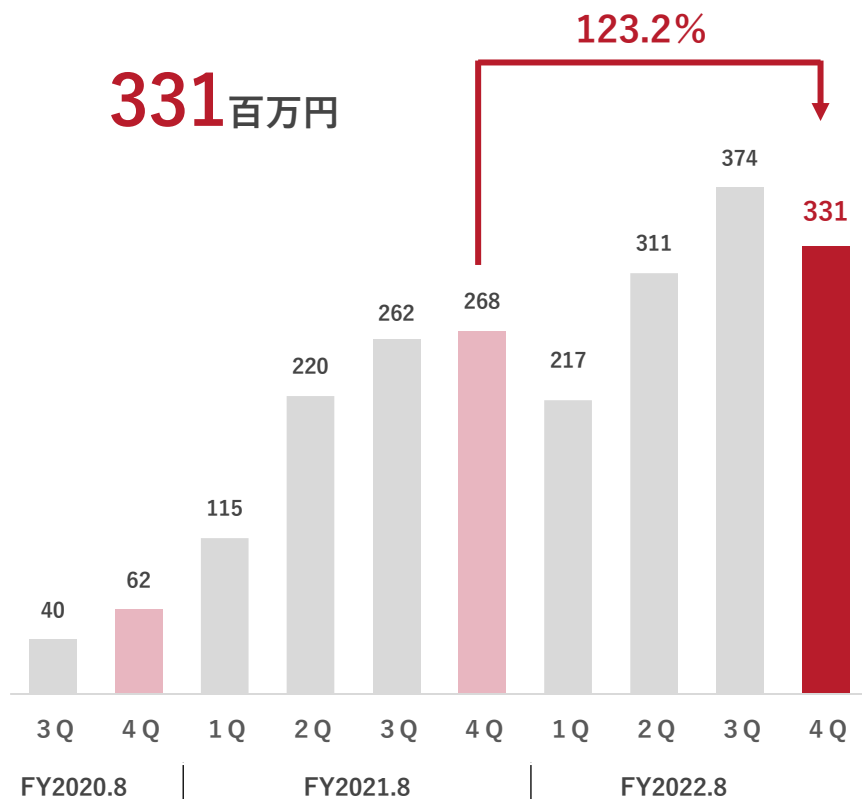
主要品目の産地開拓・営業体制整備が進み、前年同期比で流通総額が拡大



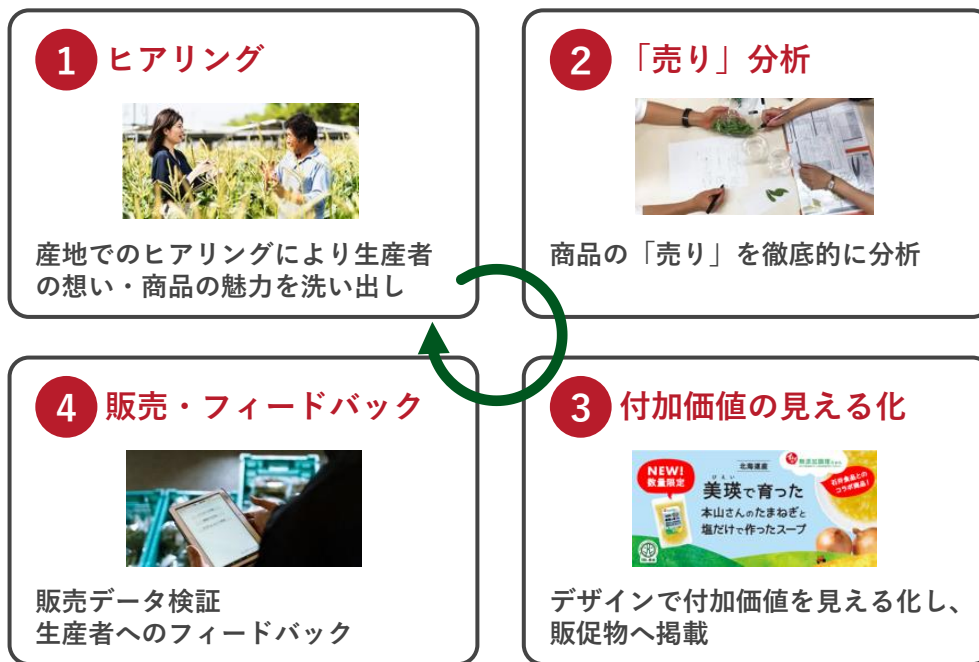
流通総額



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



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。

「ビビッとビーツのおうちごはん」 北海道 江別市 生産者代表 富永さん

馴染みのない野菜で販売に苦戦していたビーツをリブランディング。ビーツを普段のおかずメニューとして気軽に使える野菜だと知ってもらうためパッケージにお手軽レシピを3種類作成。また、見た目は土色だけど中は鮮やかな色だということ、そして「ビーツ」の名前も一緒に覚えてもらうために「ビビッとビーツのおうちごはん」という商品名を付けて訴求。



「スノーマーチ」(じゃがいも) 北海道 生産者代表 黒川さん

知名度を上げて売れる商品にすることでスノーマーチ生産者を増やしたい、コンセプトをしっかりと伝えたいというホクレン様のご要望を受け、商品名はそのままにリブランディング。

”雪(スノー)が降る頃から3月(マーチ)に向けておいしくなる”このコンセプトをそのまましっかり伝えるデザインに。なぜその名前なのか、「ストーリーを知るから、おいしい。スノーマーチ」へ。



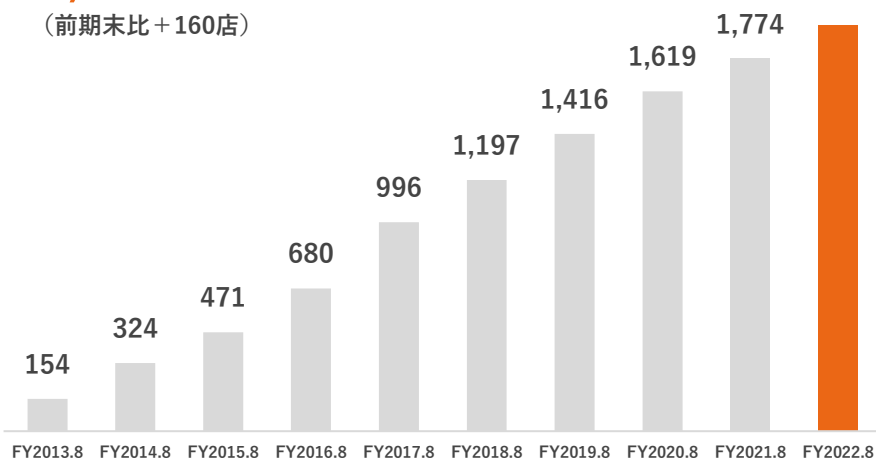
人口の集中する首都圏エリアを中心に、取引先店舗数は順調に拡大

店舗数推移

1,934店

(前期末比+160店)

1,934



「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

6,588店舗

「農家の直売所」
導入カバー率

29.4%

(前期末比+1.2%)

全国のスーパー店舗数※

22,762店舗

「農家の直売所」
導入カバー率

8.5%

(前期末比+0.6%)

主要取引先 (五十音順)

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

増加

前期末より172店舗増
既存・新規取引先での開設による増加

減少

前期末より12店舗減
取引先店舗自体の閉店による減少

※ 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』

集荷拠点の開設や既存集荷拠点を軸にした生産者営業の推進の結果、
登録生産者数は1万人を突破

登録生産者数推移 

10,258名

(前期末比+496名)



増加

前期末より690名増
集荷拠点の新規開設及び営業活動による増加

減少

前期末より194名減
集荷拠点の閉鎖等による減少

全国に展開する登録生産者

	FY2021.8	FY2022.8	増減
北海道・東北	175	181	6
関東	2,128	2,319	191
北陸・甲信越	1,158	1,266	108
東海	309	302	△7
関西	4,541	4,668	127
中国・四国	1,166	1,288	122
九州・沖縄	285	234	△51
合計	9,762	10,258	496

全国の総農家数
1,747,079戸※

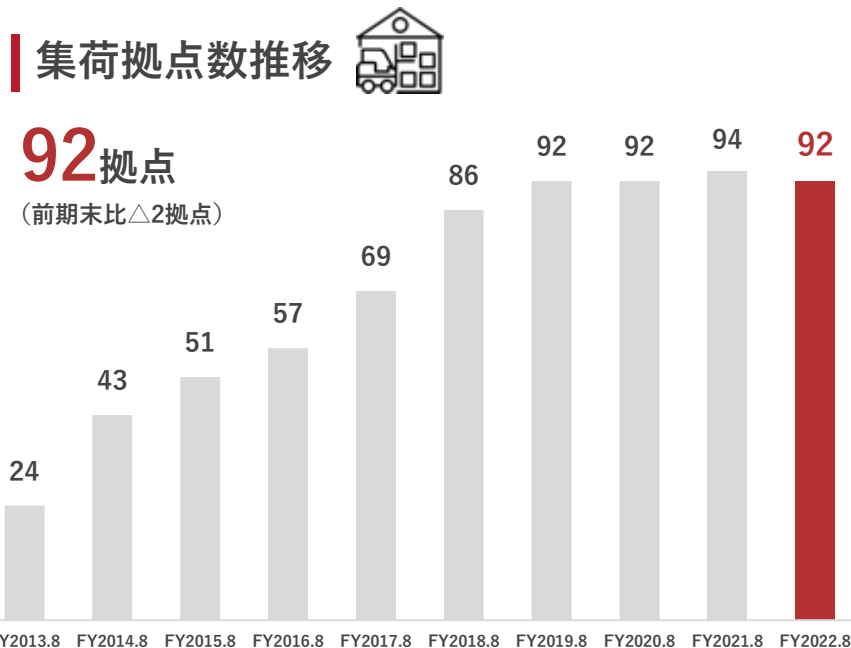
当社の登録生産者カバー率

0.59%

(前期末比+0.04%)

