



2023年3月期 第2四半期  
決算説明資料

2022年11月10日

株式会社雪国まいたけ  
東証プライム市場:1375



## AGENDA

---

1. 2023年3月期 第2四半期 決算概要
2. 2023年3月期 業績予想
3. 中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)
4. 参考資料

(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

## 2023年3月期 第2四半期 決算概要

---



# 2023年3月期 第2四半期(累計) 決算総括

当四半期は、売上収益・コアEBITDAが対前年同期で減収減益となった。

外部環境	当社の対応	総括	
<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ規制緩和により、外食需要の増加が進み小売業界は軟調</li> <li>例年よりも気温が高く、加熱調理を必要とする食材を避ける傾向が継続</li> <li>他社増産による供給過多で、マーケットの需給バランスが歪んだ状況が継続</li> <li>原油価格の高止まり、円安等の原価上昇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界初の白舞茸『極白』の量産に成功、これをマーケットに投入し極ブランドの強化及び当社のPRを行い好評を得たものの、販売開始が9月で当四半期での効果は限定的となった</li> <li>アウトドアブームに合ったクロスMDを実施、非需要期における消費者購買意欲の喚起を促した</li> <li>材料資材・燃料等の調達最適化や製造活動における管理の徹底により、上昇する原価の抑制を図った</li> <li>最繁忙期の第3四半期にかけて、極白も活用し、外食、中食メニューを中心に展開、消費者タッチポイントの増加による新規ユーザー獲得及び、既存ユーザーの洋食利用へ料理用途の間口拡大を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上収益 <b>127.5億円</b></li> <li>対前年同期 △10.5億円 (△7.7%)</li> </ul>	<p>対計画</p> <p>計画を<u>下回る</u>水準</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>コアEBITDA <b>12.1億円</b></li> <li>対前年同期 △12.6億円 (△50.8%)</li> </ul>	<p>計画を<u>下回る</u>水準</p>



# 連結損益計算書(第2四半期累計)

当第2四半期累計期間は、対前年同期で減収減益

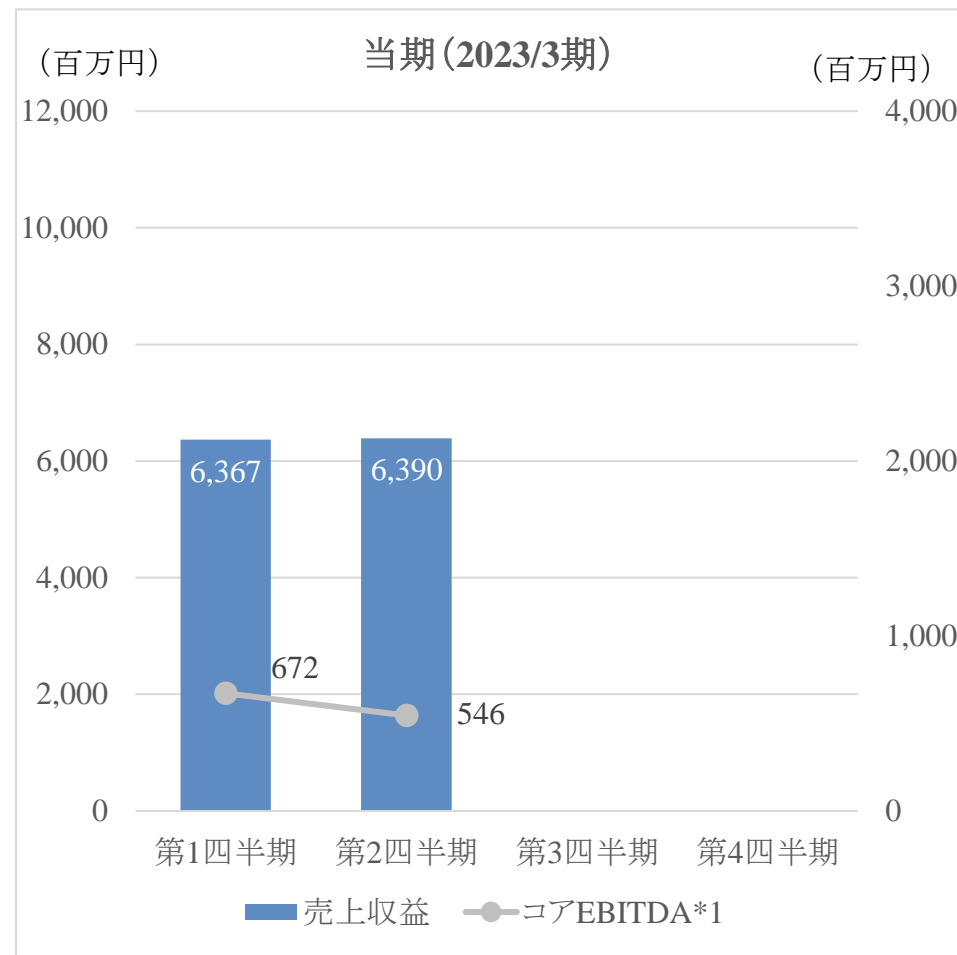
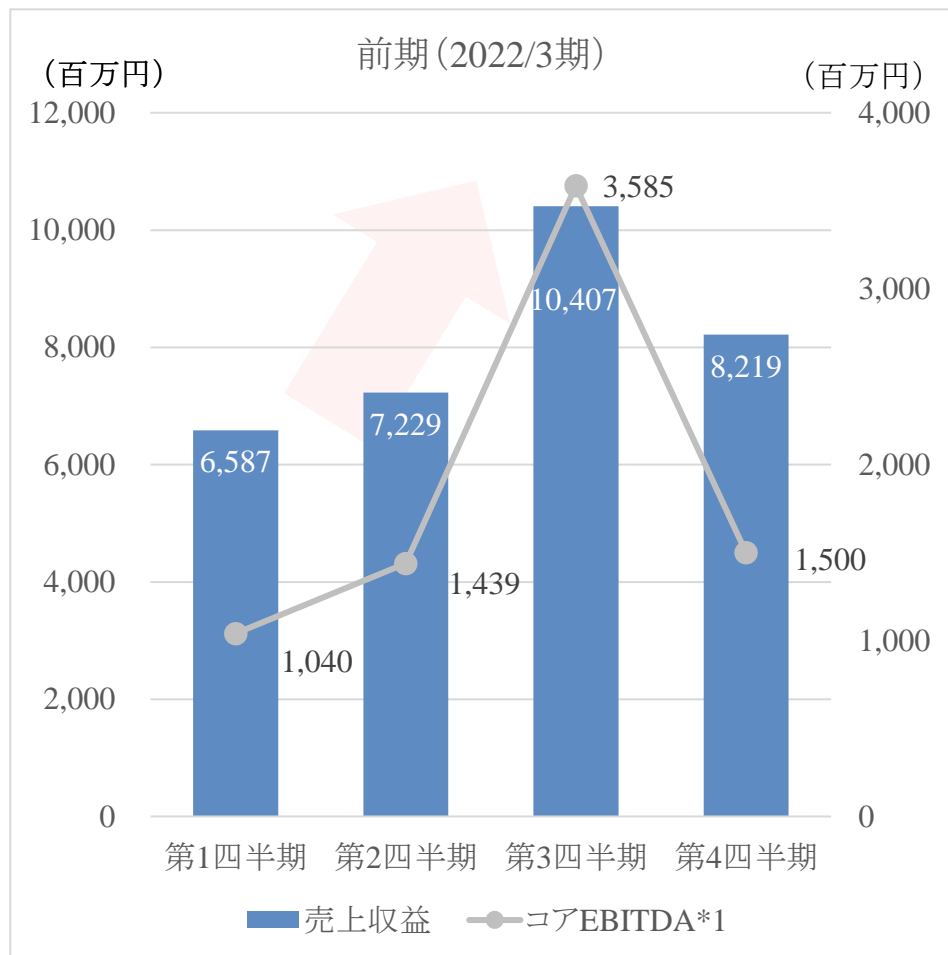
(百万円)	当期(2023/3期) 第2四半期累計 実績	前期(2022/3期) 第2四半期累計	
		増減(対前年同期)	
	実績	金額	率
売上収益	12,757	13,816	△ 1,058   △7.7%
公正価値変動による利得	4,755	6,688	△ 1,932   △28.9%
収益合計	17,513	20,504	△ 2,991   △14.6%
材料費、人件費等	9,045	8,755	+290   +3.3%
公正価値変動による利得	3,959	5,422	△ 1,463   △27.0%
売上原価	13,004	14,177	△ 1,172   △8.3%
売上総利益	4,508	6,327	△ 1,818   △28.7%
販売費及び一般管理費	3,668	3,760	△ 91   △2.4%
その他の収益	32	21	+11   +53.1%
その他の費用	57	37	+20   +55.3%
営業利益	814	2,551	△ 1,736   △68.1%
対売上収益	6.4%	18.5%	
対収益合計	4.7%	12.4%	
税引前当期利益	620	2,341	△ 1,720   △73.5%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	431	1,521	△ 1,089   △71.6%
【参考数値】			
コア営業利益※1	197	1,510	△ 1,312   △86.9%
コアEBITDA※1	1,218	2,479	△ 1,260   △50.8%
コアEBITDA マージン※1	9.6%	17.9%	

※1 ・コア営業利益=営業利益 - 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  
 ・コアEBITDA=コア営業利益 + 減価償却費及び償却費  
 ・コアEBITDAマージン=コアEBITDA ÷ 売上収益



# 連結経営成績(四半期推移)

当第2四半期は、売上収益、コアEBITDAともに前年同期を下回る

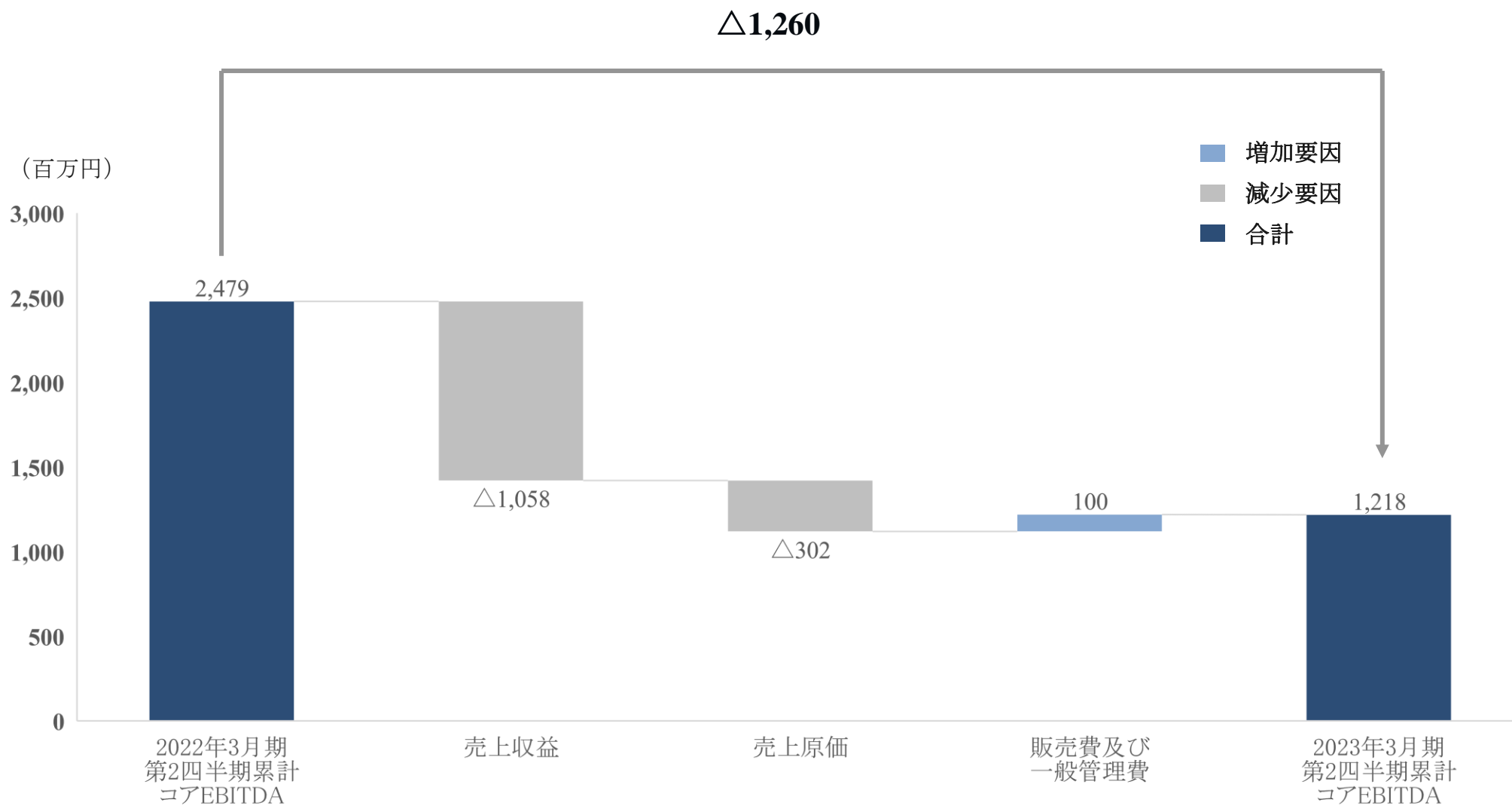


※1 コアEBITDA=コア営業利益 + 減価償却費及び償却費



## コアEBITDA (第2四半期累計) の増減分析 (対前年同期)

コアEBITDAが減少した主な要因は、茸事業の減収とユーティリティ費等の上昇





# セグメント別売上収益(第2四半期累計)

各セグメントにおいて、前年同期でマイナスで推移

(百万円)	前期(2022/3期) 第2四半期累計		当期(2023/3期) 第2四半期累計		増減	
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率
売上収益合計	13,816	100.0%	12,757	100.0%	△ 1,058	△7.7%
茸事業	13,580	98.3%	12,566	98.5%	△ 1,014	△7.5%
まいたけ	7,604	55.0%	7,051	55.3%	△ 553	△7.3%
エリンギ	1,582	11.5%	1,413	11.1%	△ 168	△10.7%
ぶなしめじ	2,680	19.4%	2,526	19.8%	△ 153	△5.7%
その他の茸※1	1,712	12.4%	1,573	12.3%	△ 139	△8.1%
その他事業	235	1.7%	191	1.5%	△ 44	△18.7%

※1 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





# セグメント別売上収益(四半期推移)

過去の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

(百万円)

12,000

△839

10,000

8,000

6,000

4,000

2,000

0

第1四半期

第2四半期

第3四半期

第4四半期

第1四半期

第2四半期

前期(2022/3期)

当期(2023/3期)

全体

- △19 — その他事業
- △53 — その他の茸※1
- △95 — ぶなしめじ
- △143 — エリンギ
- △528 — まいたけ

6,587

120

852

1,402

778

3,433

7,229

115

860

1,277

804

4,170

10,407

95

1,243

1,931

836

6,300

8,219

90

843

1,716

742

4,827

6,367

95

765

1,344

752

3,409

6,390

96

807

1,182

661

3,642

※1 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

まいたけは、対前年同期・対計画で販売量、販売単価共にマイナス  
 エリンギは、販売量が対前年同期・対計画共にマイナス、販売単価は対前年同期・対計画共に横ばい  
 ぶなしめじは、対前年同期では販売量・販売単価共に若干のマイナス、対計画は販売量が若干のマイナスで販売単価が横ばい

## 販売量比較※1

(%)	対前年同期	対計画
まいたけ	96.9%	<b>94.7%</b>
エリンギ	89.7%	<b>91.2%</b>
ぶなしめじ	98.7%	<b>98.7%</b>
その他の茸3品※2	96.8%	<b>91.8%</b>

## 販売単価比較※1

	対前年同期	対計画
	95.7%	<b>92.1%</b>
	99.4%	<b>99.9%</b>
	97.9%	<b>99.9%</b>
	99.1%	<b>97.1%</b>

※1 加工品を除いて比較

※2 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルームのその他茸3品の合算値にて比較



# 連結財政状態計算書

四半期利益の積み増しがあるも、配当を実施したことにより自己資本が僅かに減少した

(百万円)	前期(2022/3期)	当期(2023/3期)	増減	
	実績	第2四半期累計 実績	金額	率
流動資産	9,735	8,285	△ 1,450	△14.9%
現金及び預金	3,723	699	△ 3,023	△81.2%
営業債権及びその他の債権	1,958	2,240	+282	+14.4%
棚卸資産	1,249	1,528	+279	+22.4%
生物資産	2,693	3,677	+984	+36.6%
非流動資産	26,361	26,559	+197	+0.8%
有形固定資産	19,170	19,282	+112	+0.6%
のれん及び無形資産	5,291	5,292	+1	+0.0%
資産合計	36,096	34,844	△ 1,252	△3.5%
流動負債	8,010	7,618	△ 392	△4.9%
営業債務及びその他の債務	2,602	2,564	△ 37	△1.5%
未払法人所得税	1484	210	△ 1,274	△85.8%
短期借入金	-	1,500	+1,500	-
1年内返済予定の長期借入金	1,321	1,415	+94	+7.1%
非流動負債	17,615	16,958	△ 656	△3.7%
借入金	17,314	16,695	△ 619	△3.6%
リース負債	222	185	△ 37	△16.7%
負債合計	25,625	24,576	△ 1,049	△4.1%
資本合計	10,470	10,268	△ 202	△1.9%
親会社の所有者に帰属する持分合計	10,471	10,268	△ 203	△1.9%
負債及び資本合計	36,096	34,844	△ 1,252	△3.5%