※ 農林水産省『2020年農林業センサス』

新たに7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



日本全国をカバーする集荷拠点

	FY2021.8	FY2022.8	増減
北海道・東北	5	4	△1
関東	19	20	1
北陸・甲信越	13	15	2
東海	7	7	0
関西	22	22	0
中国・四国	21	20	△1
九州・沖縄	7	4	△3
合計	94	92	△2

増加 前期末より7拠点増
エリア産直を目指し、集荷拠点を新規開設

減少 前期末より9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

全国47都道府県
のうち



当社の導入産地
29都道府県

FY2022.8 重点施策の進捗

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	FY2022.8の取り組み状況
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
	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
	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
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7拠点増加 統廃合により、9拠点減少
	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 2022年9月の関東での出荷手数料見直しに向け説明 会実施 兵庫県での導入に向け検証中
	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	買取委託を調整し、売上総利益率が改善
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
	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 有機農産物卸売販売開始

Topics

- 2021.10** 和歌山県下にてコンテナ出荷の導入開始
これに伴い、物流・出荷オペレーション・出荷手数料を変更
- 2021.12** 富山中央青果との資本業務提携契約を締結
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
- 2022.5** 国分グループ本社との資本提携契約を締結
第三者割当増資による新株発行により約1億円の資金調達を実施
2021年7月の業務提携締結に続き、新たなバリューチェーン構築における協力体制の確立及び関係強化を目指す



 富山中央青果株式会社

 KOKUBU

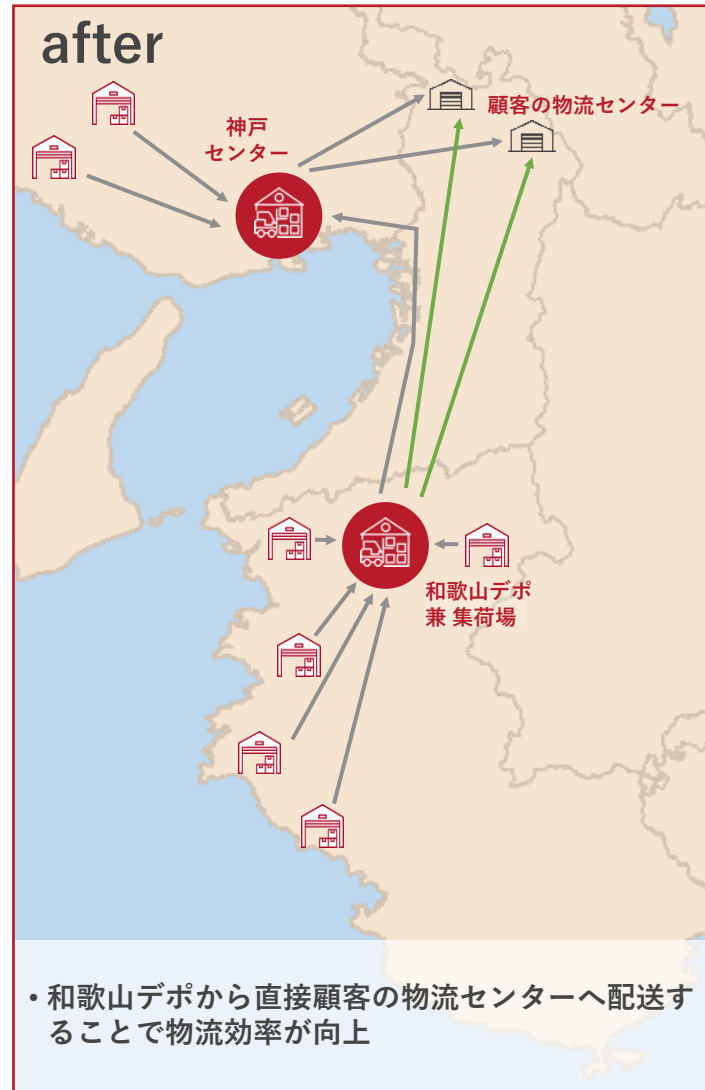
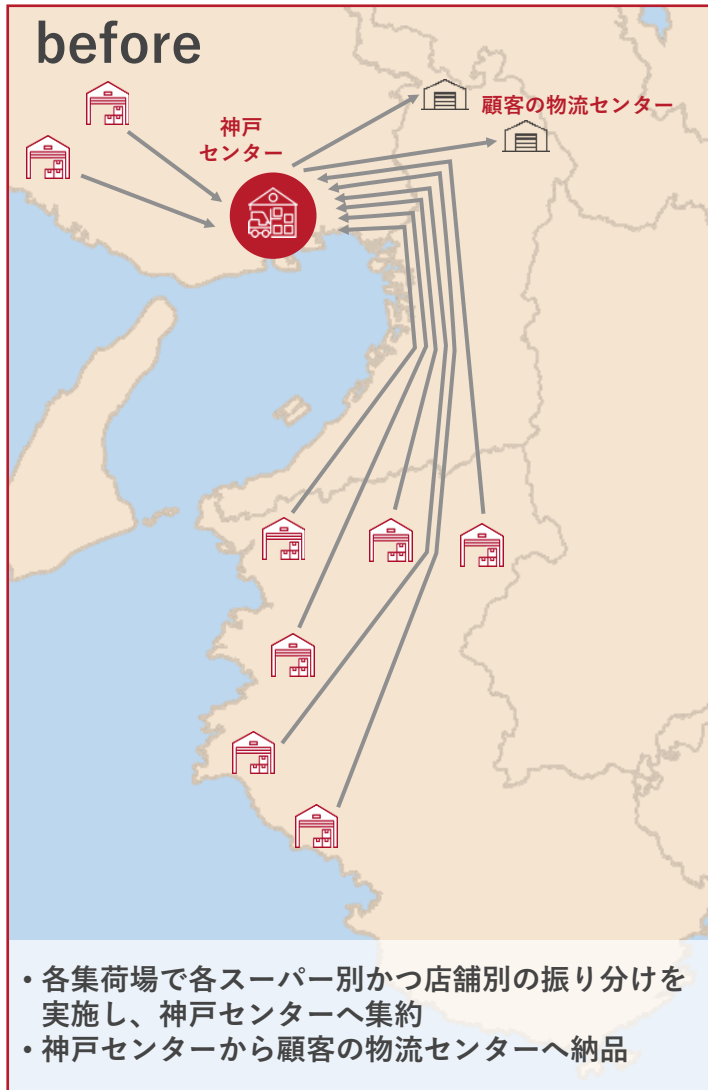
主要な変更は以下の3点