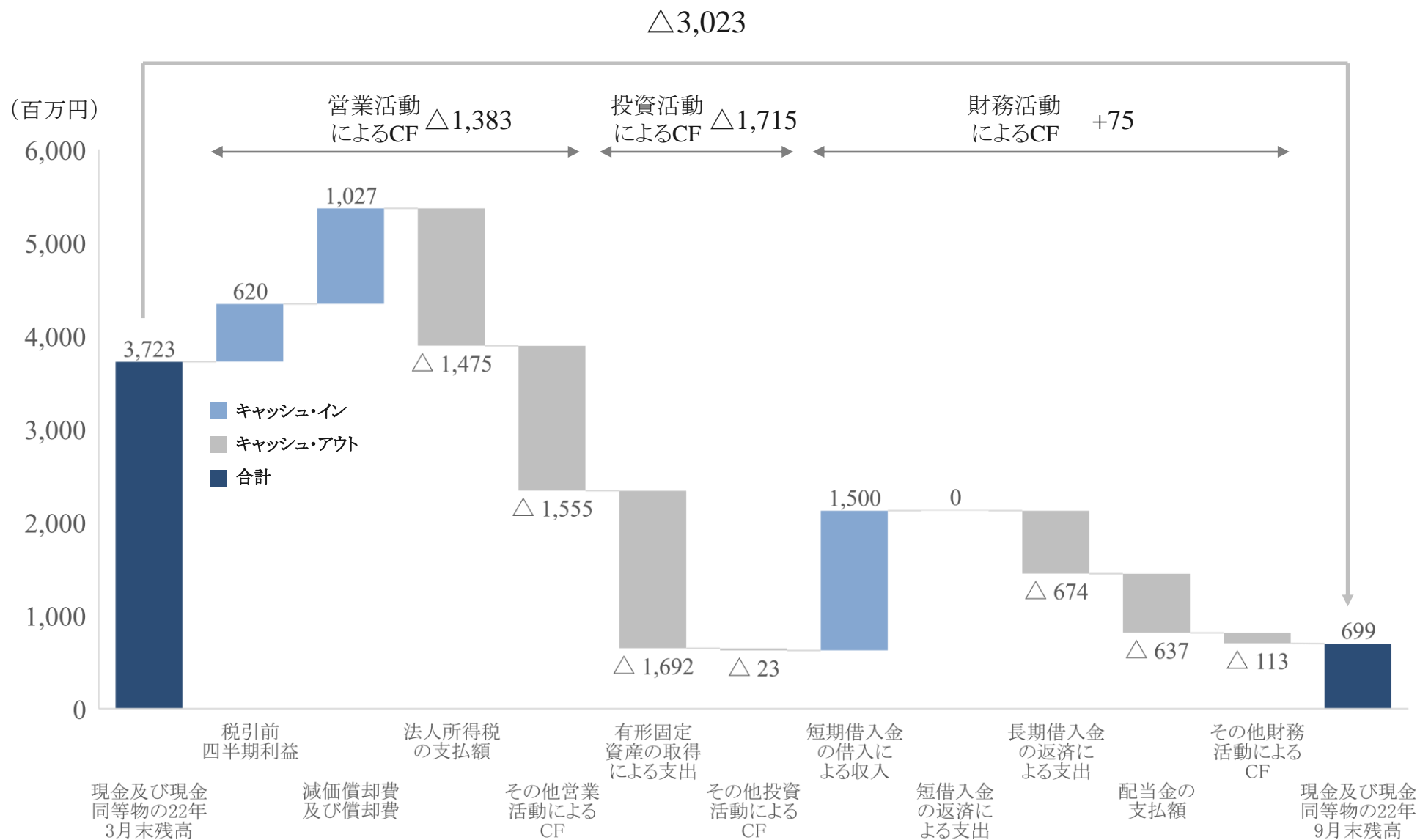
# 連結キャッシュ・フロー計算書(前年同期との比較)

営業活動によるCF…税引前利益の減少により収入減  
 投資活動によるCF…設備投資により支出増  
 財務活動によるCF…短期借入金の調達、配当金支出の減少による増加

(百万円)	前期(2022/3期) 第2四半期累計	当期(2023/3期) 第2四半期累計	増減
	実績	実績	金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△385	<b>△1,383</b>	△997
税引前利益	2,341	<b>620</b>	△1,720
減価償却費及び償却費	974	<b>1,027</b>	+52
営業債権及びその他の債権の増減額	△505	<b>△282</b>	+223
棚卸資産の増減額	△3	<b>△279</b>	△275
営業債務及びその他の債務の増減額	341	<b>259</b>	△81
従業員給付に係る負債の増減額	△145	<b>38</b>	+183
法人所得税の支払額	△1,780	<b>△1,475</b>	+305
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,013	<b>△1,715</b>	△702
有形固定資産の取得による支出	△994	<b>△1,692</b>	△697
有形固定資産の売却による収入	0	<b>0</b>	△0
無形資産の取得による支出	△7	<b>△11</b>	△4
財務活動によるキャッシュ・フロー	△808	<b>75</b>	+883
短期借入金の借入による収入	1,000	<b>1,500</b>	+500
短期借入金の返済による支出	-	<b>-</b>	-
長期借入金の返済による支出	△578	<b>△674</b>	△96
配当金の支払額	△1,115	<b>△637</b>	+477
現金及び現金同等物の増減額	△2,206	<b>△3,023</b>	△816
現金及び現金同等物の期首残高	3,777	<b>3,723</b>	△54
現金及び現金同等物の期末残高	1,570	<b>699</b>	△871

# 連結キャッシュ・フロー分析(前期末からの変化)

当期は、営業活動によるネット収入が法人所得税の支払等を下回り、営業CFは1,383百万円減少  
 また、長期借入金の返済による支出、配当金の支払い等により、最終的に現金及び現金同等物は3,023百万円減少





# 主要財務指標の状況

約定返済により借入金が増加したが、閑散期における現金及び預金残高減少の影響で、ネットD/Eレシオは悪化  
コアEBITDAが対前年同期で減少し、ネットD/コアEBITDA倍率は上昇

## のれんに関する財務指標推移

### ■ のれん/純資産倍率<sup>※1</sup>

0.5x

2022年  
3月期



0.5x

2023年3月期  
第2四半期



- 減損の兆候の有無に関わらず、年に1度減損テストを実施
- 四半期毎に減損の兆候の有無を確認し、減損の兆候がある場合は適宜減損テストを実施

## 純有利子負債に関する財務指標推移

### ■ ネットD/Eレシオ<sup>※1</sup>

1.4x

2022年  
3月期



1.8x

2023年3月期  
第2四半期

### ■ ネットD/コアEBITDA倍率<sup>※2</sup>

2.0x

2022年  
3月期



3.0x<sup>※3</sup>

2023年3月期  
第2四半期

※1 IFRSに基づく連結財務数値

※2 コアEBITDAの実績値を使用。コアEBITDA=コア営業利益+減価償却費及び償却費

※3 直近12ヶ月(LTM)のコアEBITDAにて試算



## 主要な経営指標

当第2四半期累計は、対前年同期で減収減益となったため、経営指標が悪化

	前期(2022/3期) 第2四半期累計	当期(2023/3期) 第2四半期累計
営業利益率	12.4%	4.7%
コアEBITDAマージン	17.9%	9.6%
基本的1株当たり四半期利益※1	38.13円	10.83円
ROE(親会社所有者帰属持分四半期利益率)※2	52.1%	19.1%
ROIC(投下資本利益率)※3	15.6%	7.2%

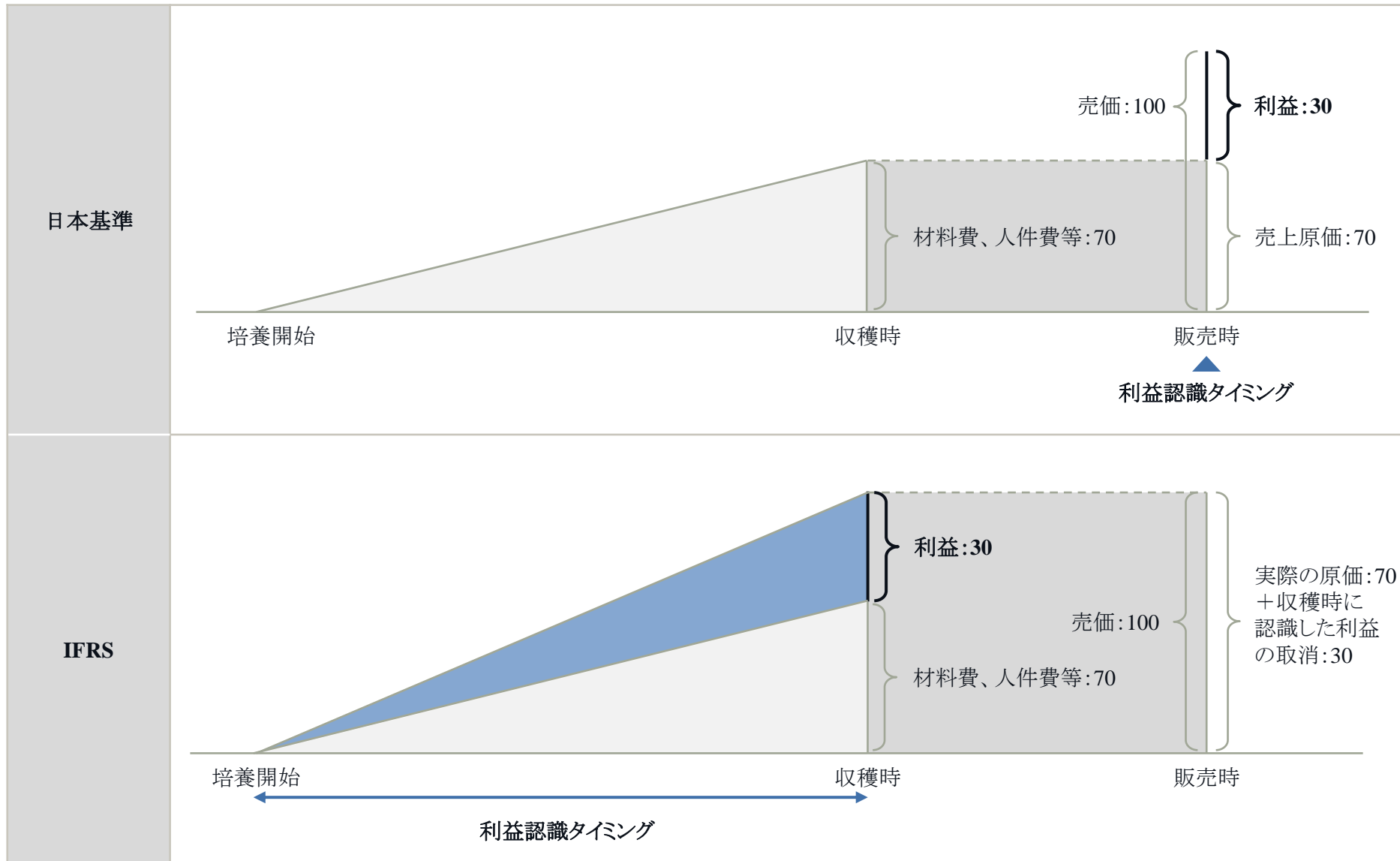
※1 当社は2020年7月30日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っており、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、基本的1株当たり四半期利益を算定

※2 直近12ヶ月(LTM)の実績、ROE(親会社所有者帰属持分四半期利益率) = 親会社株主に帰属する四半期利益 ÷ 当四半期末と前四半期末の平均親会社の所有者に帰属する持分合計

※3 直近12ヶ月(LTM)の実績、ROIC(投下資本利益率) = (直近12ヶ月の営業利益 × (1 - 実効税率)) ÷ (当四半期末と前四半期末の平均株主資本 + 当四半期末と前四半期末の平均有利子負債)

# IAS第41号「農業」の会計処理に関する概説

日本基準では販売時に利益を認識するのに対し、IFRSでは培養から収穫にかけて前倒して利益を認識







## 農業会計適用による損益インパクト(第2四半期累計)


まいたけ仕掛品の在庫高の影響などがあり、農業会計適用によりネット損益インパクトは+796百万円

(単位:百万円)

	内訳	2022年3月期 第2四半期累計
公正価値変動による利得(収益)	期首仕掛品に含まれる利得	△1,042
	期末仕掛品に含まれる利得	1,599
	当期収穫分	4,064
	その他	133
	合計	4,755
公正価値変動による利得(売上原価)	期首製品・半製品に含まれる利得	△280
	期末製品・半製品に含まれる利得	485
	当期収穫分	△4,064
	その他	△100
	合計	△3,959
損益インパクト合計		796

仕掛品に含まれる利得は、期首対比で減少となったため、557百万円のプラスインパクトとなった

製品・半製品に含まれる利得は、期首対比で減少となったため、205百万円のプラスインパクトとなった



# 農業会計適用による損益インパクト(四半期推移)

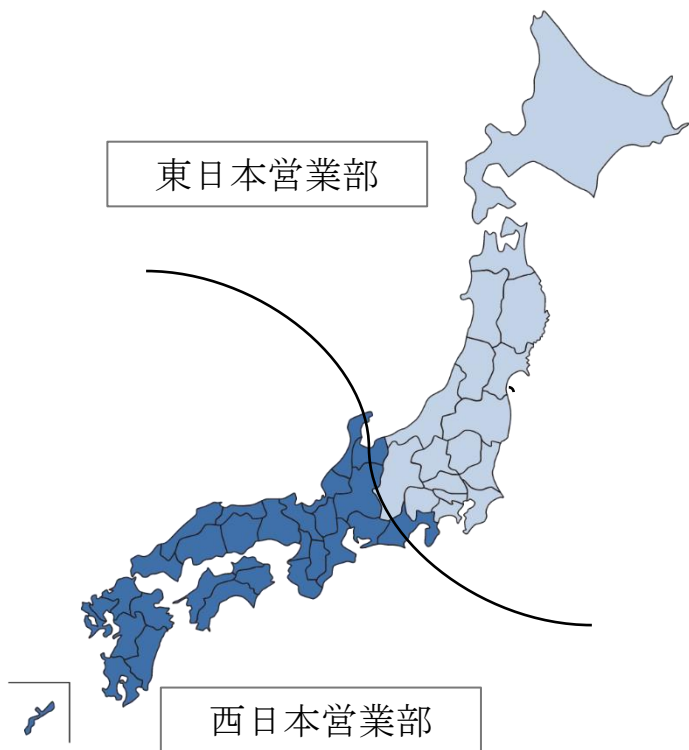
公正価値変動による利得の損益インパクトは、四半期毎に大きく変動するが、通期での影響は軽微

(百万円)		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計
当期 (2023/ 3期)	収益	期首仕掛品に含まれる利得	△1,042	<b>△739</b>		△3,382
		期末仕掛品に含まれる利得	739	<b>1,599</b>		2,339
	売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△280	<b>△252</b>		△1,018
		期末製品・半製品に含まれる利得	252	<b>485</b>		738
	当期収穫分	0	<b>±0</b>			±0
	その他	25	<b>7</b>			33
	損益インパクト合計	△304	<b>+1,100</b>			+796

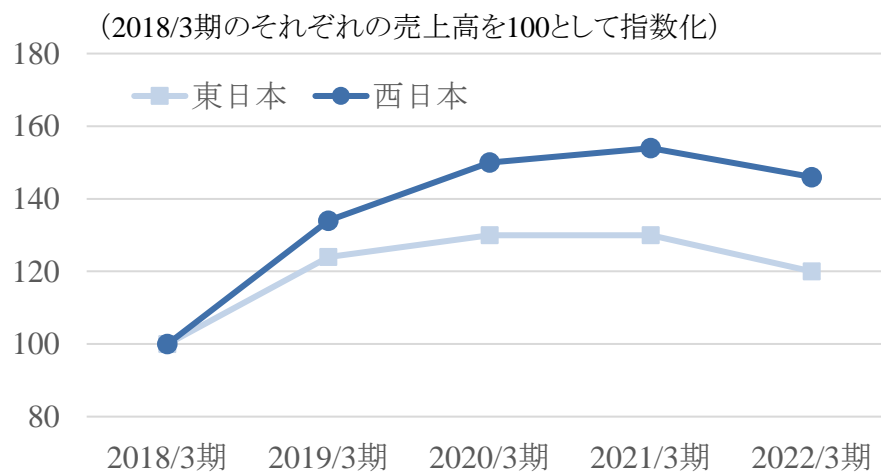
(百万円)		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計	
前期 (2022/ 3期)	収益	期首仕掛品に含まれる利得	△1,330	△1,027	△2,393	△2,180	△6,930
		期末仕掛品に含まれる利得	1,027	2,393	2,180	1,042	6,642
	売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△402	△406	△567	△500	△1,875
		期末製品・半製品に含まれる利得	406	567	500	280	1,753
	当期収穫分	±0	±0	±0	0	0	
	その他	27	9	△4	△36	△4	
	損益インパクト合計	△271	+1,537	△285	△1,395	△414	

# 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  
西日本は、売上高、販売量ともに緩やかに成長を続けており、東日本より高い平均成長率を示す



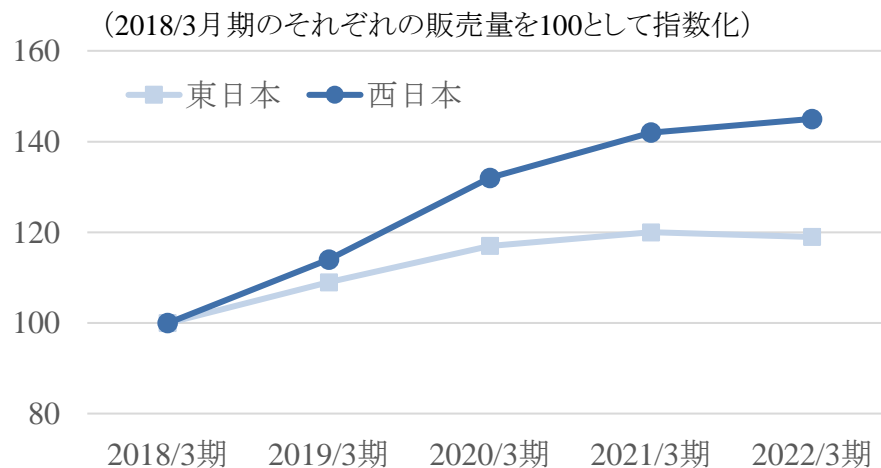
## 売上高



平均成長率  
(CAGR)

西日本 **9.8%**  
東日本 4.6%

## 販売量



年平均成長率  
(CAGR)

西日本 **9.7%**  
東日本 4.5%



## サステナビリティの取り組み

サステナビリティは、中長期的な企業価値の向上を図る上で重要な経営課題であり、ESG問題へ積極的に対応すべく社内の体制を整え、具体的な取り組みを進めていく

### 価値創造プロセスの策定



- 外部環境の変化に対し、当社の事業活動により、いかに価値を創出し、発展していくのかを示す
- バリューチェーンや強いブランド力を活かし、社会とともにサステナブルな成長を続ける
- 2022年6月、当社ウェブサイトにて公開

### TCFD提言に沿った情報開示



- 2021年11月、TCFD提言への賛同を示す
- TCFD提言で開示推奨される「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」について情報開示を行う
- 2022年6月、当社ウェブサイトにて公開

### GHG排出量削減目標の設定



- 雪国まいたけグループ全体の温室効果ガス排出量の算定を行う
- 2050年度に「排出量ネットゼロ」を目標に掲げ、バリューチェーン全体にわたって温室効果ガス排出量の削減に取り組む
- 2022年6月、当社ウェブサイトにて公開

### CO<sub>2</sub>削減の取り組み



- 五泉バイオセンターでのLNG導入完了に続き、第3バイオセンターにおいても導入予定(2023/3期)
- 五泉バイオセンターにおいては、LNG導入によりCO<sub>2</sub>排出量前年比 $\Delta 0.06$  t-CO<sub>2</sub>/t( $\Delta 10.4\%$ )削減(23ページ参照)

### トレー材質の見直し



- 一部商品のトレー材質の変更により、**470.2 t-CO<sub>2</sub>**のCO<sub>2</sub>排出量削減につながる
- トレー材質見直しにより、リサイクルトレー※1使用率**100%**達成(23ページ参照)

### 原材料の持続可能な調達



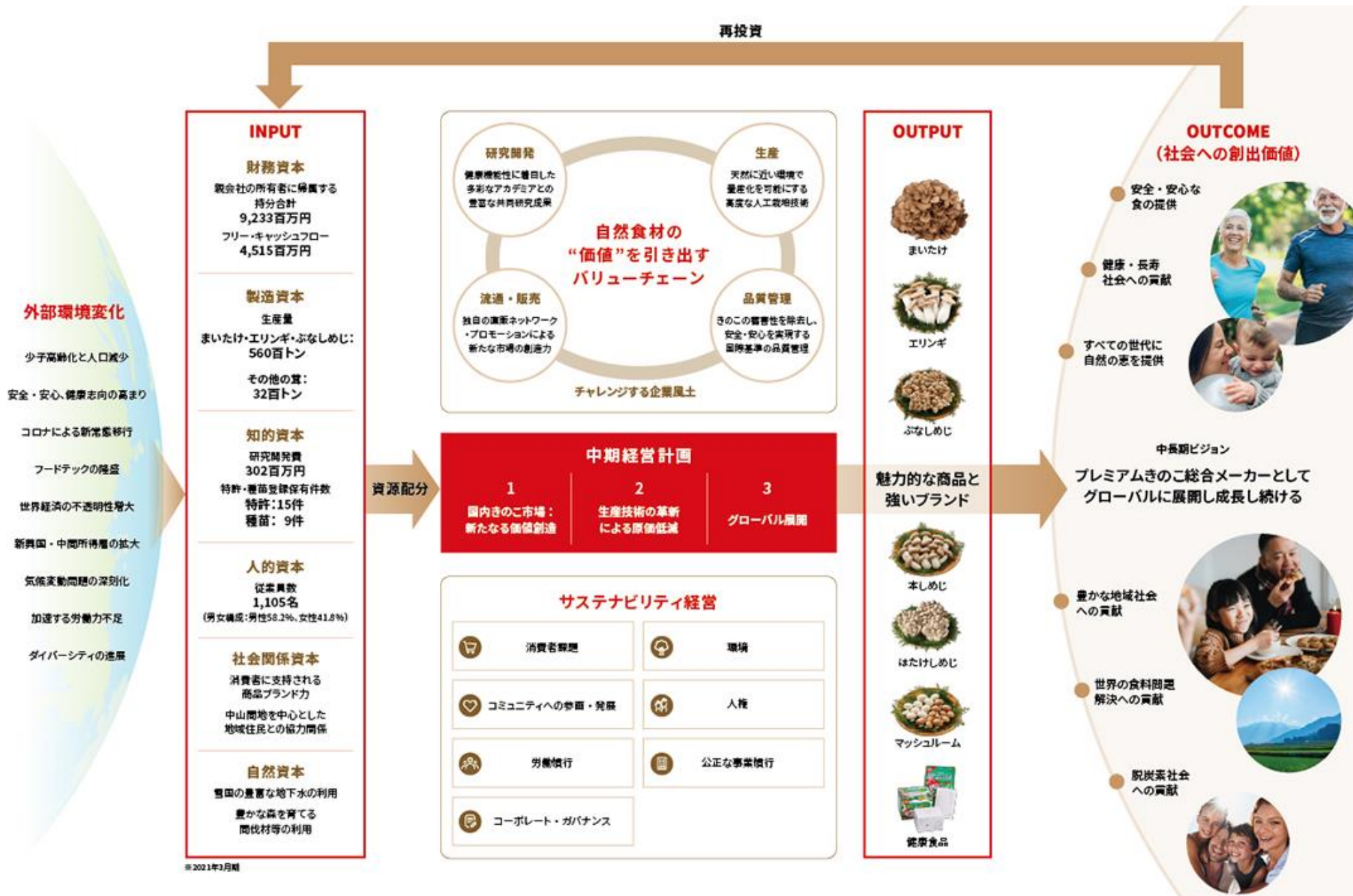
- 荒廃した森林を間伐し、木々が育ちやすい環境を整え、健康な森づくりを進める
- 「雪国まいたけの森」で伐採された木材を当社のきのこ培地へと活用(24ページ参照)

※1 一般的に回収されたリサイクル原料の他に、トレー製造工場にて発生した端材の再利用も含む



# 価値創造プロセス

外部環境の変化がある中、バリューチェーンや当社の強みを活かし、事業活動を通じて社会とともにサステナブルな成長をし続ける





# TCFD提言に沿った情報開示

2021年11月に、TCFD提言への賛同を表明し、2022年6月にTCFDが提言する情報開示フレームワークに沿って開示を行った。今後、さらなる情報拡充を図り、シナリオ分析を行い地球温暖化の課題に向けて取り組んでいく。

## ガバナンス

- 気候変動への対応は経営上の重要な課題であると捉え、サステナビリティ推進委員会を設置
- 代表取締役を委員長とし、常勤の取締役(監査等委員を除く)、執行役員、グループ会社社長で構成
- 気候変動を含めた環境全体の基本方針の重要事項を審議し、経営戦略へ反映させる

## 戦略

- 世界規模での気候変動により、原油価格の高騰による原材料価格の上昇や、消費者の消費志向の変化など、事業や財務に影響を及ぼす可能性がある。
- 短期・中期・長期の視点で、想定されるリスク/機会に対する対策を整理し、取り組みを進める

[今後]  
シナリオ分析を行い、事業へのリスクと機会を特定する



TCFD提言へ賛同  
(2021年11月)

- サステナビリティ推進委員会で、当社グループにおける気候変動に係るリスクと機会を検討
- 取締役会は、同委員会からの報告を受け、環境課題への対応方針、実行計画等について監督を行う

## リスク管理

- 2030年度までに、温暖化ガス排出量をスコープ1, 2で約45,800t-CO<sub>2</sub>、スコープ3で約16,700t-CO<sub>2</sub>削減を目指す(2021年度対比)
- 2050年度には排出量ネットゼロを目指す
- 目標達成に向けた短期～長期にわたるロードマップを策定

## 指標と目標

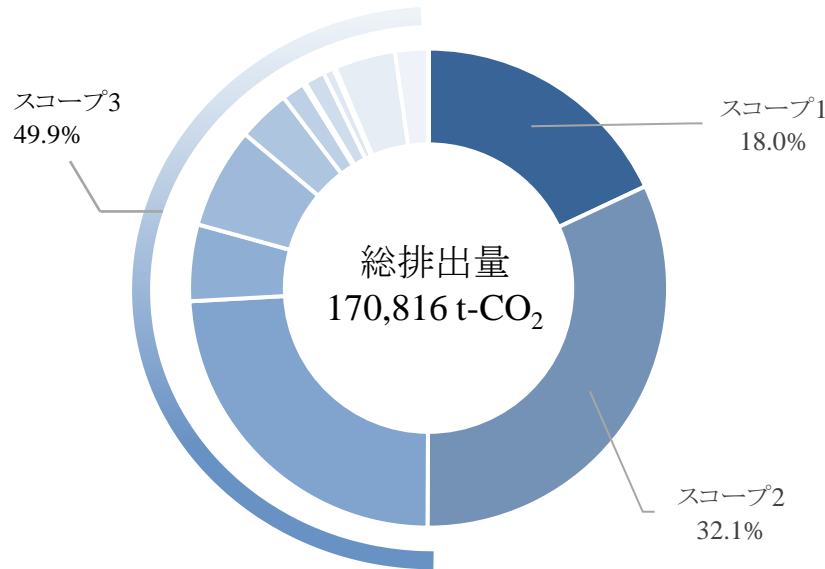




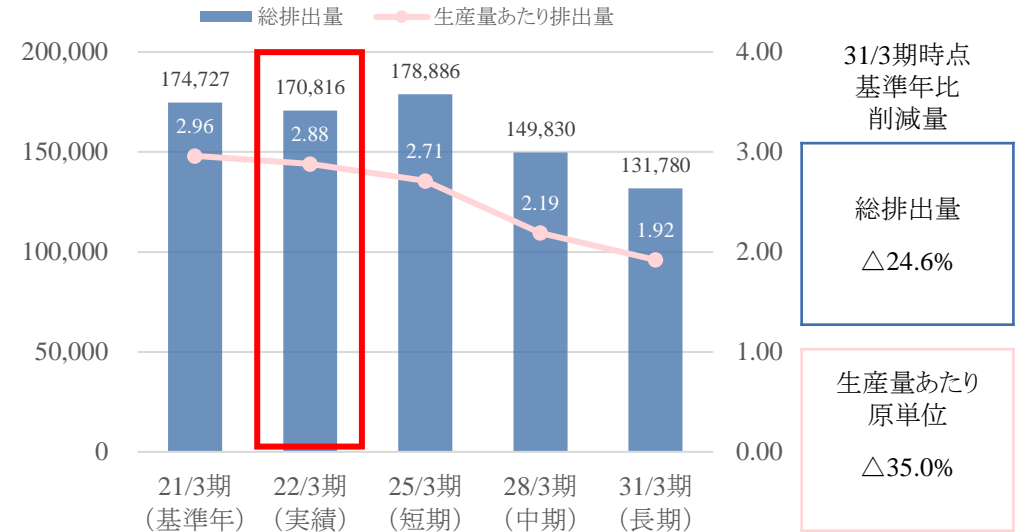
# GHG排出量削減目標と実績

22/3期のGHG排出量は、基準年である21/3期から2.2%削減した

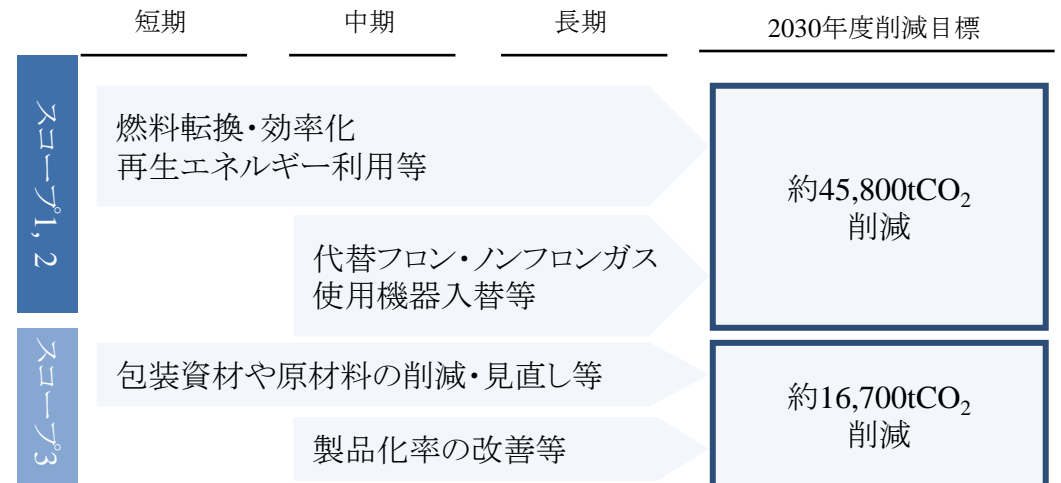
スコープ別温室効果ガス排出量(2022年3月期実績)※2



温室効果ガス排出削減の実績と目標



	21/3期	22/3期	前年比
スコープ1~3 合計	174,727 t-CO <sub>2</sub>	170,816 t-CO <sub>2</sub>	△2.2%



※1 対象範囲は雪国まいたけ、三蔵農林、瑞穂農林。算定計数はIDEA並びに環境省データベースを使用。データベースが存在しないものは、シナリオを作成し算定



# GHG排出量削減の取り組み

2050年度のGHG排出量ネット・ゼロを目標に、調達から生産、物流や流通に至るバリューチェーン全体に亘って削減に取り組む

## スコープ1

- 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出

## スコープ3(カテゴリ1, 4, 9, 12)

- 購入した製品・サービス
- 輸送、配送(上流、下流)
- 販売した製品の廃棄

## スコープ3(カテゴリ4)

- 輸送、配送(上流)

### クリーンエネルギーへの転換



- 2021年1月に五泉バイオセンターのLNG設備の導入完了
- 南魚沼市のまいたけ工場である第3バイオセンターにおいて、LNGの導入を進める(2023年3月期導入予定)

五泉BCにおける  
生産量あたりの  
SCOPE1削減量  
(22/3期・対前年比)

**△0.06 t-CO<sub>2</sub>/t**

### トレーの軽量化



新たに開始  
「まいたけ極ハッピーパック」等

- トレーの材質や厚さを変更し、トレーの軽量化を図る
- 2022年8月中旬より、新たに「まいたけ極ハッピーパック」等のトレーの材質変更を行う
- リサイクルトレーの使用比率※1100%達成

材質・材厚変更による削減量※2  
(22/3期・対前年比)

**△470.2 t-CO<sub>2</sub>**

### 杉オガ粉の近隣調達



- 2021年2月から南魚沼市内の杉オガ粉の調達を開始。広葉樹のオガ粉も近隣からの調達を進める
- 森林資源の地産地消、地元林業の活性化にもつながる

近隣からの輸送に関わる削減量  
(22/3期・対前年比)

**△3.88 t-CO<sub>2</sub>**

※1 一般的に回収されたリサイクル原料の他に、トレー製造工場にて発生した端材の再利用も含む  
 ※2 「まいたけ極食べきりパック」「まいたけ極Mパック」「雪国しめじWパック」のトレー切替による削減量





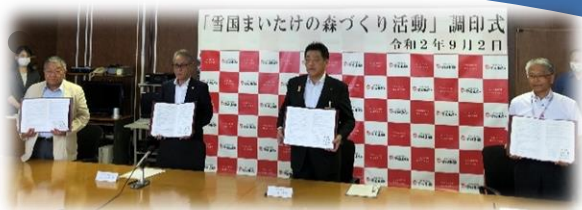
# 雪国まいたけの森づくり活動

健康な森づくりのための除伐や広葉樹の植栽を行い、人と森が共生できる森林公園を整備する活動を継続的に実施

## 2020年9月

### 「雪国まいたけの森」活動スタート

南魚沼市、南魚沼森林組合、新潟県南魚沼地域振興局と森づくりに関する協定を締結



## 2020年10月

### 「雪国まいたけの森」開所式

関係者ならびに従業員による森林整備を実施



## 2022/3期活動実績

- 森林整備により発生した間伐材をおが粉としてきのこの培地原料に活用
- 下刈り、間伐による整備を継続的に実施
- CO<sub>2</sub>吸収量算定実施
- 広葉樹(桜)の植樹、小枝拾い