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



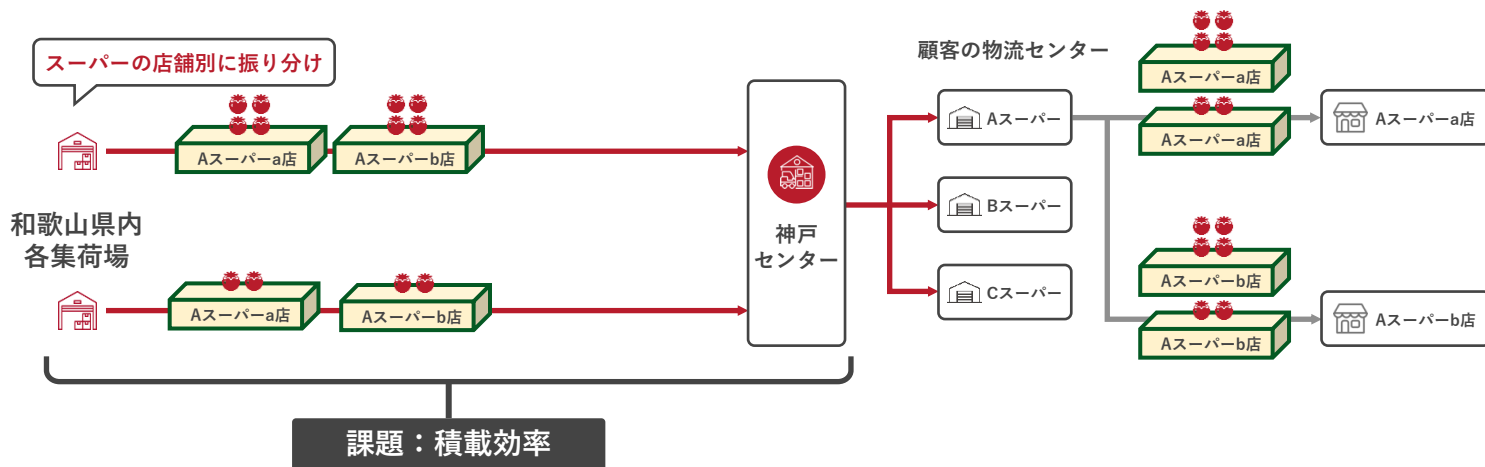
- 集荷場
- センター
- 顧客の物流センター

※ 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

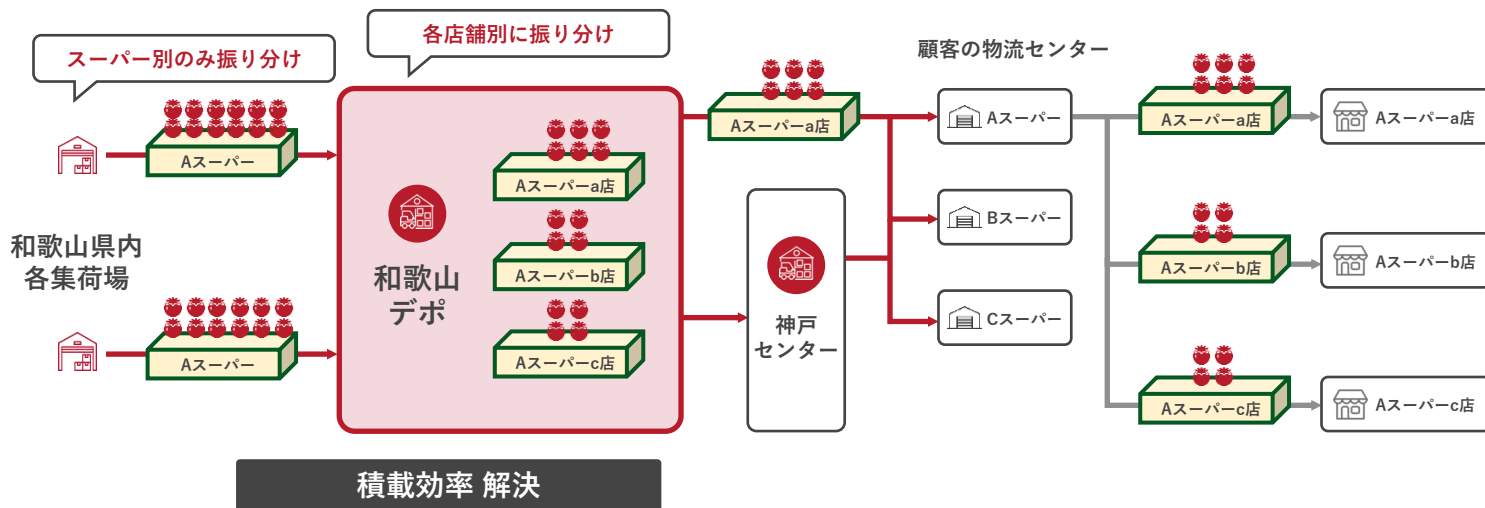
before

- 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

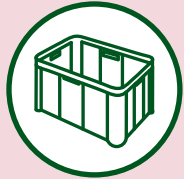


After

- 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 ↑	

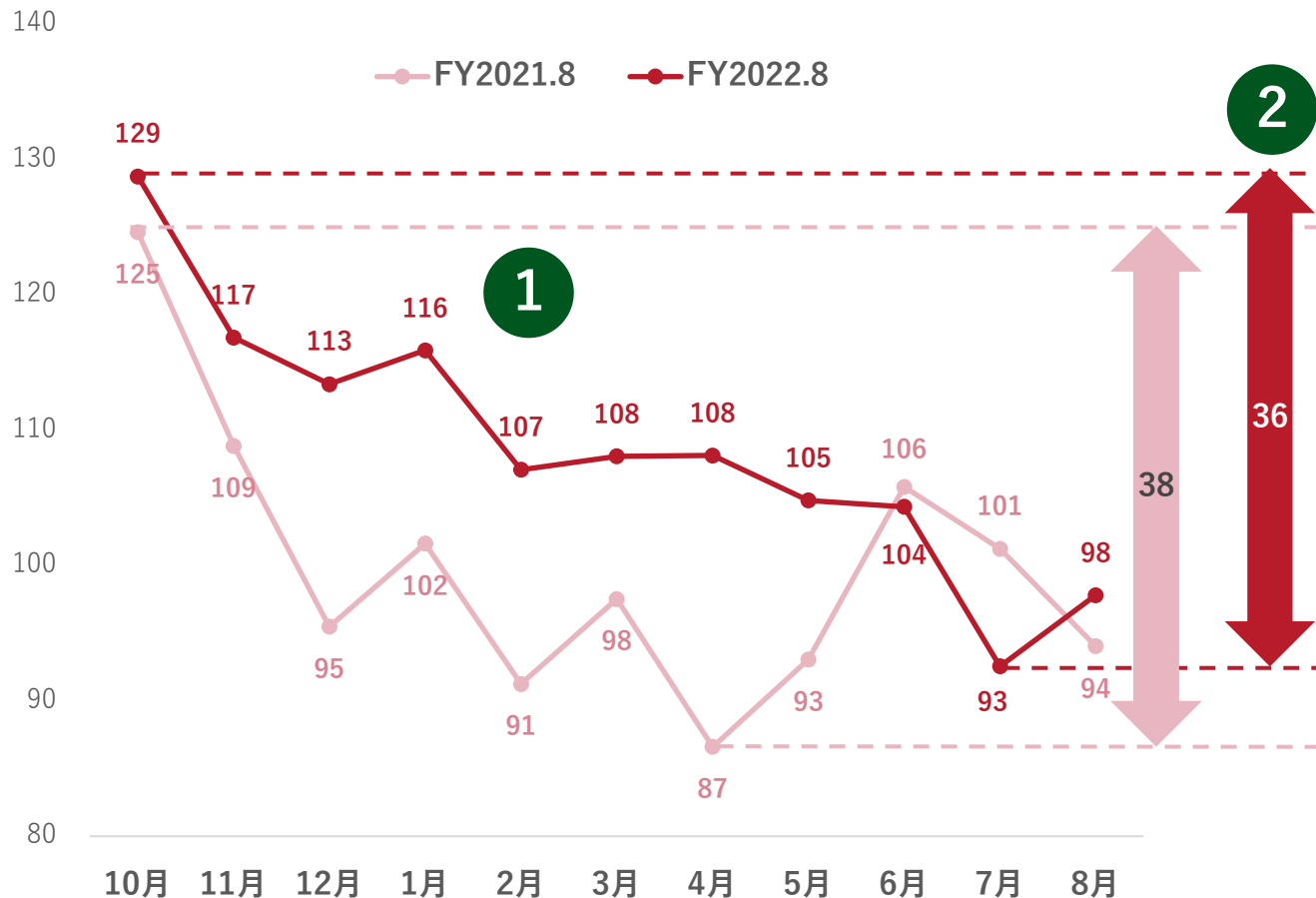
相場下落時も
損益プラスを
確保

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～8月の11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



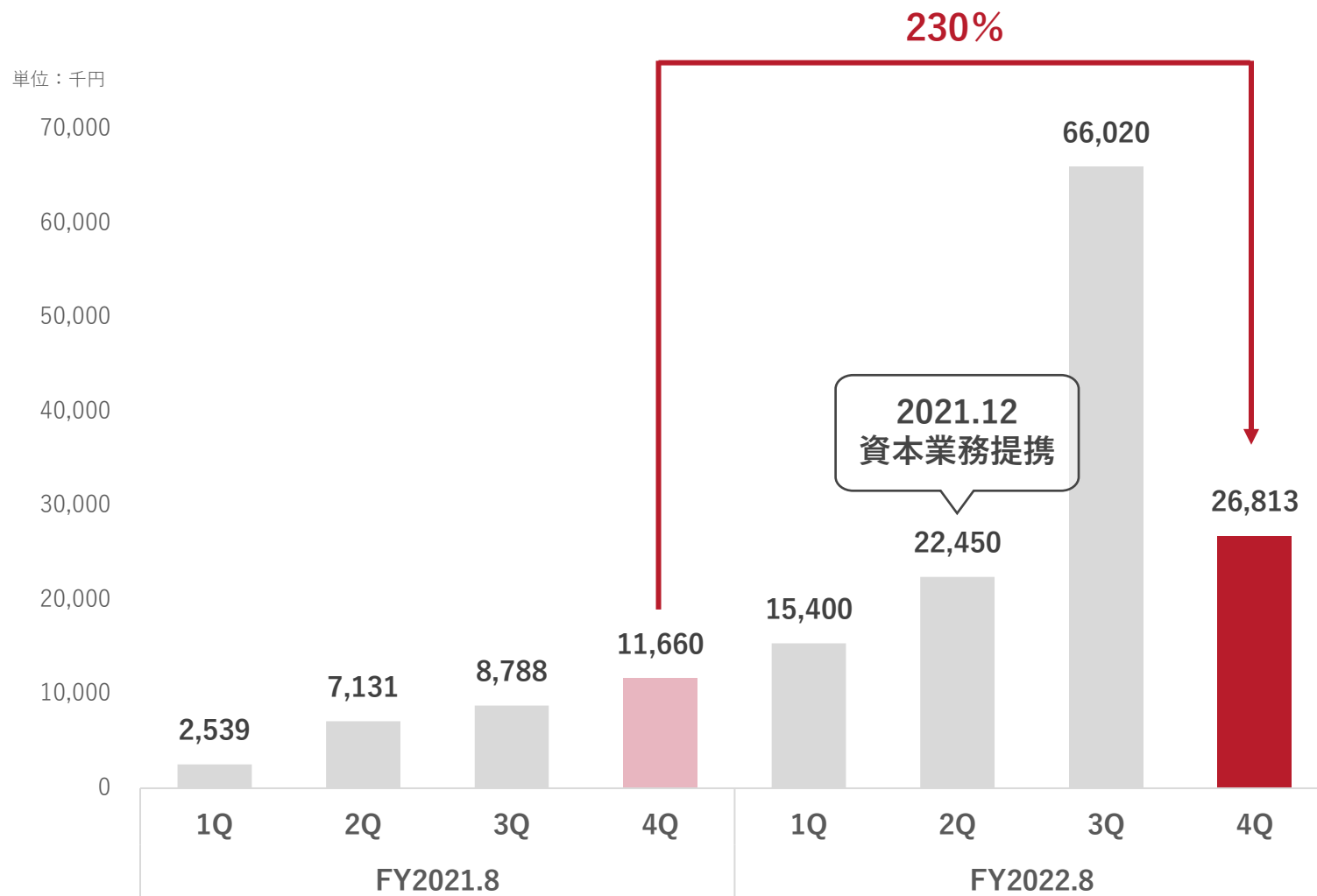
富山中央青果株式会社

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

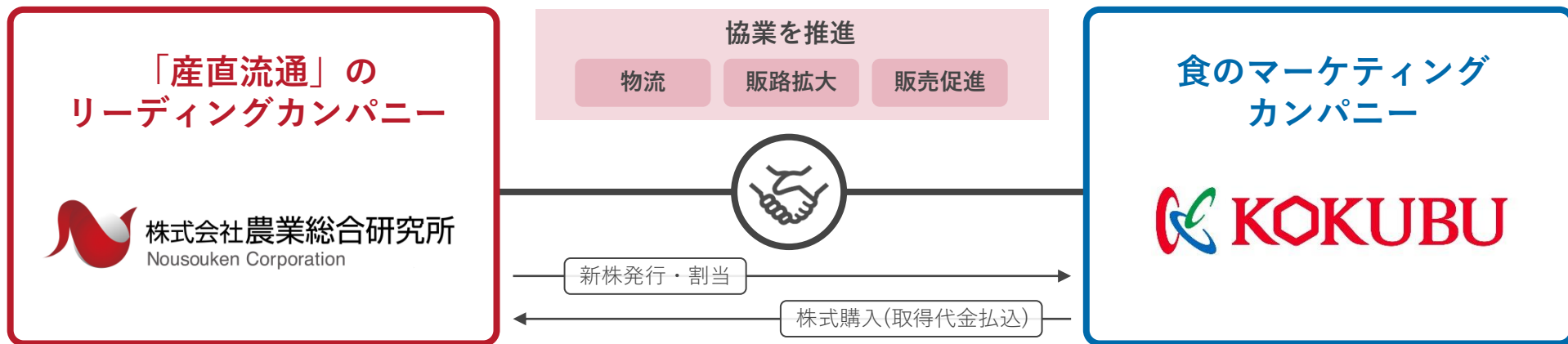
富山中央青果の概要

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、通期で4.2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

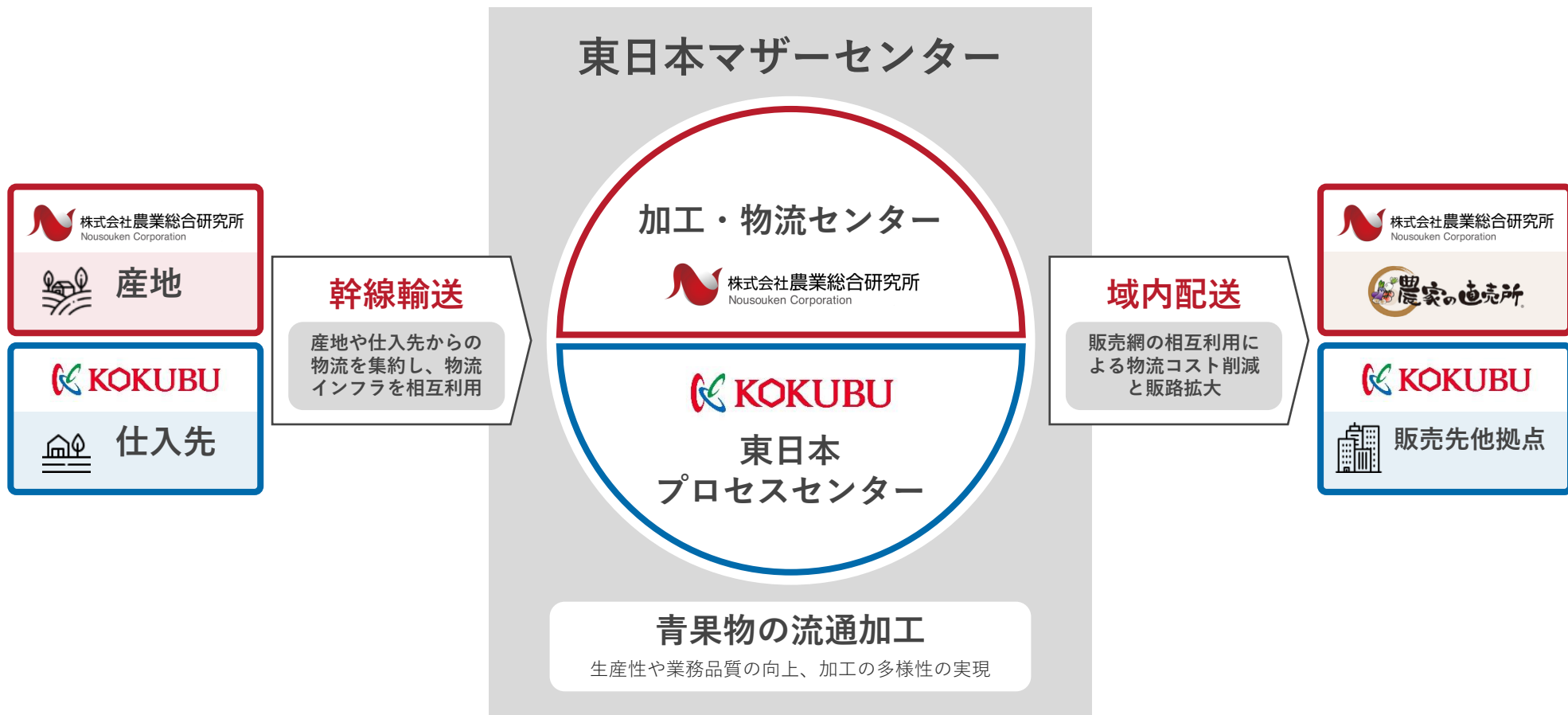
- ・国分グループが保有する全国の調達・販売網や青果物の流通加工機能と、当社が保有する農産物流通プラットフォームや物流ネットワークを相互に有効活用することで新たなバリューチェーンの構築を目指し、2021年7月に業務提携契約を締結
- ・さらなる関係強化により、業務提携をさらに加速

調達資金の使途

産直卸事業における運転資金に計画通り充当予定

- ①商品仕入れ拡大のための運転資金（2022年5月～2023年4月）
- 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（2022年5月～2023年4月）
- ③大型生産者との取引拡大に係る費用（2022年5月～2023年4月）

「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

FY2023.8 重点施策と通期業績予想

引き続き持続的成長に向けた施策を実施

成長戦略		FY2023.8 重点施策	概要
<div style="border: 1px solid red; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> 農産物流通の拡大 既存領域 </div>	① 仕入力強化	市場との連携強化	専門部署を設立し、市場との取引拡大
		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
	② 物流機能の拡充	マザーセンター構想の推進	物量の増大に対応する物流網及びセンター機能の拡充
		コンテナ出荷の導入	兵庫でのコンテナ出荷の導入
	③ ITプラットフォームの高度化	出荷の最適化に向けた準備	予約出荷システム構築の開始
		需給調整のシステム化に向けたデータ活用	需要データと出荷データの蓄積
<div style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> 取扱品目の拡大 新領域 </div>	有機農産物の取扱拡大	有機農産物取扱スーパーと生産者の開拓	
<div style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> セグメントの拡大 新領域 </div>	新たな販売チャネルの拡大	EC（JRE MALL）での販売品目の強化 ドラッグストアにおけるトライアル販売強化	
<div style="border: 1px solid blue; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> 利益率改善 </div>		出荷手数料の見直し	
		買取委託の調整	

関東の集荷拠点にて物流コストをカバーできる出荷手数料率へ変更

	変更前	変更後
変更時期	2022年8月まで	2022年9月より
対象エリア	千葉県・埼玉県・茨城県	
出荷手数料	出荷額×8.5%	出荷額×12.5%
効果	生産者から頂く出荷手数料では、 集荷拠点から取引先までの 物流コストの上昇をカバーできず	物流コストの上昇に合わせた 出荷手数料を頂く ▼ 物流コストをカバーできる

流通総額の着実な成長を維持
利益改善施策により営業黒字確保を目指す

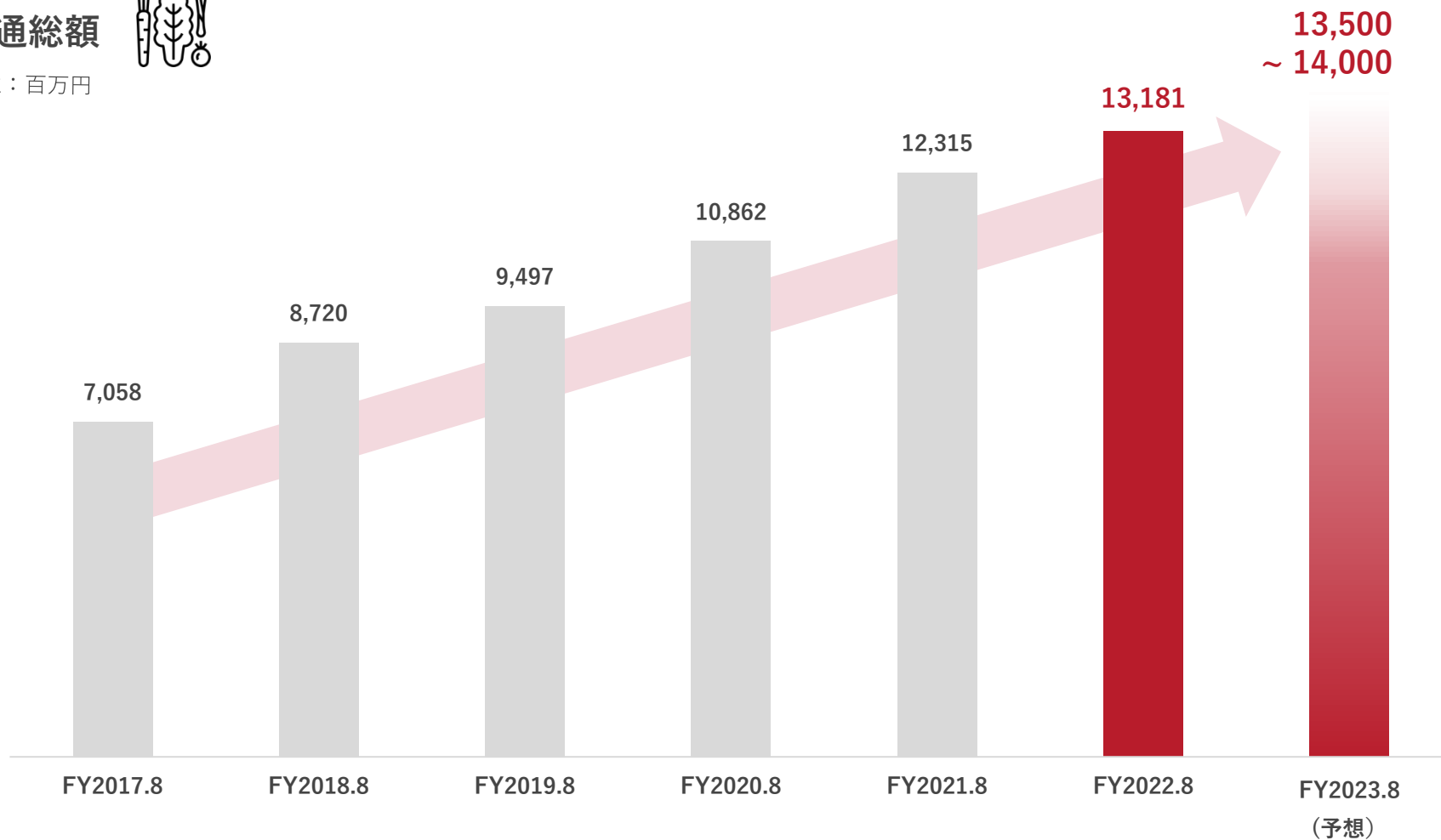
単位：百万円	FY2023.8 通期予想	FY2022.8 通期実績	前期比
流通総額	13,500 ~ 14,000	13,181	102.4% ~ 106.2%
売上高	6,000 ~ 6,500	5,195	115.5% ~ 125.2%
営業利益	20 ~ 50	△123	-