Before



After



人と森が共生できる森林公園に向けて活動を継続



## コロナ禍による業績への影響及び感染拡大防止に対する取り組み

感染者の高止まりが続くものの制限の緩和が進む。対面商談も戻りつつあり、営業活動の幅も広がりつつある

### 業績への影響

- 長引くコロナ禍の影響による消費者行動の変化に加えて、試食などの店頭プロモーションについての制約があった
- 都道府県をまたいだバイヤーとの対面商談が戻りつつあり、また、市場関係者との協議会など今後の販売計画について目線合わせができた

### 感染拡大防止 に対する 取り組み

#### 全社での 取り組み

- 検温・マスク着用徹底
- 手洗い消毒の励行・定期的な換気
- オンラインを活用した社内会議や打ち合わせの推奨
- 昼食の時間差取得や着席と離席時の時間の記録、会話自粛
- 食事中は、座席を1mの間隔に空け、対面での着座を原則禁止

#### 制限緩和

- 都道府県をまたいだ移動制限の緩和



---

2

## 2023年3月期 業績予想

---

## 全体の見通し

- 新型コロナウイルス、ロシア・ウクライナ情勢といった不確実性の影響が継続すると予測。
- 新たな経営体制のもと、営業面・生産面のファンダメンタルを強化し、中期経営計画実現に向けた事業活動を展開する。

## 収益

- ブランディングによる価値訴求を基盤に、新たなユーザー獲得と需要の深化を推進し、市場の状況に対応した収益構造を確立する。
- まいたけの売上収益は204.2億円(前期比9.0%増)、エリンギの売上収益は32.7億円(同3.5%増)、ぶなしめじの売上収益は63.5億円(同0.5%増)、その他の茸、その他事業の売上収益は、39.6億円(同4.2%増)。
- 売上収益は345.3億円(同6.5%増)、公正価値変動による利得は135.3億円(同7.5%減)、収益合計は480.7億円(同2.1%増)。

売上原価  
売上総利益

- 原油高、円安、ロシア・ウクライナ情勢の影響を織り込んでおり、関連する項目の上昇が予想され、材料費、人件費等は203.9億円(前期比9.5%増)、公正価値変動による利得は136.4億円(同9.6%減)。
- 売上原価は340.4億円(同0.9%増)、売上総利益は140.3億円(同5.1%増)。

販管費及び  
一般管理費  
営業利益

- 上記のコスト上昇要因の影響で、販売費及び一般管理費は90.6億円(前期比11.3%増)。
- 営業利益は48.9億円(同1.7%減)。

金融収支  
税引前利益  
当期利益

- 借入金の返済はスケジュール通りを予定しており、金融収支は△4.0億円。
- 税引前利益は44.9億円(前期比1.6%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益は29.5億円(同1.3%減)の見込み。



# 2023年3月期業績予想

(百万円)	22/3期 実績(A)	23/3期 予想(B)	増減額 (B-A)	増減率
収益合計	47,081	<b>48,076</b>	995	2.1%
内売上収益	32,444	<b>34,539</b>	2,095	6.5%
営業利益	4,975	<b>4,893</b>	△82	△1.7%
対収益合計比率	10.6%	<b>10.2%</b>	△0.4%	-
税引前利益	4,564	<b>4,490</b>	△74	△1.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,989	<b>2,951</b>	△38	△1.3%
基本的1株当たり当期利益 (円)	74.92	<b>74.03</b>	△0.89	△1.2%
コアEBITDA※1	7,565	<b>7,212</b>	△353	△4.7%
コアEBITDAマージン※1	23.3%	<b>20.9%</b>	△2.4%	-
<b>【参考数値】</b>				
調整後営業利益※2	4,975	-	-	-
調整後EBITDA※2	6,960	-	-	-
調整後当期利益※2	3,125	-	-	-

## <営業戦略>

基本戦略・・・極ブランドの価値訴求とアイテムミックスの最適化及び、喫食シーンの提供による需要創造

(訴求ポイント)

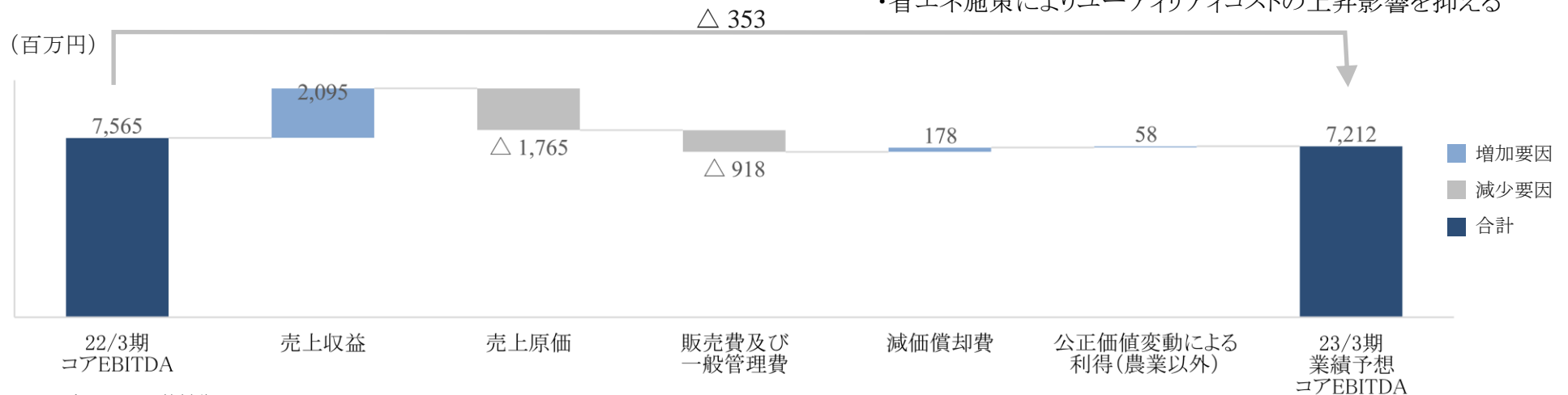
- ・大株、食感、味、簡便性、開発経緯、新商品など

(想定戦略)

- ・大株である強みを活かした、外的環境に応じたアイテムミックスの見直しによる収益構造の最適化
- ・「極」の優位性や特徴、料理用途の汎用性の高さの訴求による差別化
- ・アプリやタイアップによるメニュー提案と、外食、中食での喫食機会の増加による立体的なプロモーションによる需要創造
- ・エリアごとのプロモーションと商品投入の最適化によるトライアルの獲得と、ユーザーのランクアップの実現
- ・開発した新菌による新商品群の発売

## <コスト対策>

- ・調達経路の見直しや仕様の検討により材料費の削減を進める
- ・省エネ施策によりユーティリティコストの上昇影響を抑える



※1 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である

※2 調整後営業利益＝営業利益＋マネジメントフィー※11＋上場関連費用※12 調整後EBITDA＝調整後営業利益＋減価償却費及び償却費

調整後当期利益＝当期利益＋マネジメントフィー※11＋上場関連費用※12＋リファイナンス関連損益※13＋調整項目の税金調整額

※注1) 当社とBain Capital Private Equity, LP及び精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

※注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時的な費用

※注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時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



---

3

## 中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)

---

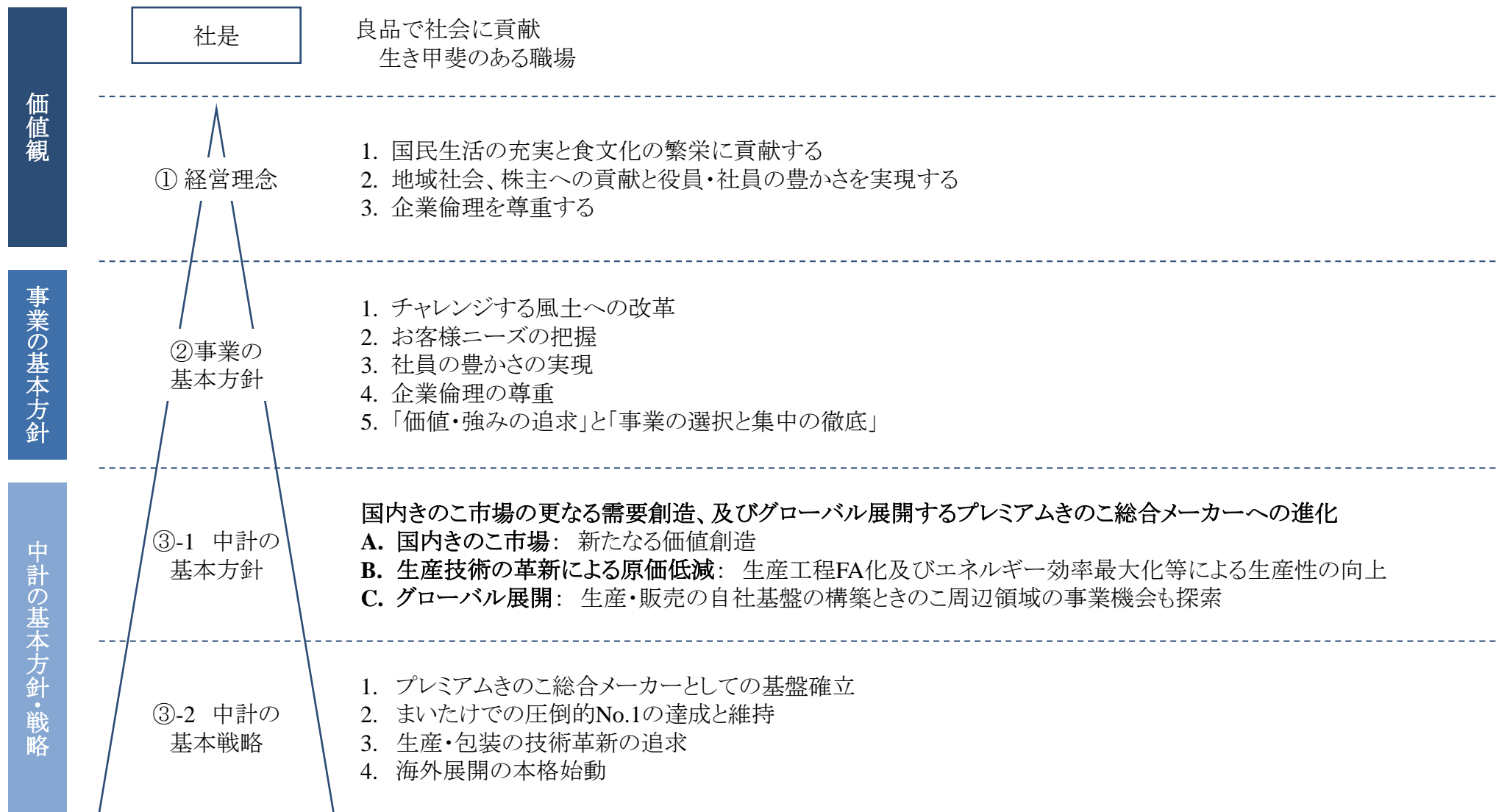




# 雪国まいたけの中長期ビジョン

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。

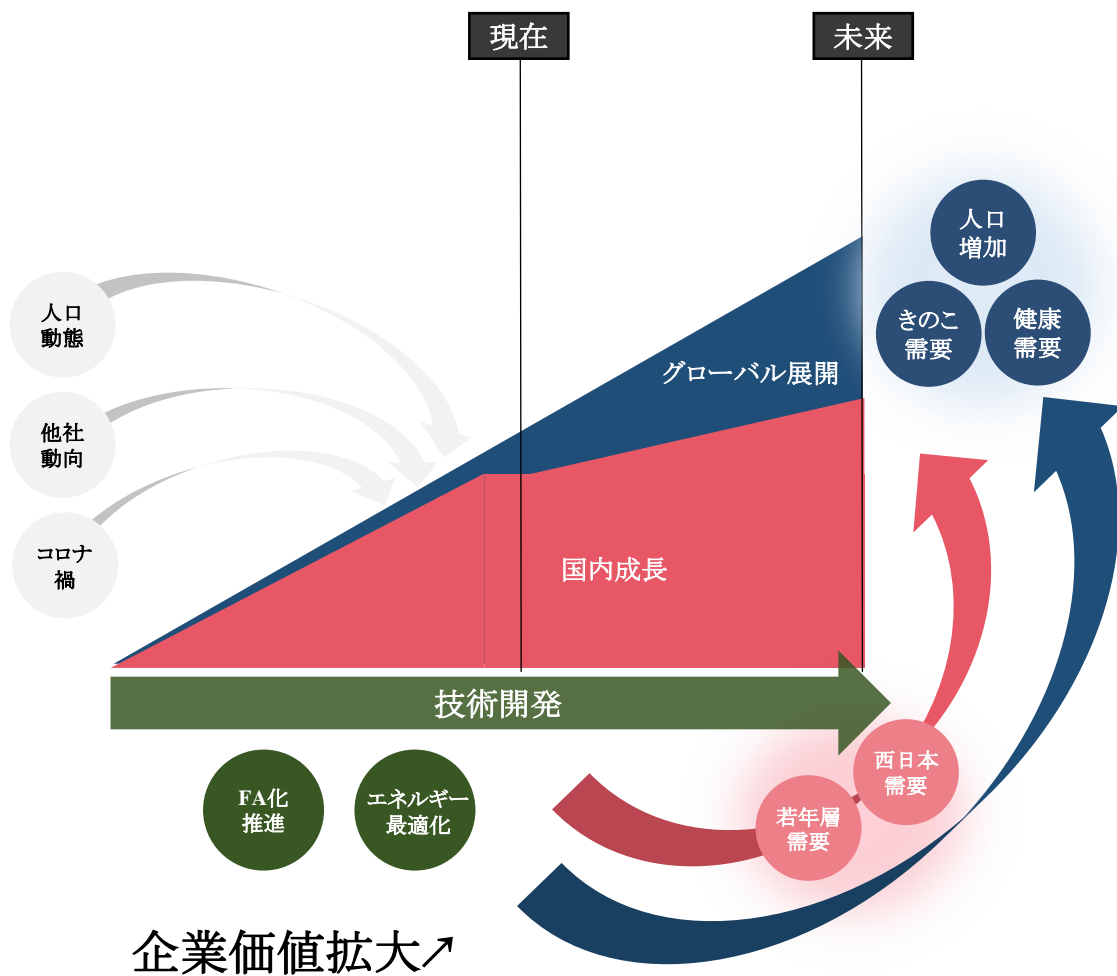




# 中長期的な企業価値拡大の方向性

生産技術の革新・原価低減により国内のEBITDAマージンを維持しつつ、盤石な国内事業基盤は緩やかながらも安定成長  
海外展開により事業基盤を拡大し、グループ全体の成長力を高め、企業価値を拡大しつつ、安定した配当性向による株主還元

## 中長期における企業価値拡大と株主還元のイメージ



十 安定した配当性向による株主還元

## 中期経営計画の基本方針

国内きこの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この総合メーカーへの進化

- A** 国内きこの市場:新たな価値創造
  - まいたけ消費における地域、年齢ギャップを解消し、積極的な情報発信により、国内消費の底上げを図る
  - 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、プレミアムきこの総合メーカーへ
- 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
- C** グローバル展開:生産・販売の自社基盤の構築ときこの周辺領域の事業機会も探索
  - 世界的な健康志向に答え、自然食材であるきこの消費を拡大し、生産・販売の自社基盤を海外に構築
  - きこの周辺領域(川上～川下)での事業機会を探索





# 中期経営計画の定量目標

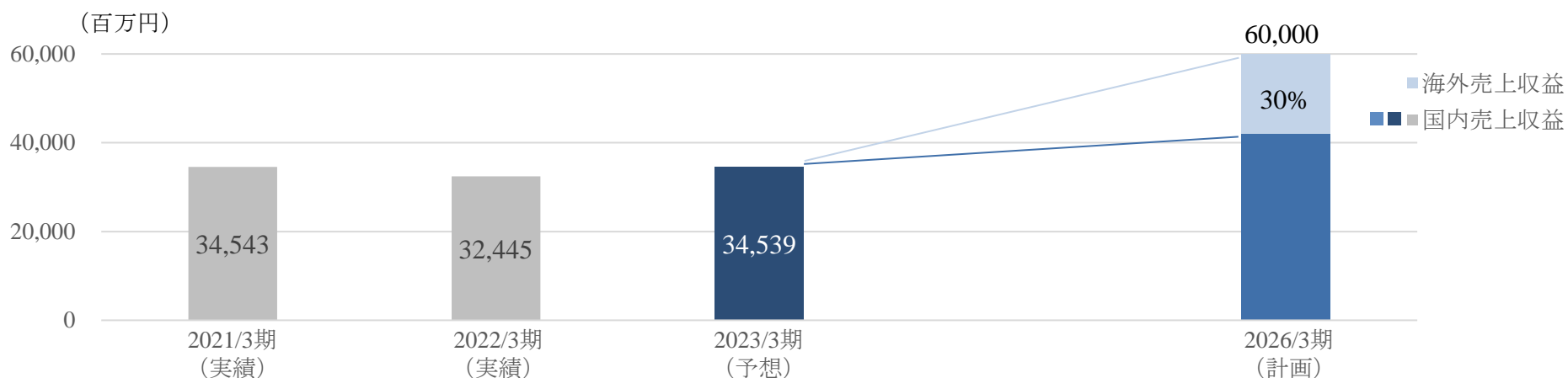
国内事業の新たな価値創造とグローバル展開の本格化により、当社グループ全体の安定成長を目指す

	2022/3期(実績)	2023/3期(予想)	2026/3期(計画)
1. 売上収益	324.4億円	345.3億円	600億円前後
2. 海外売上収益比率※1	—	—	30%前後
3. コアEBITDAマージン※2	23.3%	20.9%	20%前後
4. ROIC	11.2%	—	10%前後