現時点では正確な見通しが困難なため、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。

新しい農産物流通の拡大に向け、成長を維持

流通総額 

単位：百万円

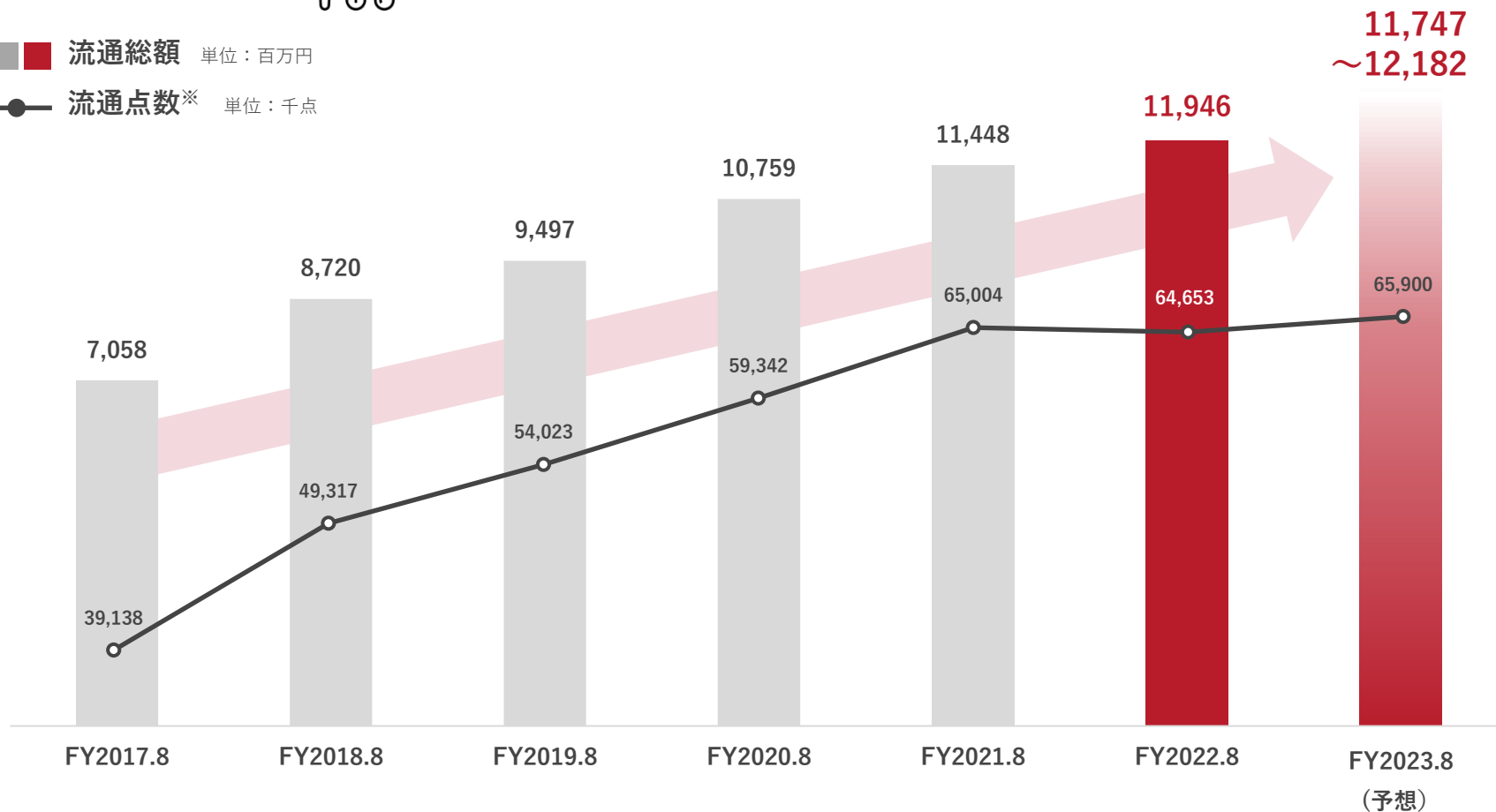


出荷手数料見直しの影響が想定されるものの、
流通点数の拡大により流通総額の堅調な成長を目指す

流通総額・流通点数



■ 流通総額 単位：百万円
● 流通点数※ 単位：千点



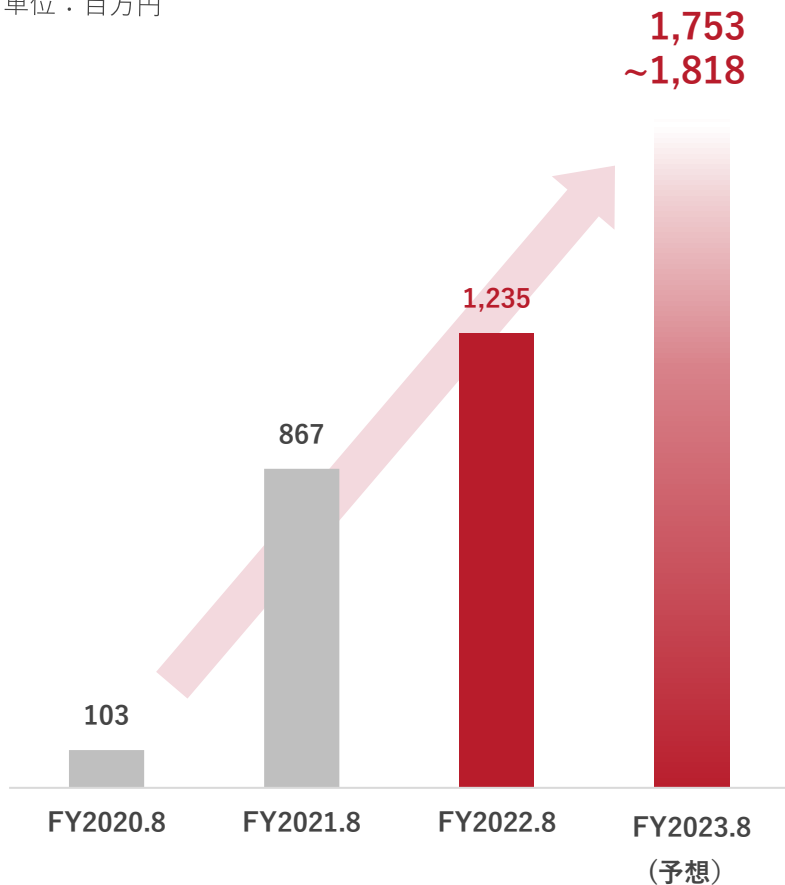
※ 「農家の直売所」プラットフォームを經由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数