※1 海外売上収益比率＝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

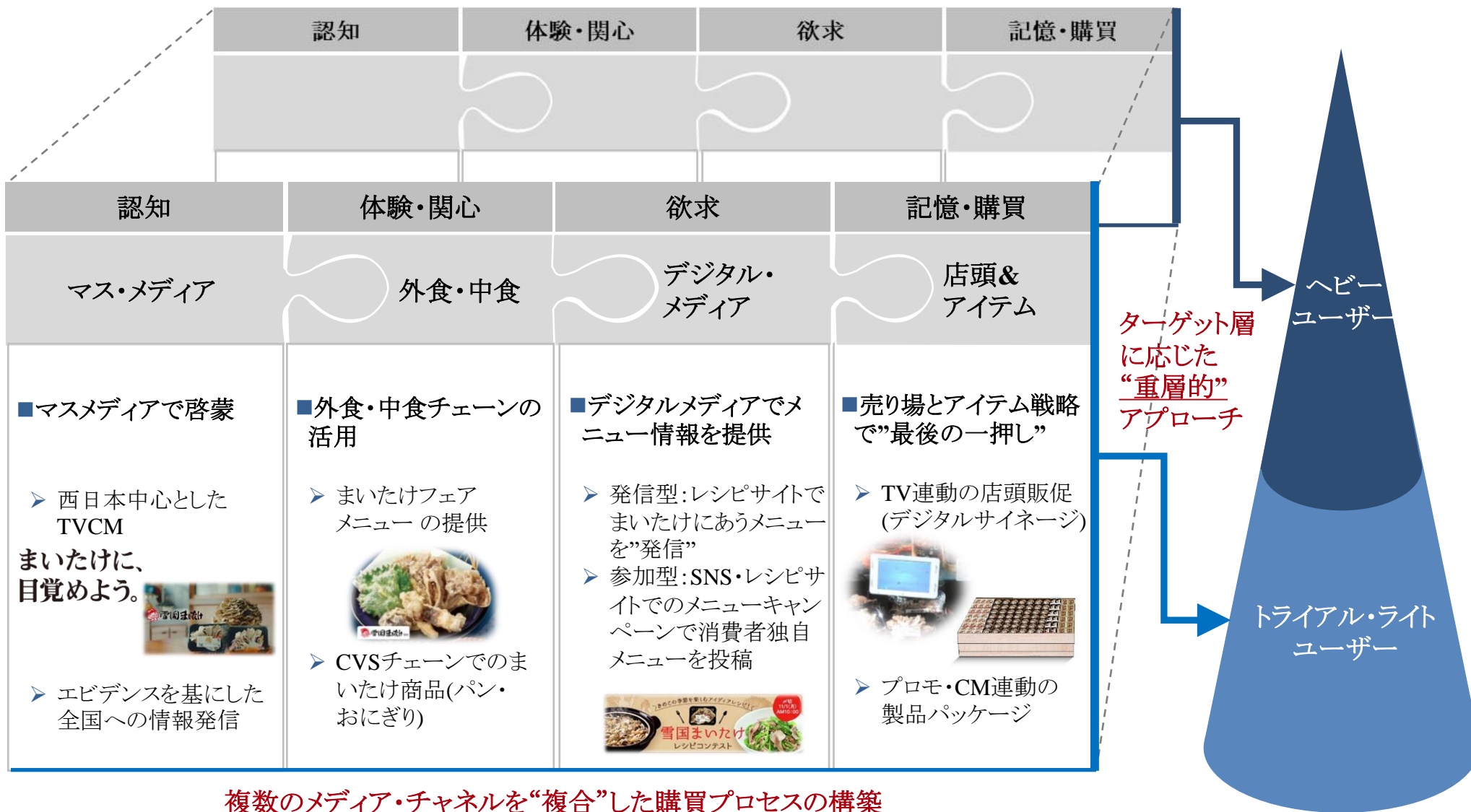


コアEBITDAマージン	29.7%	23.3%	20.9%	20%前後
--------------	-------	-------	-------	-------

# 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

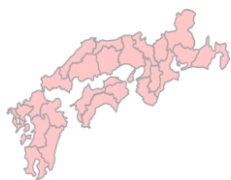
“多面的”な販売プロモーション戦略



# 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

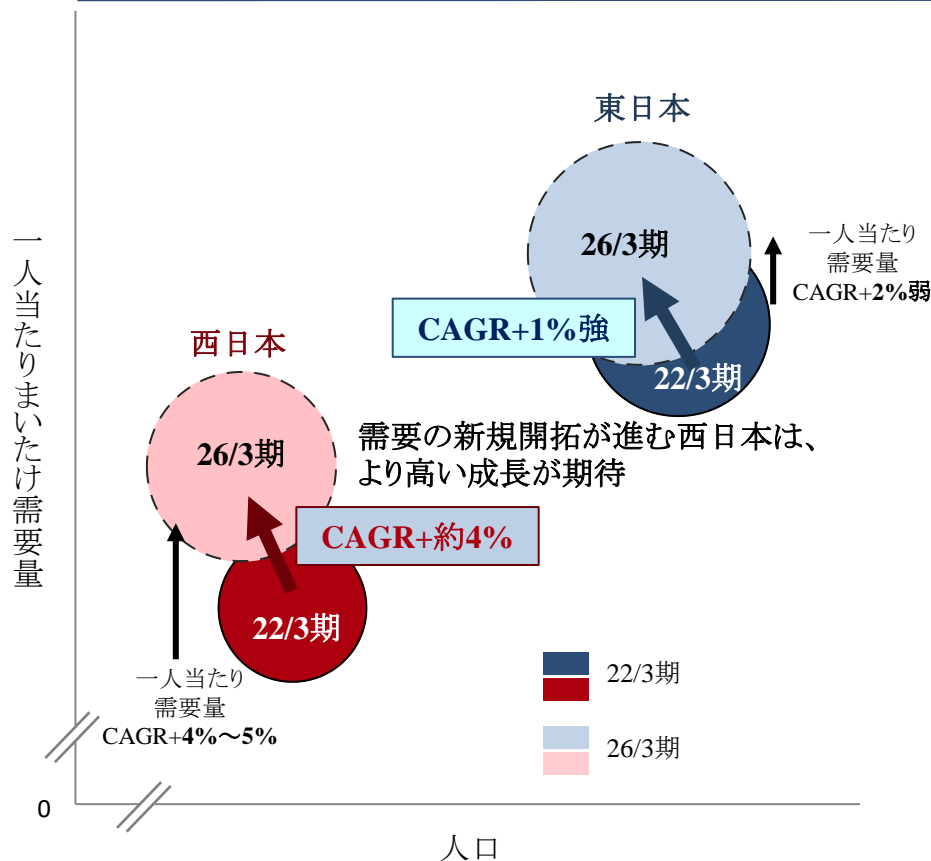
## 西日本



### ■ 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

## 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



# 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
  - メニュー提案により需要創造し、市場を拡大

## 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バッティングせず、相互補完関係
  - (サラダ等で)生で食べられ、季節性が小さいこと
- 対応・方針
  - プレミアムきのこの商品ラインナップの充実
  - 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
  - 優れた海外の生産技術の国内への導入

## 海外展開とのシナジー

- 事業環境
  - 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
  - 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

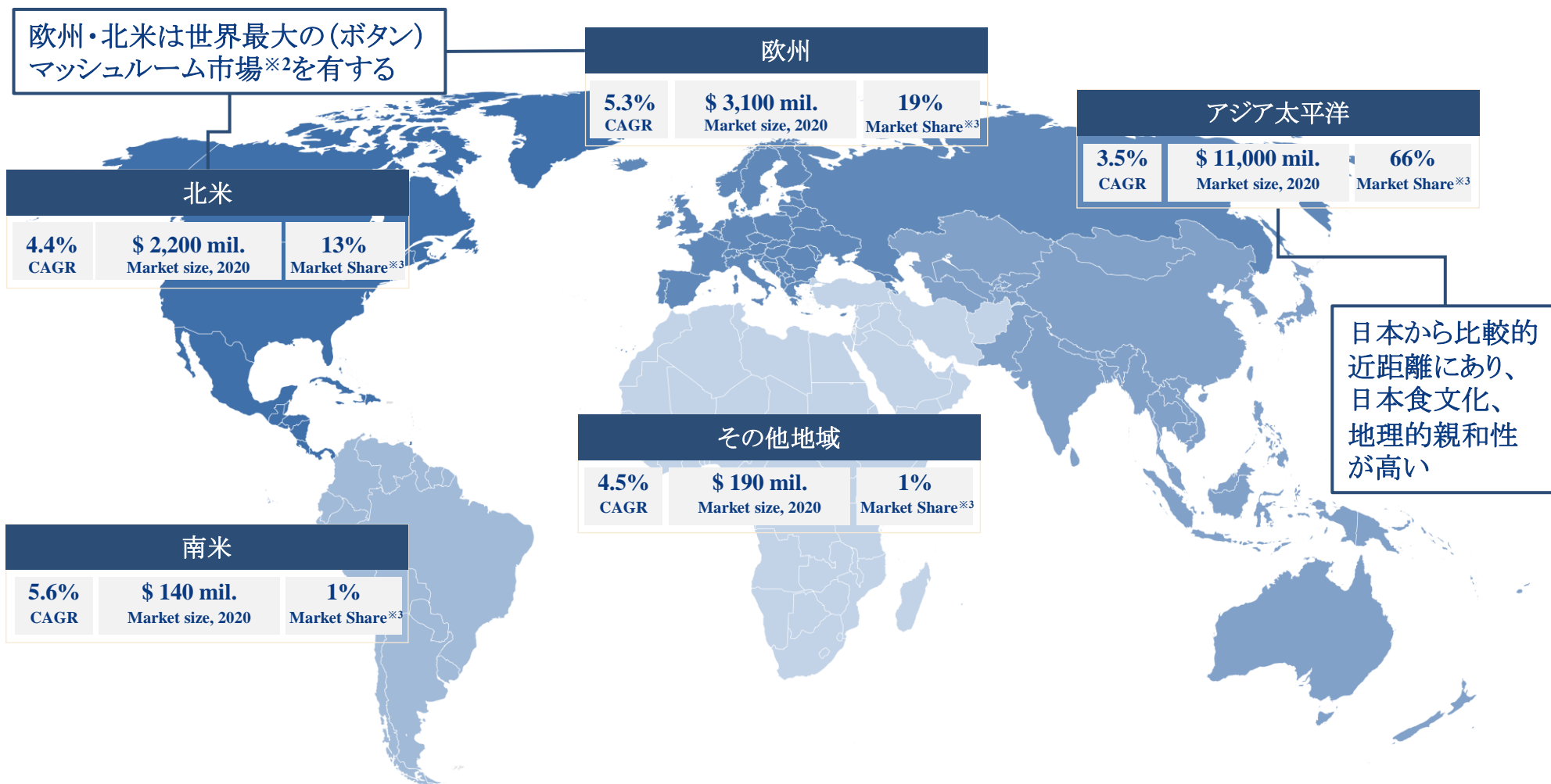
#### エネルギー効率 最大化



- 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
- CO<sub>2</sub>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CAGR<sup>※1</sup>で安定成長が見込まれる