農家の直売所事業に並ぶ第二の事業の柱となるよう早期拡大を目指す

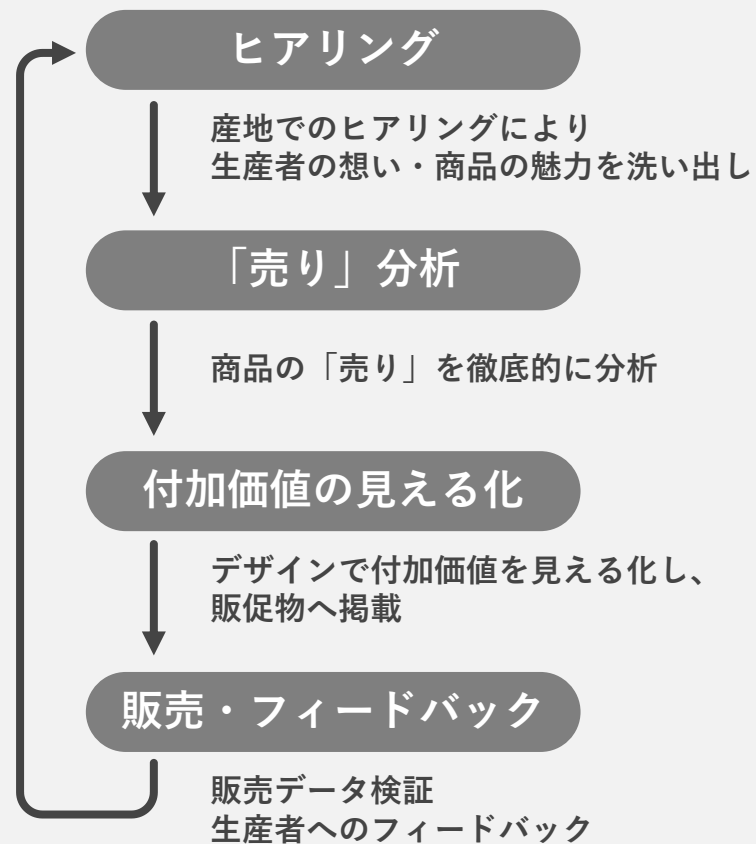
流通総額



単位：百万円



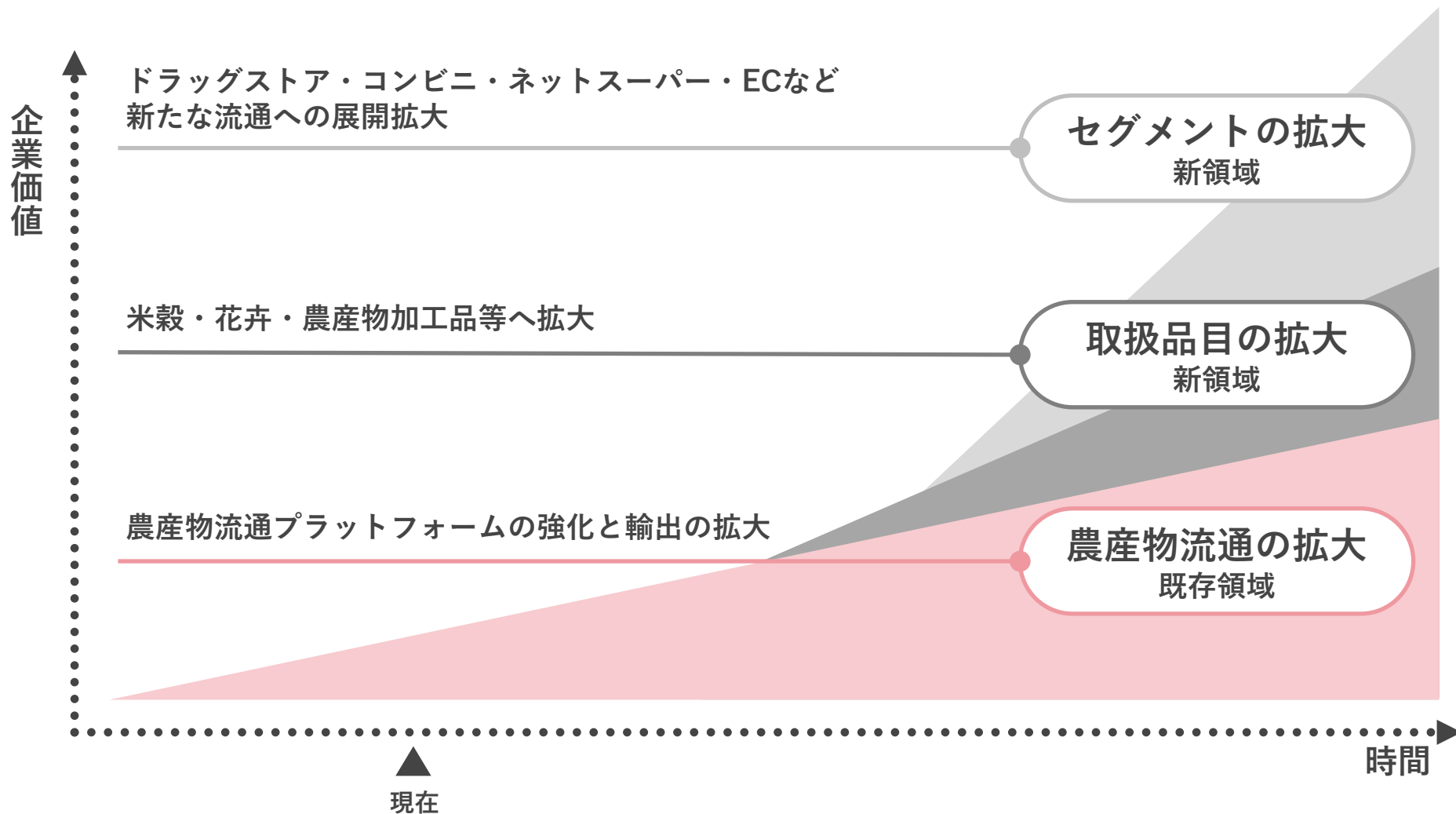
ブランディングによる付加価値の提供を強みに展開を加速



成長戦略

株主・投資家の皆さまに、当社へのご理解をより深めていただけるよう、成長戦略自体は前回より変更はございませんが、ご説明の順序や表現を変更いたしました。

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



流通総額の最大化に向けた 農産物流通プラットフォームの拡大・強化

- ① 仕入力強化
- ② 物流機能の拡充
- ③ ITプラットフォームの高度化



生産者・大規模生産法人だけでなく、JAや市場と連携し、仕入力を強化

市場との連携強化

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

全国の産地と提携し、産直卸事業の供給力強化

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

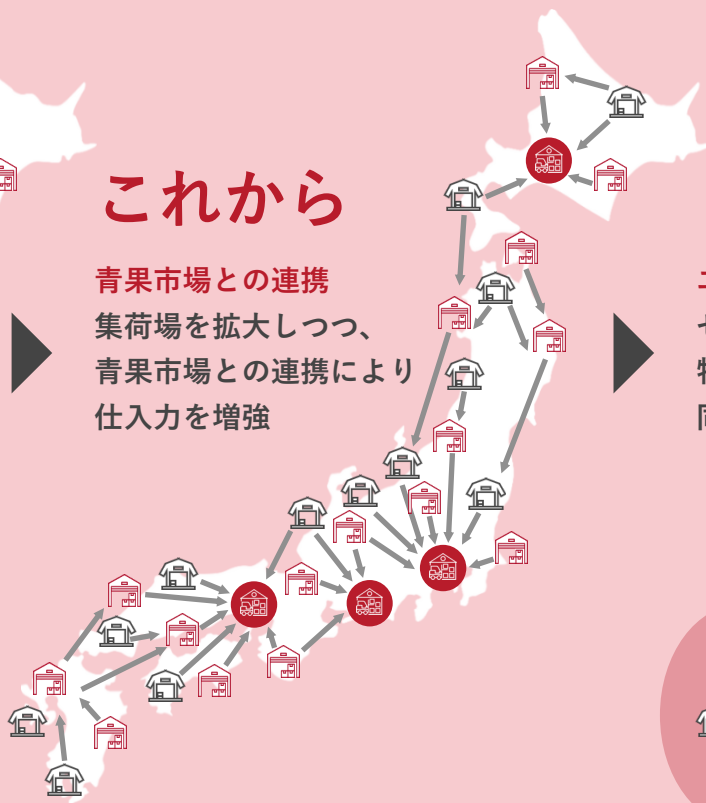
これまで

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バランスの最適化を図る

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

▶ 中期

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

▶ 長期

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

成長戦略

既存領域の成長イメージ

FY2023.8 重点施策・概要

農産物流通の拡大
既存領域

① 仕入力強化

② 物流機能の拡充

③ ITプラットフォームの
高度化

市場との連携強化

産地との連携強化

マザーセンター構想の推進

コンテナ出荷の導入

出荷の最適化に向けた準備（予約出荷システム）

需給調整のシステム化に向けたデータ活用

取扱品目の拡大
新領域

有機農産物の取扱拡大

セグメントの拡大
新領域

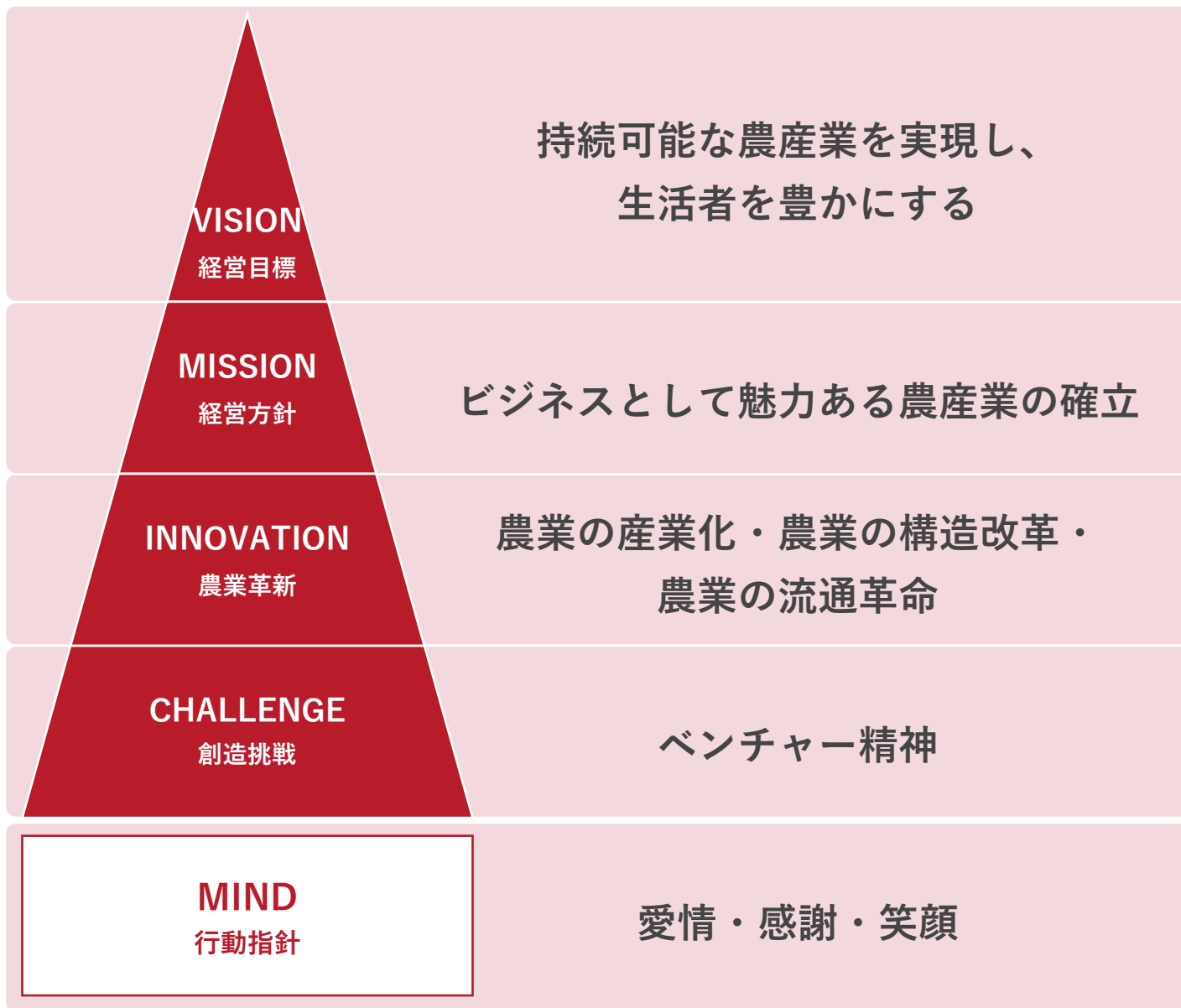
新たな販売チャネルの拡大
(EC・ドラッグストア販売)