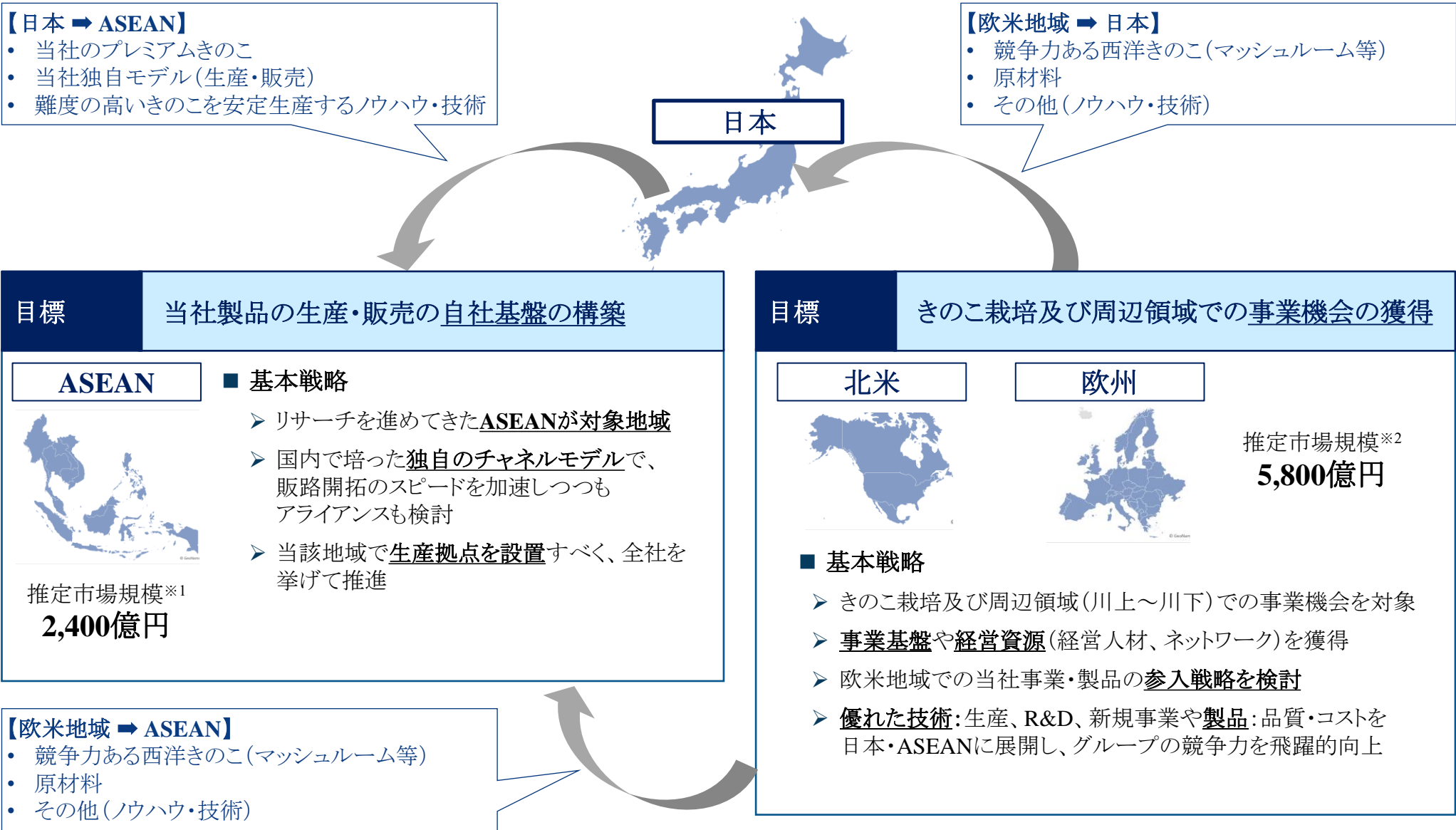
※1 本ページのCAGRは2020年から2025年までの年平均成長率

※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  
出所： 外部調査レポートのデータ及び当社分析

※3 “Market Share”は、グローバル市場における各地域の比率を指す

# 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



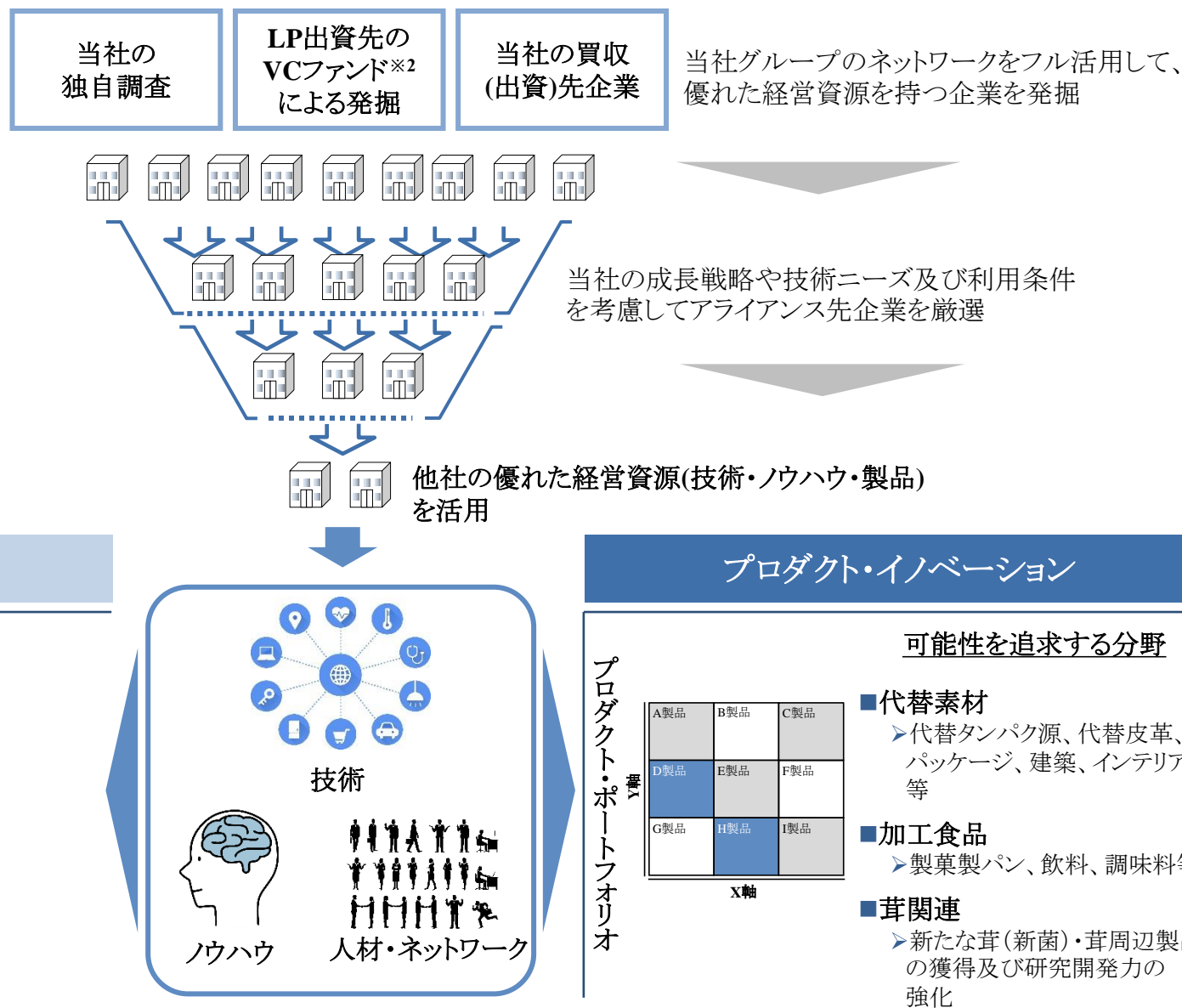
※1 外部調査レポートのデータ及び当社分析  
 ※2 1ドル=110円で換算





# 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、プロセスとプロダクト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



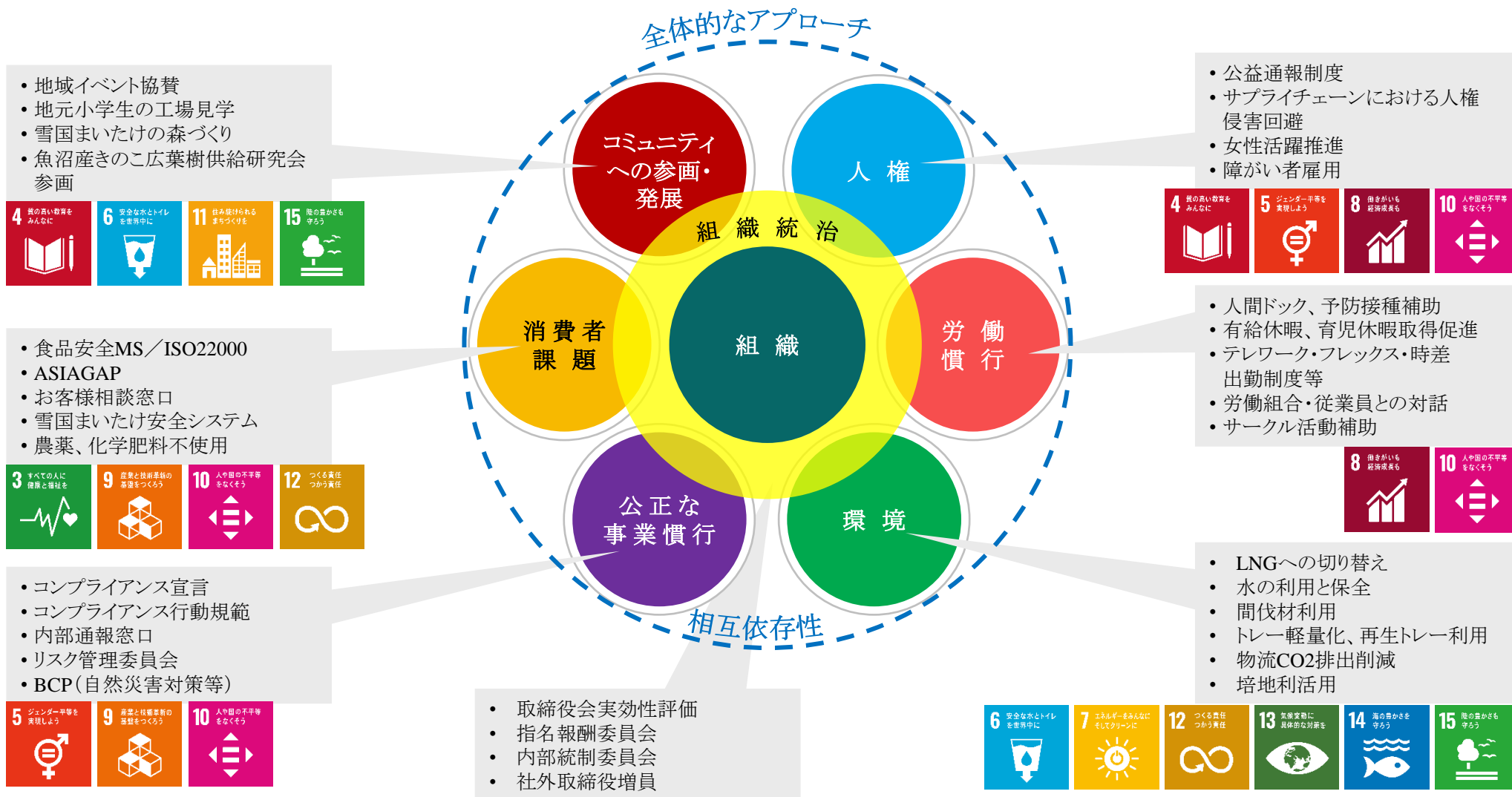
※1 オープンイノベーションの効果は新中期経営計画の計画値に含まれていない

※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)



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月末にTCFD提言に沿った開示、サステナビリティ方針、価値創造プロセスをロードマップに沿って公開  
マテリアリティの特定やTCFDシナリオ分析を進め、ESGの取り組み強化と情報開示拡充を図る

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



---

4

## 參考資料

---

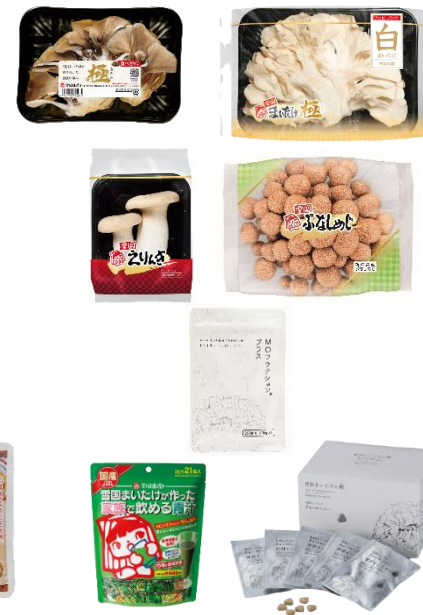


# 雪国まいたけグループの概要

## 株式会社雪国まいたけ



代表者	湯澤 尚史
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プライム市場
発行済株式数	39,910,700株
従業員数※1	社員:1,090名、臨時雇用者数:1,294名 (2022年9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



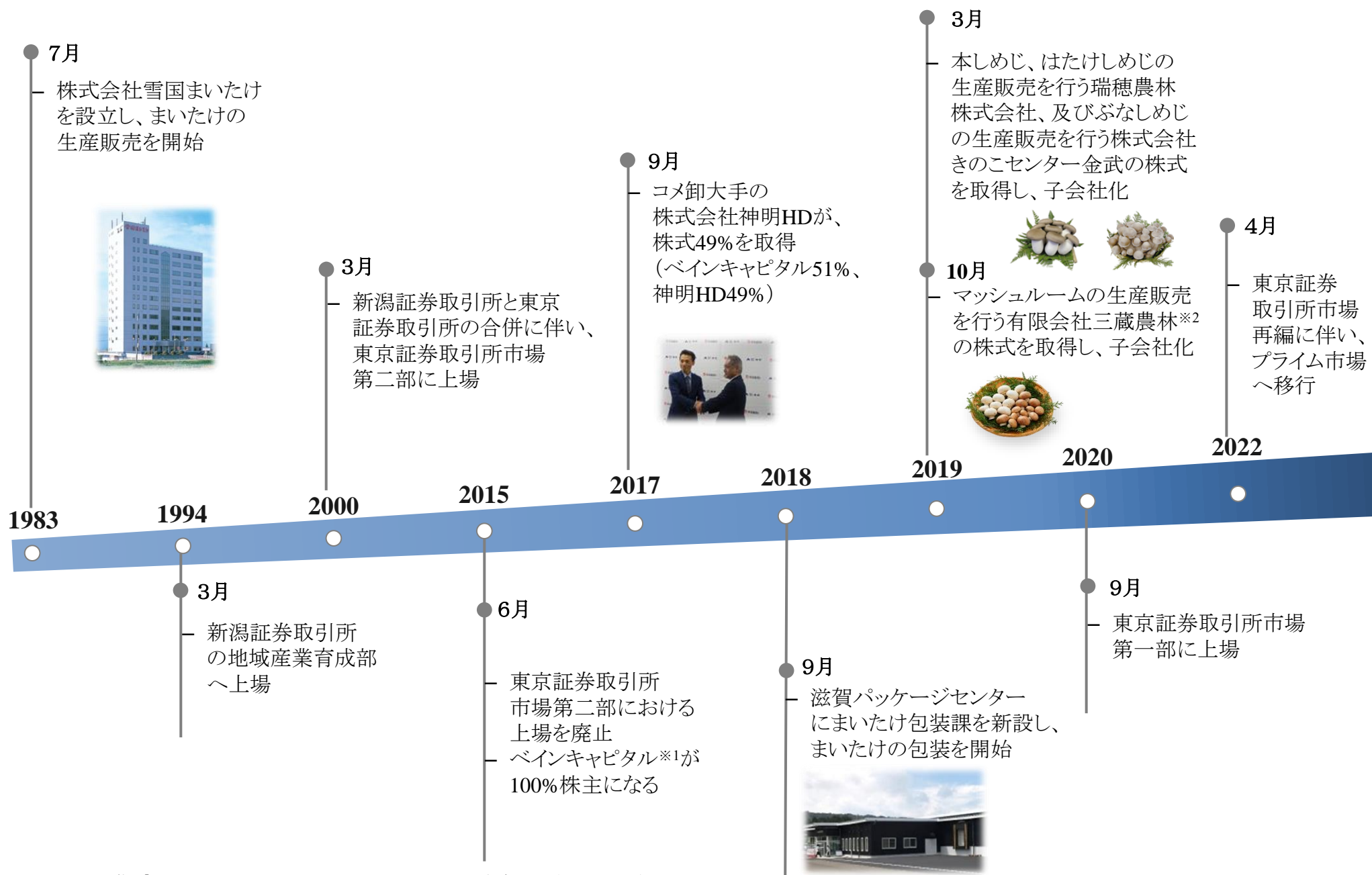
岡山県牛窓町でのマッシュルーム  
の生産・販売



※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



※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  
 ※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



# バリューチェーンにおける当社の強み(まいたけ)

生産プロセスの改善を重ね、プレミアムきのこの安定的な生産・供給体制を実現し、高い参入障壁と安定した収益基盤を確立  
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複合的かつ多面的に展開

## 研究開発

バリューチェーン全体を支える長年培った高い研究開発力

- 大規模・安定生産を支える独自の種菌・栽培技術
- 新商品開発を支える高い基礎研究力
- マーケティングを支えるアカデミック・エビデンスの蓄積

## 生産

プレミアムきのこの大規模・安定生産ノウハウ

- 袋栽培での大規模且つ安定した生産プロセス
- 独自の種菌で他社の模倣が困難(参入障壁として一定の効果)
- 生産性の更なる改善を継続中

天然ものに近い“大株”まいたけを生産可能

- 天然ものはレアなきのこ(見つければと”喜び踊る)
- 天然に近い“900g超サイズ”は、他社が安定・大規模生産できず
- 味と品質も天然ものに近い



## 商品

高品質なプレミアムきのこのラインナップ

- まいたけ「極」: うまみと食感が特長のトップブランド
- 白まいたけ「極白」: 当社のみ生産可能
- 他プレミアムきのこ(マッシュルーム、本しめじ)



需要変動に応じた“柔軟なサイズ調整”が可能

- 当社独自の大株であれば、小・中・大のサイズ調整が可能
- 直接顧客の小売の特徴・意向に応じたサイズ調整(顧客層:年齢層、世帯構成、地域など)
- 需要が増えた際(パブリシティや季節要因)にはスモールサイズを増やし、パック数を増加

## マーケティング

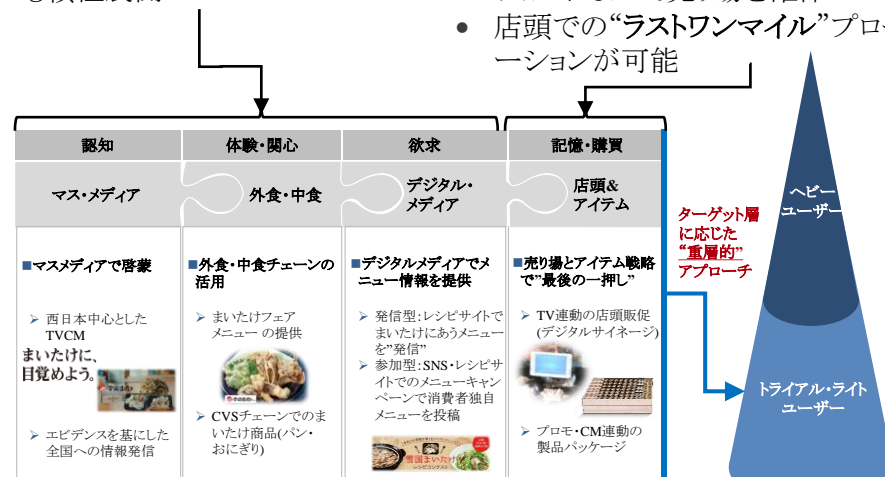
顧客層の違いに応じたきめ細かな立体的マーケティング

- 地域・顧客層の違いに応じ、メディア・メッセージを工夫
- 中食・外食ルートも活用し、喫食機会を提供
- ブランド力のある他大手メーカー(調味料等)とのコラボ・プロモーションも積極展開

## 流通・販売

小売チェーンへの“直販”ネットワーク

- 当社独自の広範&強固な販売網
- 年間販売量を事前確認し、販売の量・価格をより安定化(まいたけの売上の8割)
- 直接顧客の小売のニーズに合った商品サイズ及び効果的なプロモーションによって売り場を確保
- 店頭での“ラストワンマイル”プロモーションが可能

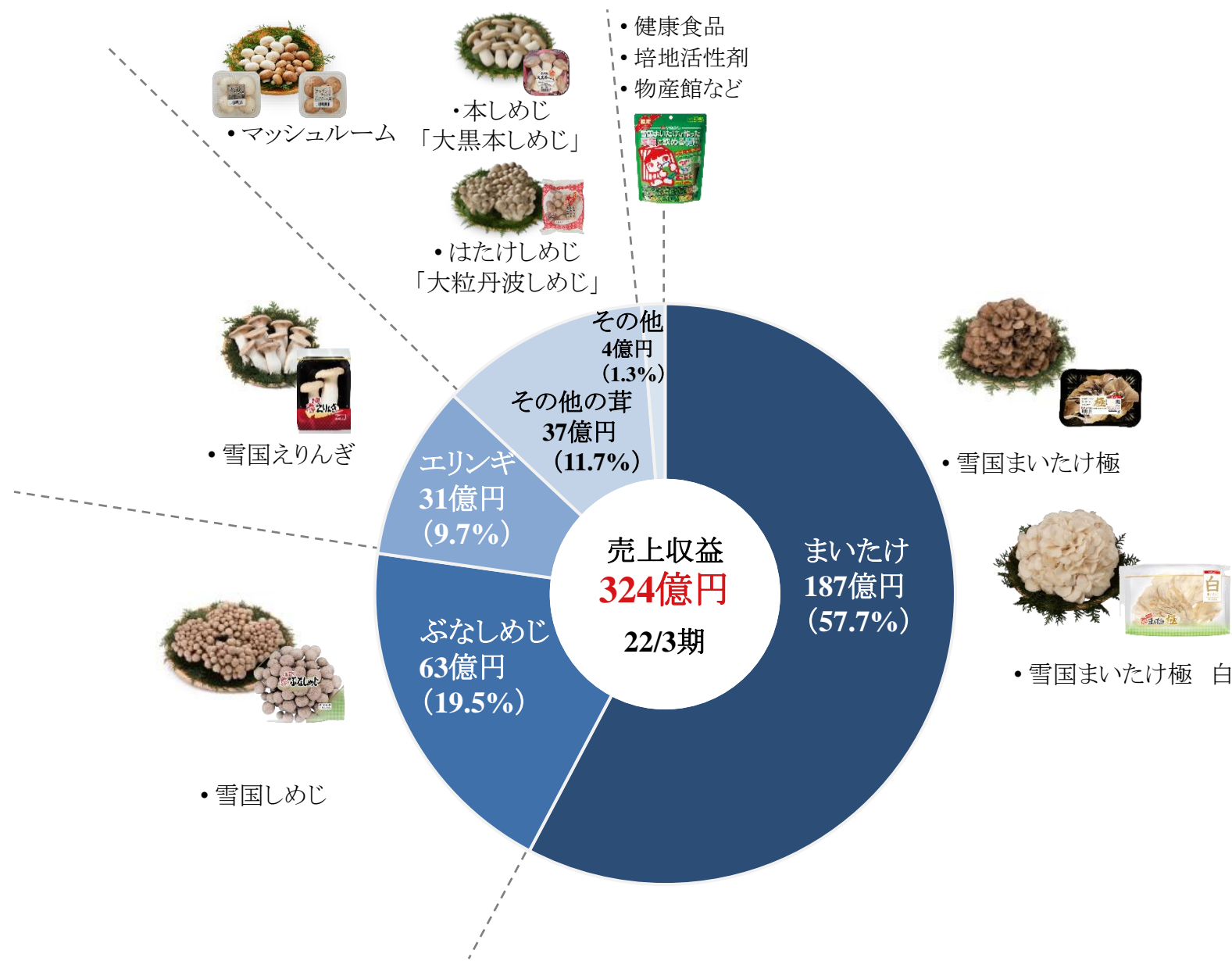


複数のメディア・チャネルを“複合”した購買プロセスの構築



# 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





# 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  
2022年8月より「雪国まいたけ極・白」の販売開始

雪国まいたけ極



雪国えりんぎ



雪国ぶなしめじ



三蔵農林<sup>※1</sup>  
マッシュルーム



本しめじ<sup>※1</sup>  
「大黒本しめじ」



はたけしめじ<sup>※1</sup>  
「大粒丹波しめじ」



加工食品<sup>※2</sup>



健康食品<sup>※3</sup>



※1 その他の茸に分類

※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

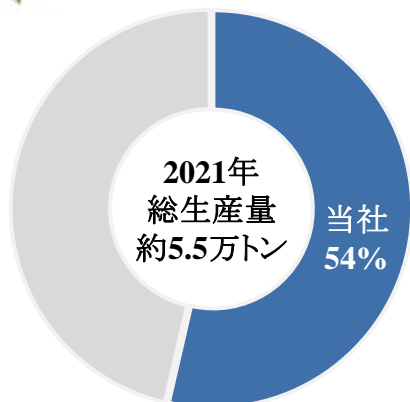
※3 健康食品等は、その他事業に分類



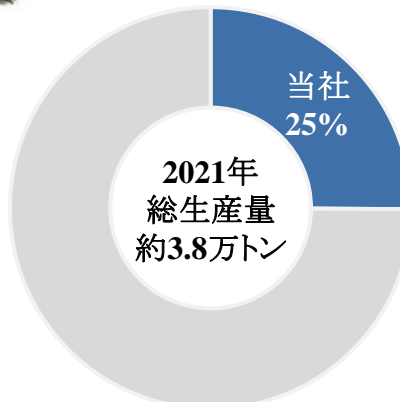
まいたけをはじめ、展開する各きのこのマーケットにおいて高いシェアを獲得



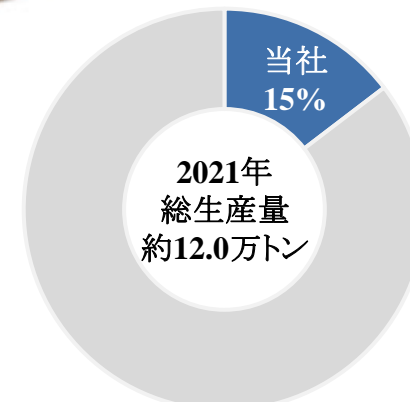
まいたけ



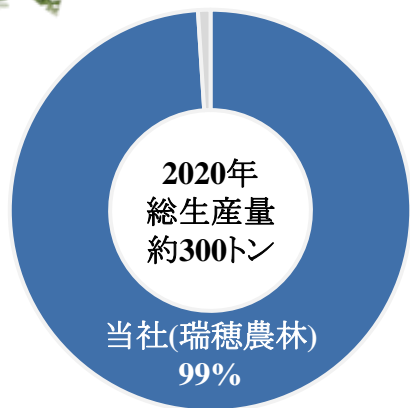
エリンギ



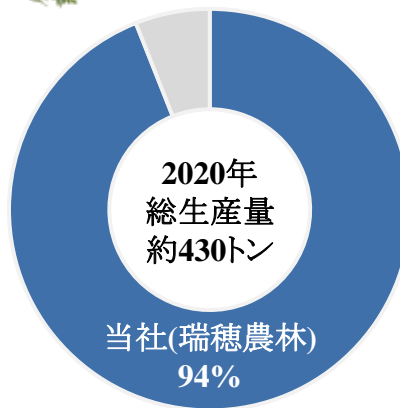
ぶなしめじ



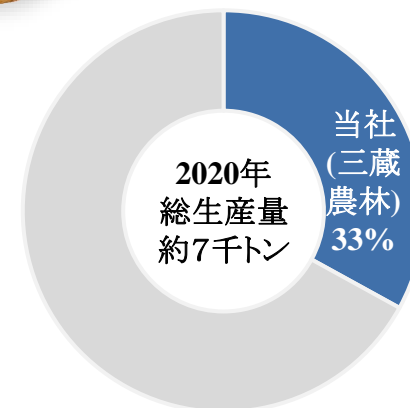
本しめじ



はたけしめじ



マツシユルーム

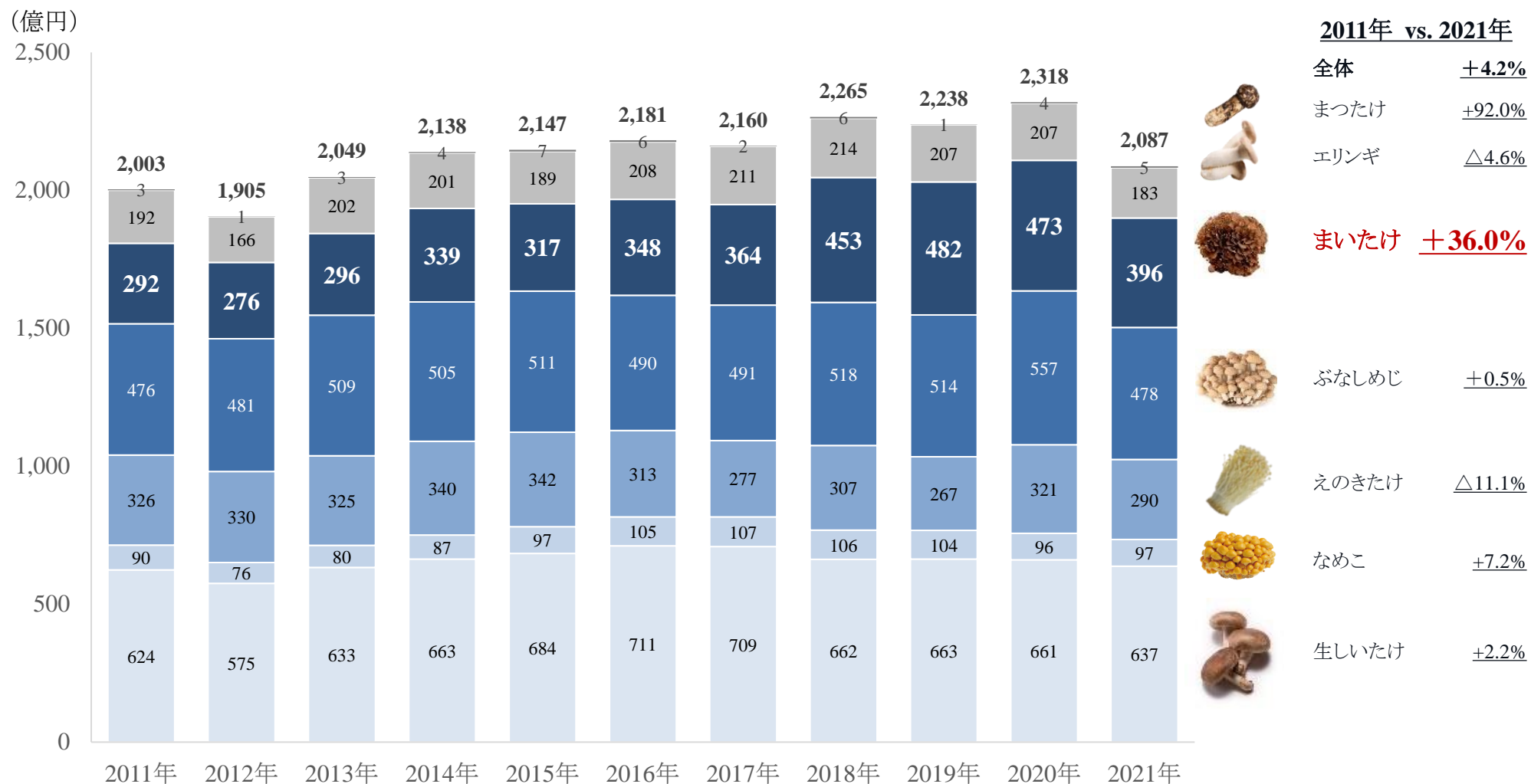


※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)  
出所: 林野庁特用林産物生産統計調査、農林水産省地域特産野菜生産状況調査



# きのこ市場の動向

各きのこの市場単価が下がり、きのこ類全体の市場規模は縮小  
**2021年は各きのこの市場単価が下がり、市場規模は前年比9.9%減少**



\* 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  
 \* 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  
 \* 「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

300g

※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

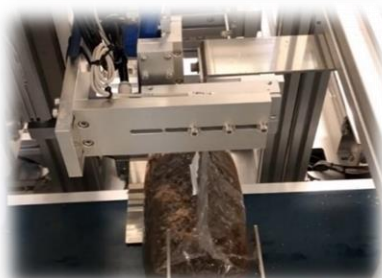
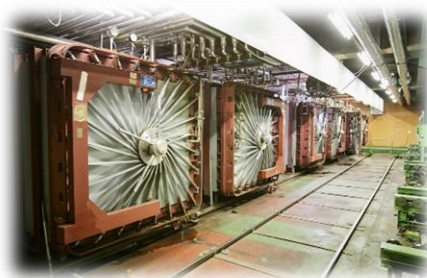
## 安定した生産能力・収穫・品質

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

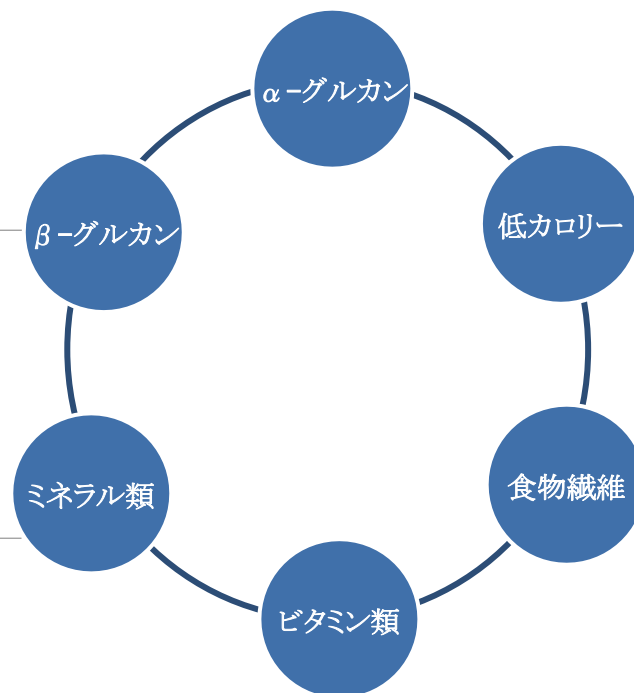
- ※1 ・ He et al. 2017 Int. J. Biol. Macromol. 101: 910-921.
- ・ Wesa et al. 2015 Cancer Immunol Immunother 64: 237-247.
- ・ Masuda et al. 2013 Int. J. Cancer 133: 108-120.

カラダに必要不可欠な栄養素

## 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。※2

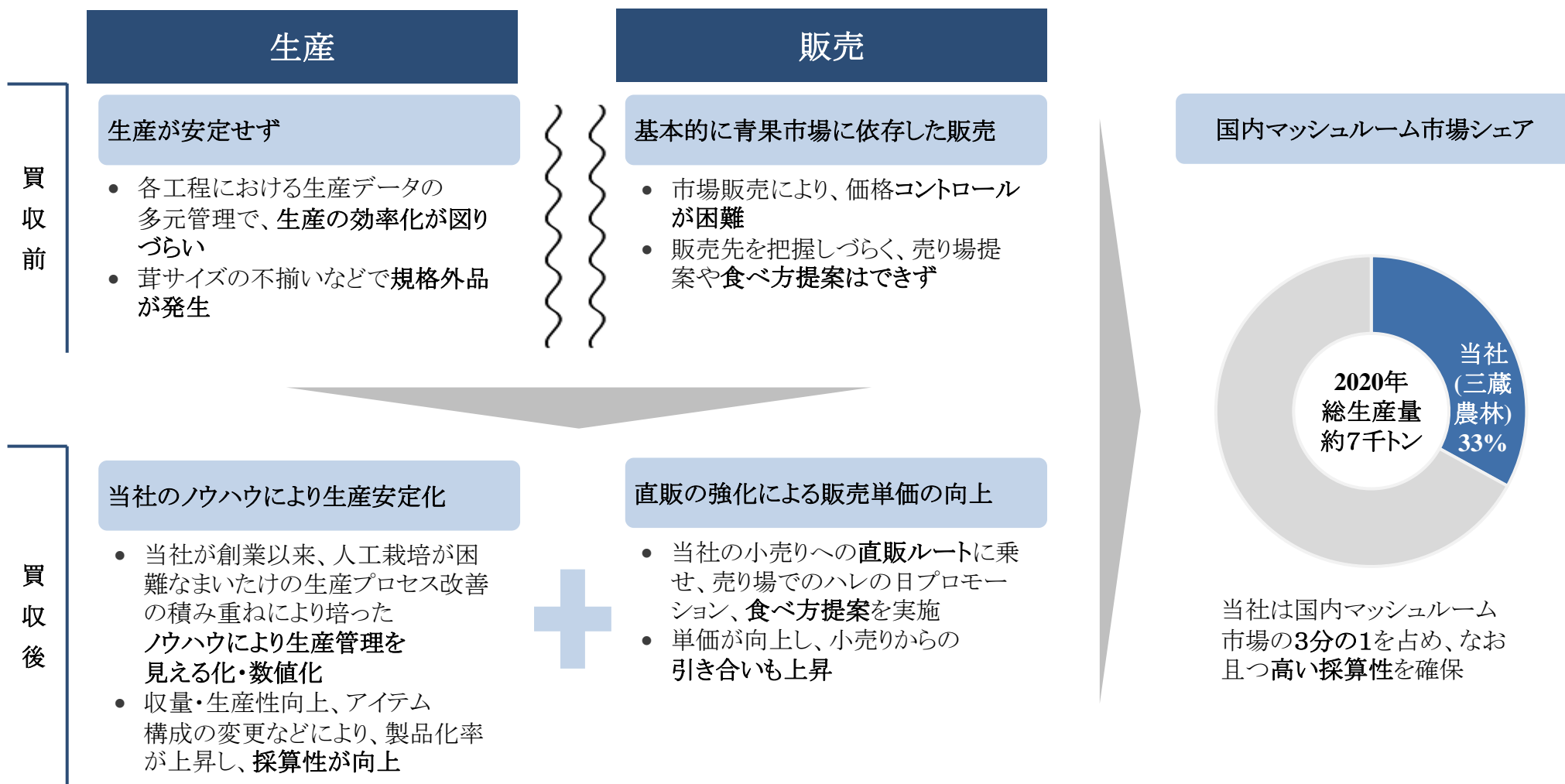
また、食物繊維は、脂質や糖等を吸着して、体外に排出する働きがあるといわれており、まいたけに含まれる食物繊維は、**便の量を増やし**、消化管の通過時間を短縮させる。

※2 『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



# M&Aの成功事例／三蔵農林

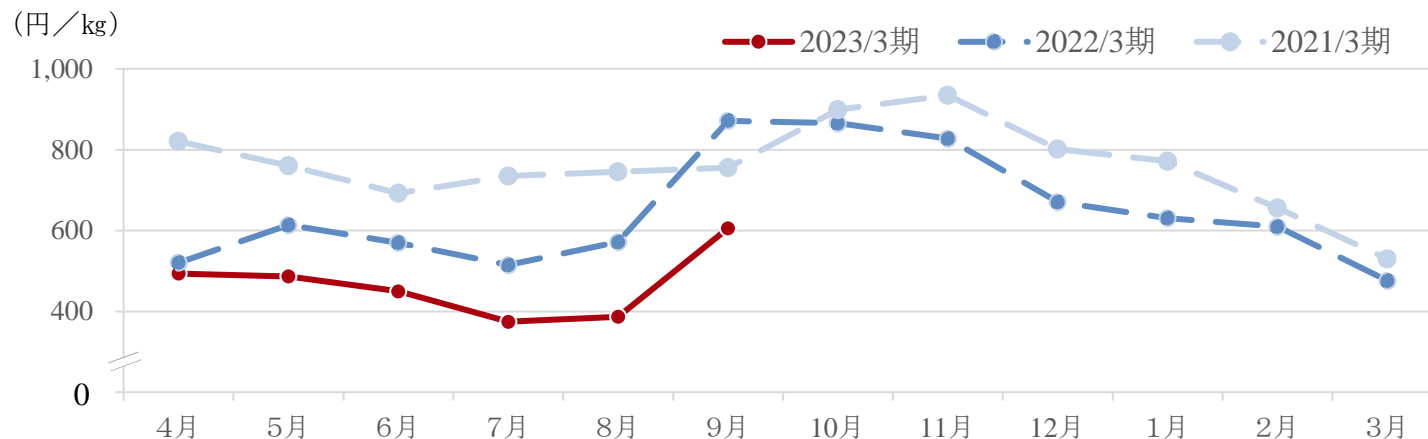
当社がマッシュルーム生産の三蔵農林を子会社化後、生産管理を徹底し、大規模・安定生産を実現  
買収後の子会社PMIを成功させた経験を今後の新たな子会社経営に活かしていく