利益率改善

出荷手数料の見直し

買取委託の調整

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。

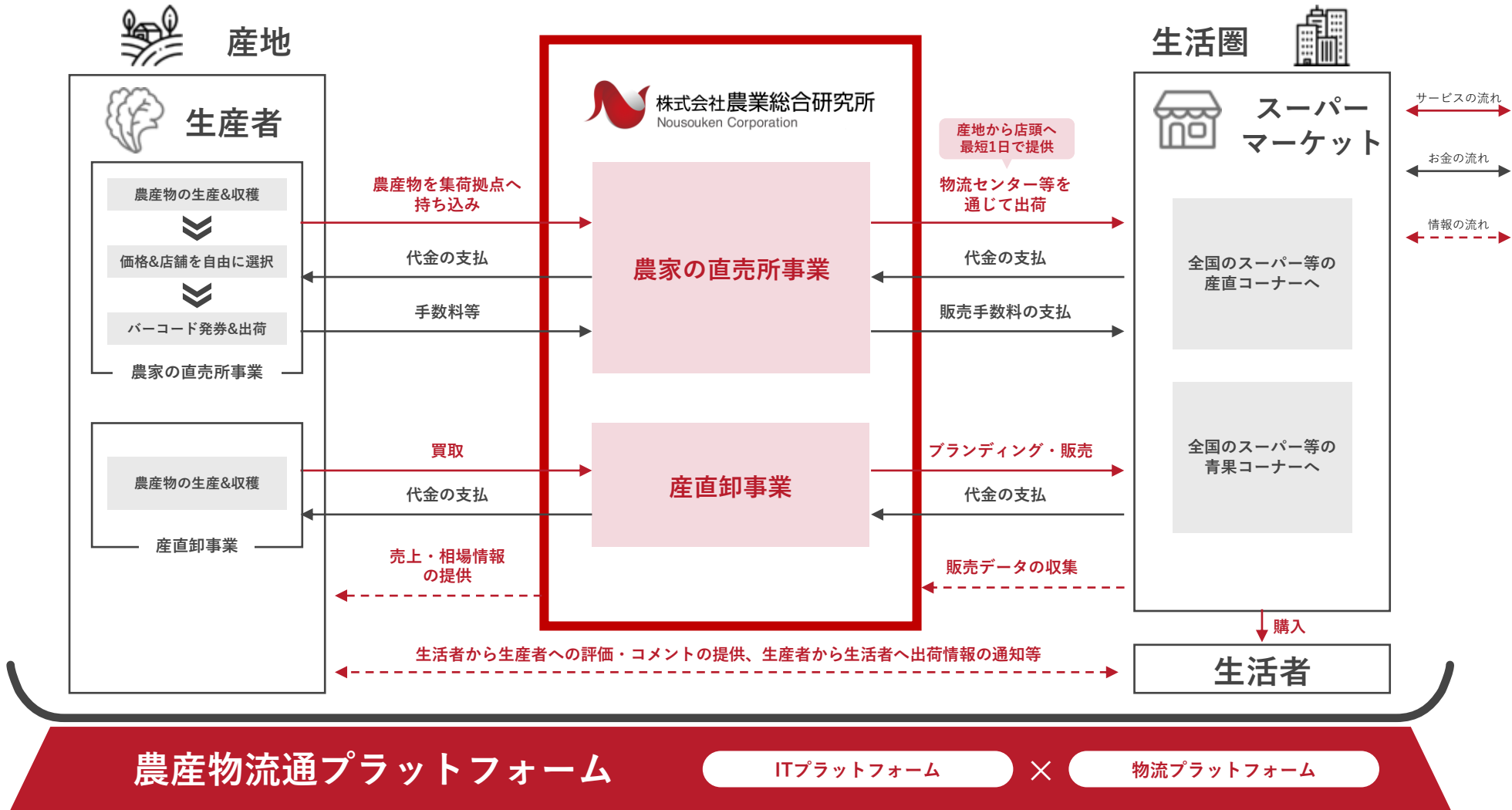
国産野菜を食べることが、農業の発展につながります。

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	276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

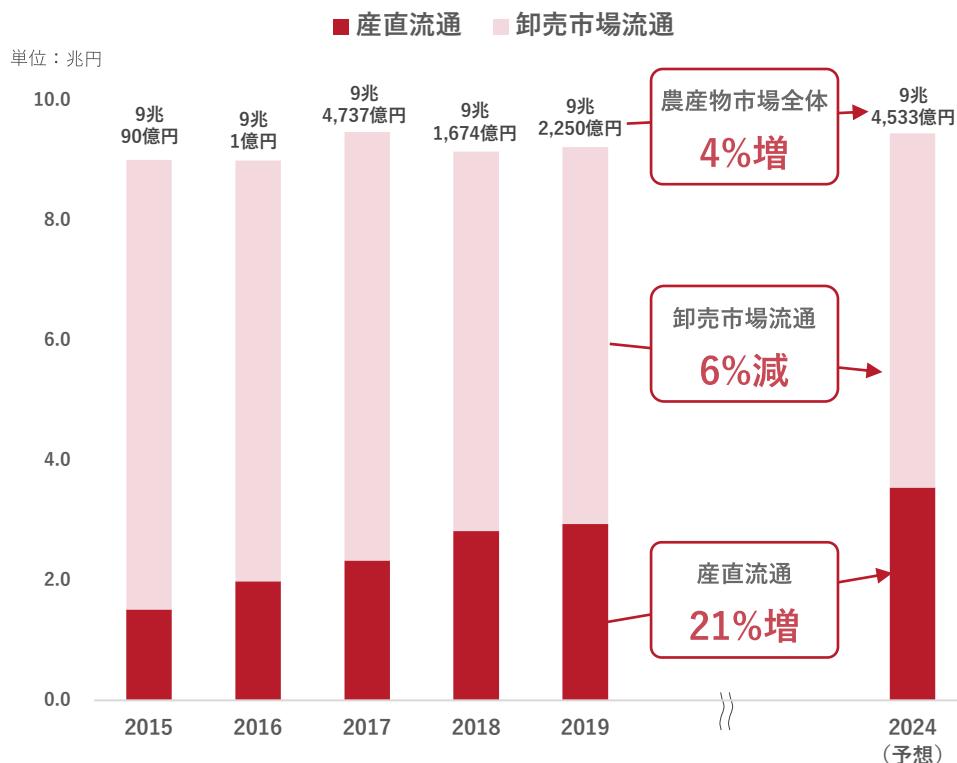


- 青果売場内の**青果コーナー**向け事業
- 生産者から直接農産物を買取り、ブランディング（付加価値の見える化）を加え、顔が見える安心安全な商品を卸販売にて提供

Appendix | 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

農産物市場規模※



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



高齢化や担い手不足の中で
収入増に取り組む生産者



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

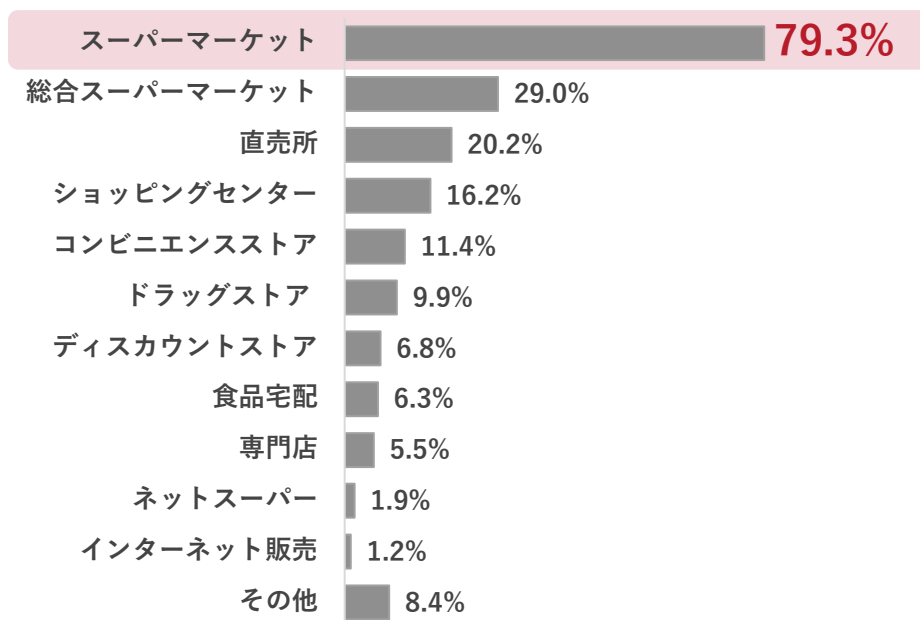
それぞれのニーズを捉え、
農産物流通の多様化はさらに進む

※ 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、これは各末端チャン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」）

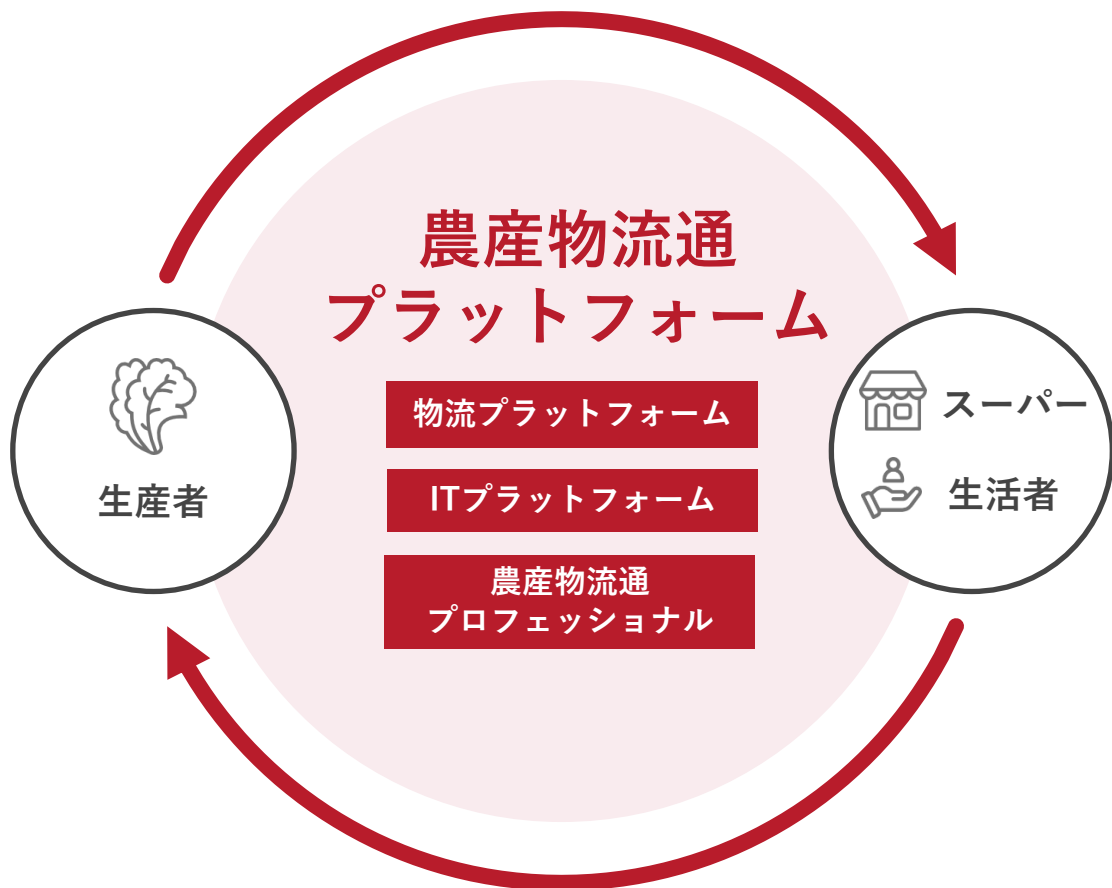
※2 スーパーマーケット年次統計調査報告書2018年（日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、新日本スーパーマーケット協会）