# 外部環境 市場取引単価の推移

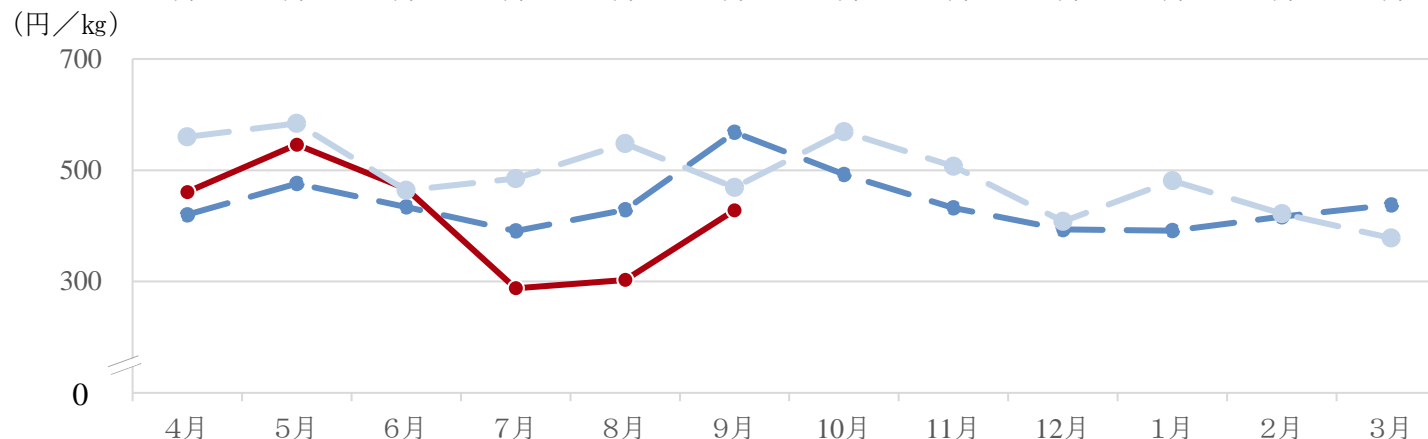
まいたけ



加重平均単価(円)

	2Q 累計	通年
2023/3期	473	-
2022/3期	611	647
2021/3期	752	762

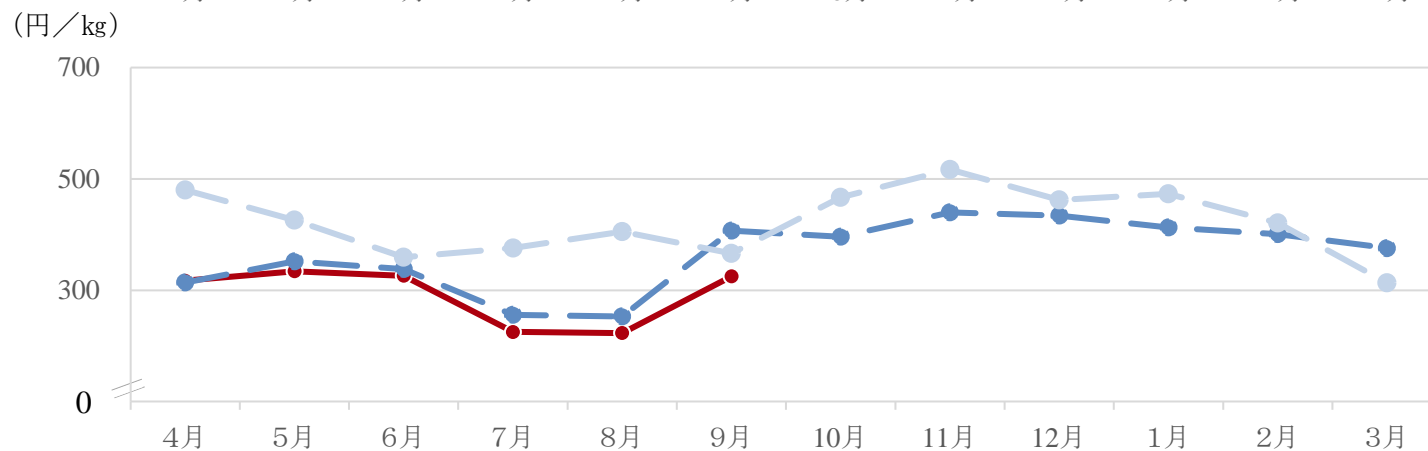
エリンギ



加重平均単価(円)

	2Q 累計	通年
2023/3期	405	-
2022/3期	455	439
2021/3期	515	486

ぶなしめじ



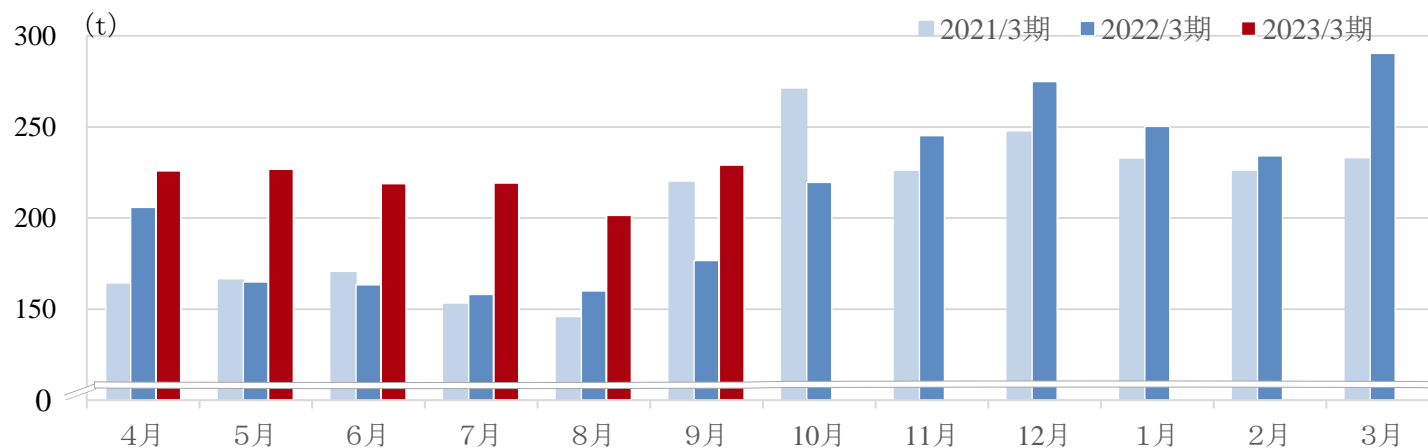
加重平均単価(円)

	2Q 累計	通年
2023/3期	292	-
2022/3期	321	370
2021/3期	399	422



# 外部環境 市場販売量の推移

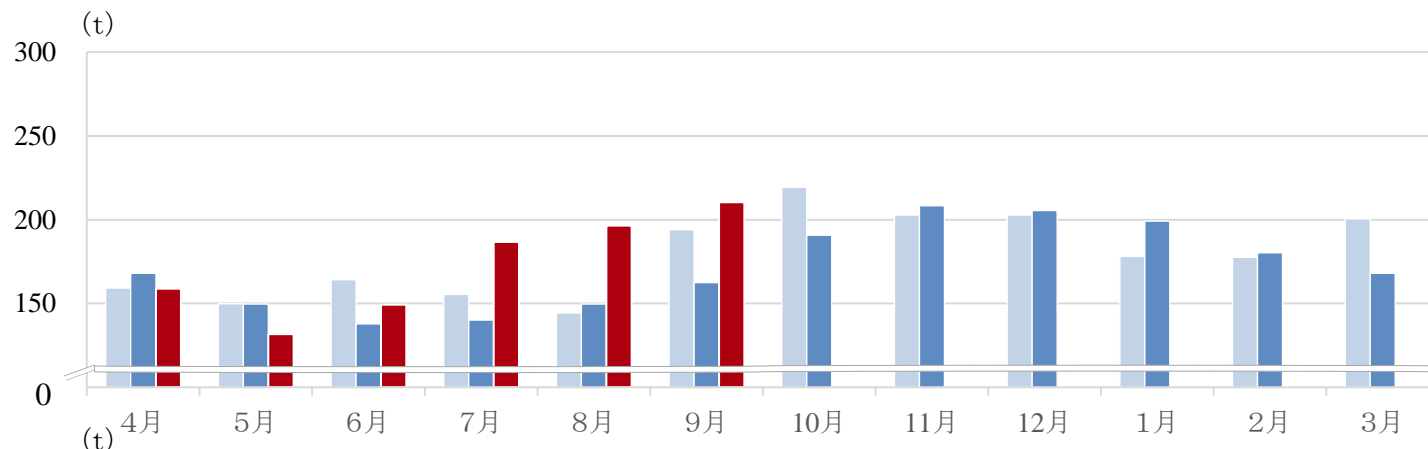
まいたけ



## 市場販売量(t)

	2Q 累計	通年
2023/3期	1,377	-
2022/3期	1,029	2,543
2021/3期	1,018	2,452

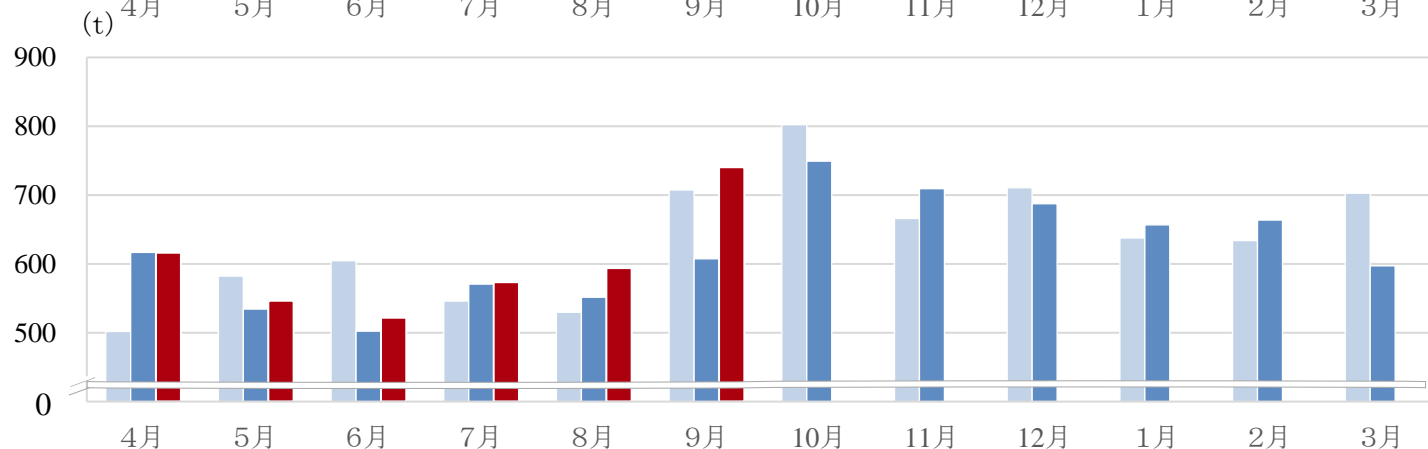
エリンギ



## 市場販売量(t)

	2Q 累計	通年
2023/3期	1,033	-
2022/3期	908	2,060
2021/3期	967	2,148

ぶなしめじ



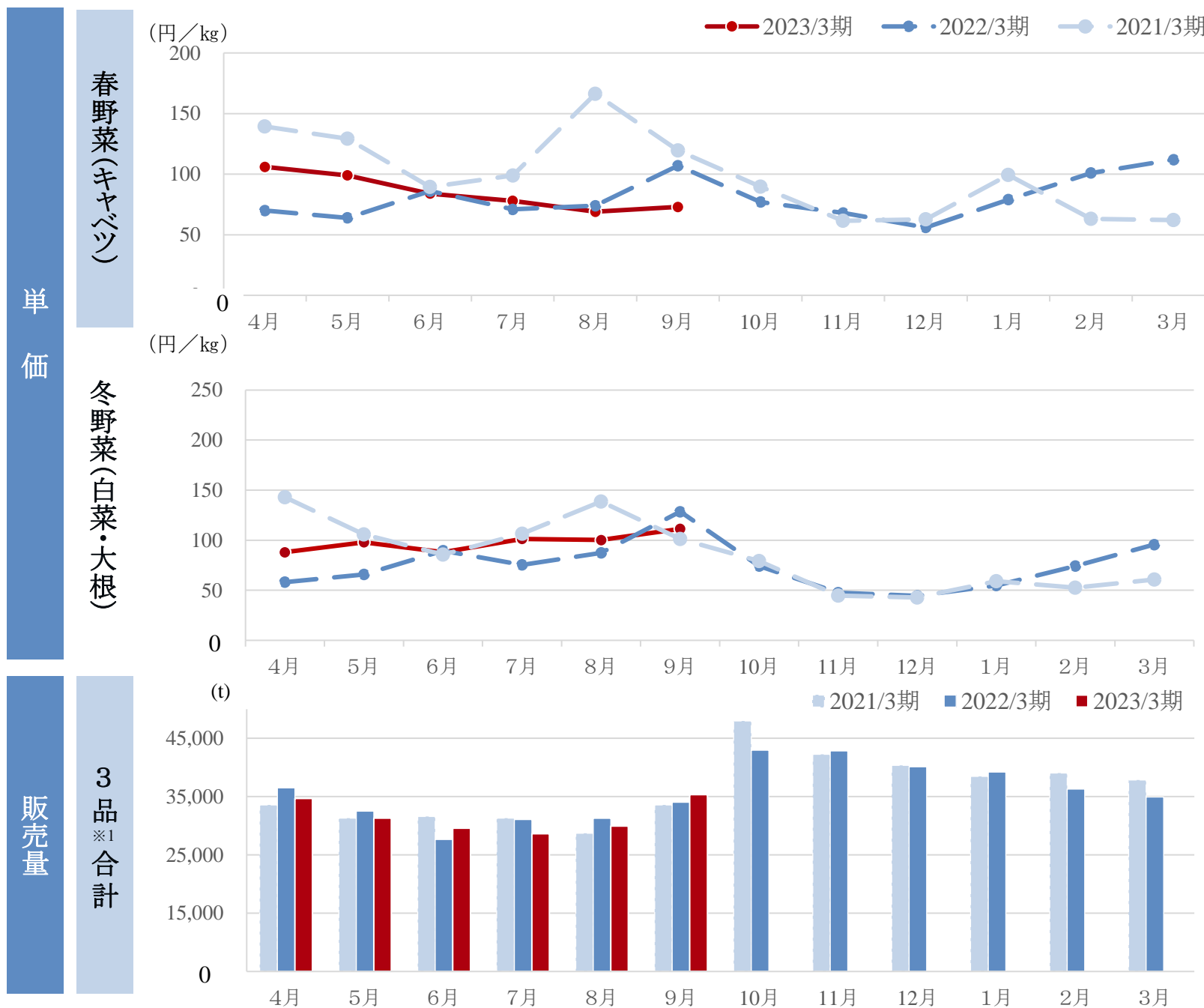
## 市場販売量(t)

	2Q 累計	通年
2023/3期	3,592	-
2022/3期	3,384	7,448
2021/3期	3,472	7,626





# 外部環境 季節野菜の市場取引推移



加重平均単価(円)

	2Q 累計値	通年
2023/3期	85	-
2022/3期	78	80
2021/3期	123	99

加重平均単価(円)

	2Q 累計値	通年
2023/3期	98	-
2022/3期	85	71
2021/3期	113	78

市場販売量(t)

	2Q 累計値	通年
2023/3期	189,487	-
2022/3期	193,008	429,335
2021/3期	190,045	435,969

※1 キャベツ、白菜、大根を指す  
出所：東京都中央卸売市場 市場統計情報を基に当社作成



## 今後に向けた当社の財務方針

潤沢なキャッシュフローを背景に、成長投資の強化、財務体質の安定強化、株主還元策をバランス良く実施

### 成長投資の強化

- 生産供給能力の継続的な強化
- 中長期的な海外進出や工場建設の検討
- M&Aも活用した事業ポートフォリオの更なる強化も随時検討



### 財務方針

### 財務体質の安定強化

- 有利子負債削減を通じたバランスシートの強化継続
- ネットD/Eレシオ、ネットD/EBITDA倍率等財務指標の改善

### 株主還元策の実施

- 毎期のフリー・キャッシュフローに応じた弾力的な利益還元策を行う方針
- 連結配当性向:30%程度を目標に安定的な配当を継続
- 株主優待制度を実施(年1回)



# 株主還元・株主優待

連結配当性向 **30%以上**となる配当を継続

株主優待は年1回、保有株式数に応じ自社製品セットを贈呈(2023年3月期から下記の通り優待内容を拡充)

## 配当

	年間配当(予想)	30円00銭
1株当たり配当金	中間配当	14円00銭
	期末配当(予想)	16円00銭

## 配当性向

40.0%(2022年3月期決算に係る配当実績)

## 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

保有株式数に応じ、以下の自社製品セット※1を贈呈いたします。

		
3,000円相当	5,000円相当	7,000円相当
100株以上300株未満	300株以上1,000株未満	1,000株以上

### 贈呈時期及び方法

毎年5月末～7月末頃に、直前の3月末日現在の対象の株主さまに発送

※1 写真の製品は現時点での素案であり、各段階金額相当の優待品構成は今後弊社ホームページ等で掲載いたします。





## 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