※3 全国スーパーマーケット協会「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

Appendix | 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

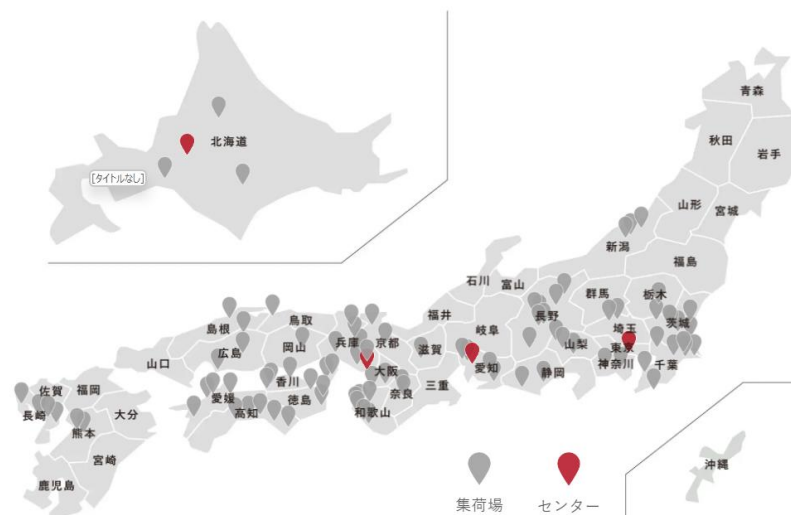
物流プラットフォーム



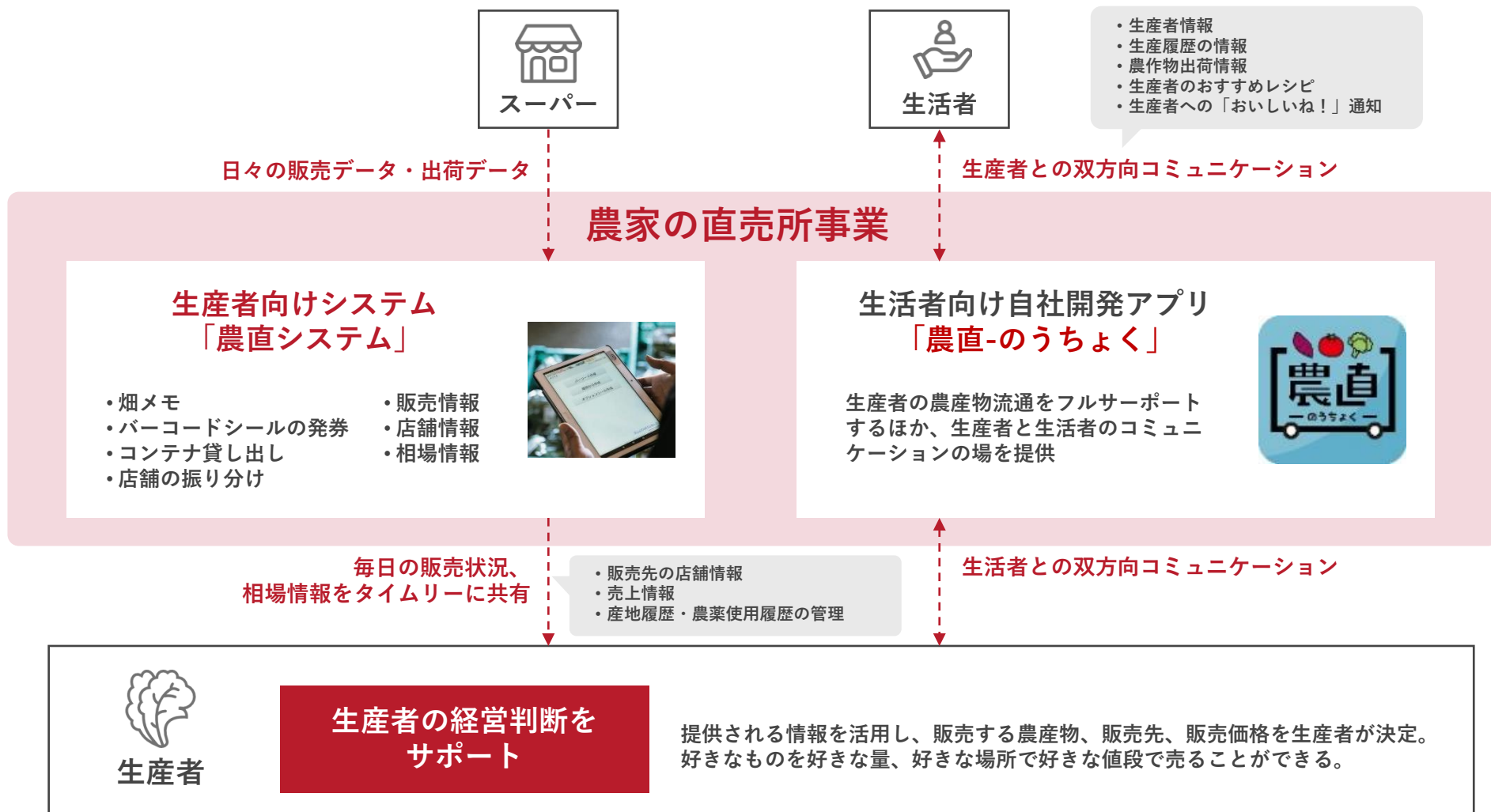
集荷拠点
全国**92**拠点

農家の直売所事業では全国の10,000名以上の登録生産者と、全国92ヶ所の集荷拠点および物流センター5拠点（和歌山センター含む）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

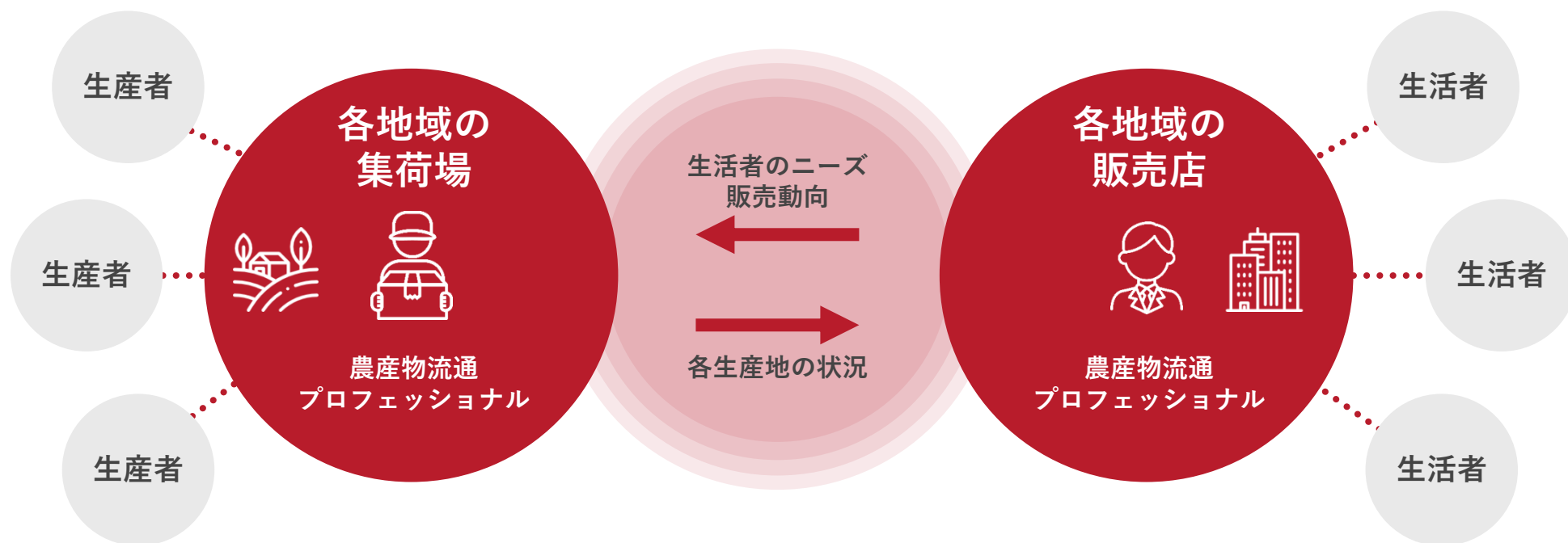


ITプラットフォームを活用し、経営感覚を持つ生産者をフルサポート 生産者とスーパーを通じた生活者とのタイムリーな情報連携を支援



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。



Appendix | 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、新鮮で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>

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。

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2023年8月期決算発表時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