



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

FY2023.8 1Q 決算説明資料

東証グロース 証券コード：3541

2023年1月13日

- 1 FY2023.8 1Q業績報告
- 2 FY2023.8 1Q主要指標の推移
- 3 FY2023.8 重点施策と通期業績予想
- 4 Appendix

FY2023.8 1Q業績報告

FY2023.8 1Qハイライト

四半期別営業利益は上場来過去最高を更新

業績ハイライト・主要経営指標

流通総額(GMV)^{※1}

3,427百万円

(前年同期比 100.0%)

売上高

1,420百万円

(前年同期比 108.4%)

営業利益

52百万円

(前年同期 ▲21百万円)

農家の直売所事業

流通総額

3,026百万円

(前年同期比 94.3%)

流通点数^{※2}

16,025千点

(前年同期比 96.4%)

産直卸事業

流通総額

400百万円

(前年同期比 184.0%)

参考指標

導入店舗数

1,949店舗

(前期末 + 15店舗)

登録生産者数

10,321名

(前期末 + 63名)

集荷拠点数

92拠点

(前期末比変動なし)

※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

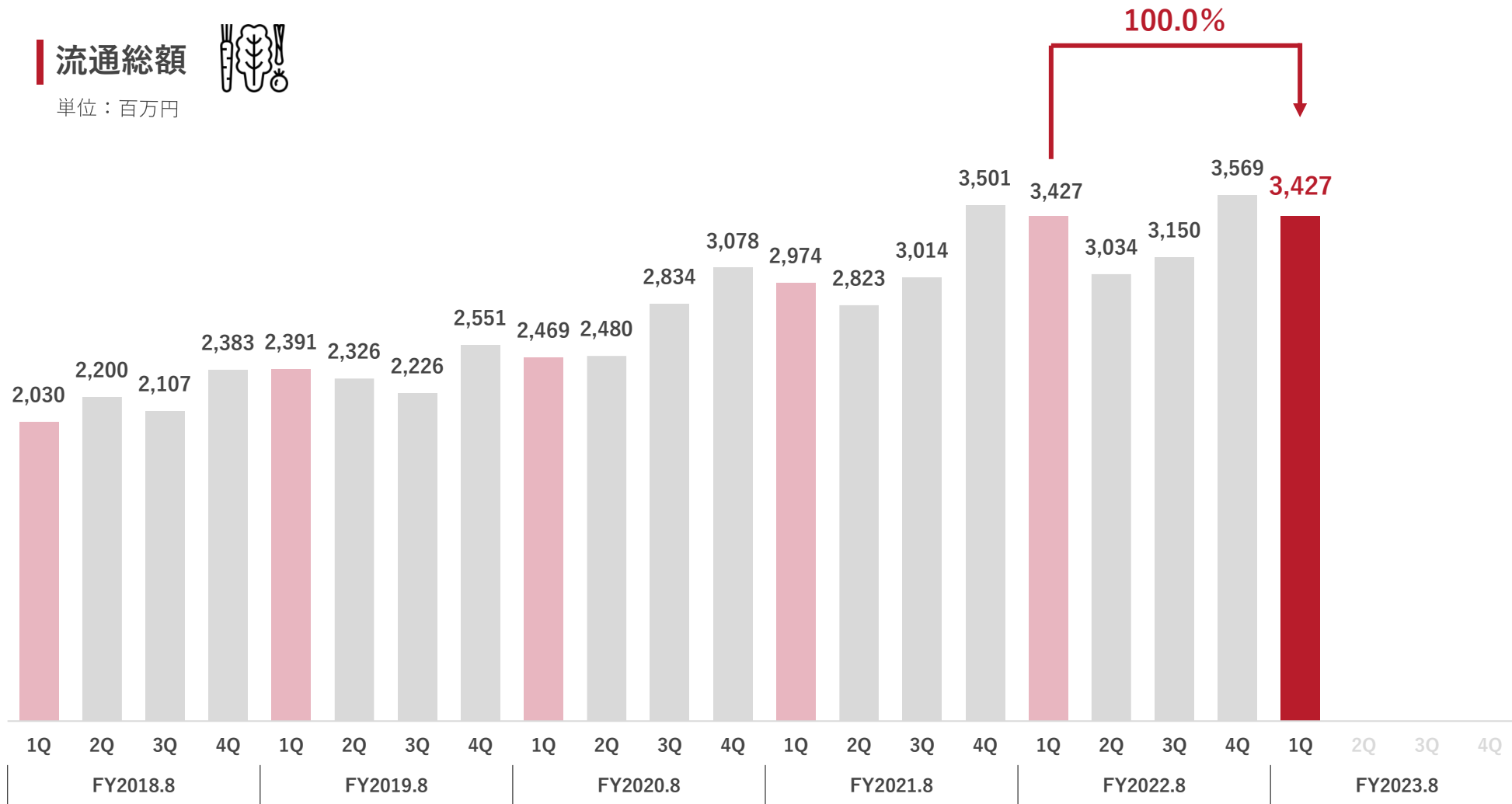
※2 流通点数: 「農家の直売所」プラットフォームを經由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数

昨年同等の水準をキープしつつ、利益率向上施策を優先

流通総額



単位：百万円



出荷手数料改定※等により売上総利益が改善 FY2023.8は1Qから黒字化を達成

単位：百万円	FY2023.8実績		FY2022.8実績		増減額	前年同期比
	1Q	対流通総額比	1Q	対流通総額比		
流通総額	3,427	-	3,427	-	0	100.0%
売上高	1,420	41.4%	1,311	38.3%	109	108.4%
売上総利益	772	22.5%	733	21.4%	39	105.4%
販売管理費	719	21.0%	754	22.0%	△34	95.4%
営業利益	52	1.5%	△21	△0.6%	73	-
経常利益	53	1.6%	△12	△0.4%	66	-
当期純利益	38	1.1%	△14	△0.4%	53	-
EBITDA	67	2.0%	△5	△0.2%	72	-

※ 詳細はP8をご参照ください

買取委託の精査・抑制により販売手数料が減少
粗利改善に加え販管費抑制により、限界利益・営業利益ともに伸長

単位：百万円		FY2023.8 1Q	対流通 総額比	FY2022.8 1Q	対流通 総額比	増減額
流通総額		3,427	-	3,427	-	0
売上総利益	a	772	22.5%	733	21.4%	39
主要変動費						
物流費		216	6.3%	220	6.4%	△4
テナナ費		34	1.0%	33	1.0%	0
運営委託費		57	1.7%	59	1.7%	△1
販売手数料		76	2.2%	98	2.9%	△21
計	b	385	11.2%	411	12.0%	△26
限界利益	c=a-b	387	11.3%	321	9.4%	66
事業経費	d	334	9.8%	342	10.0%	△7
営業利益	e=c-d	52	1.5%	△21	△0.6%	73



(参考資料) FY2023.8 1Qの主要な活動と業績インパクト

前年同期比での増減
単位：百万円

	主要な活動	対 流通総額	対 限界利益
農家の直売所事業	生産者委託の拡大	+69	+7
	出荷手数料の改定	-	+42※
	買取委託の精査・抑制	△118	△14
	利益率の低い帳合取引の精査・見直し	△125	△0
産直卸事業	産直卸事業の拡大	+183	+27

※ 関東での出荷手数料改定による影響のみを抜粋

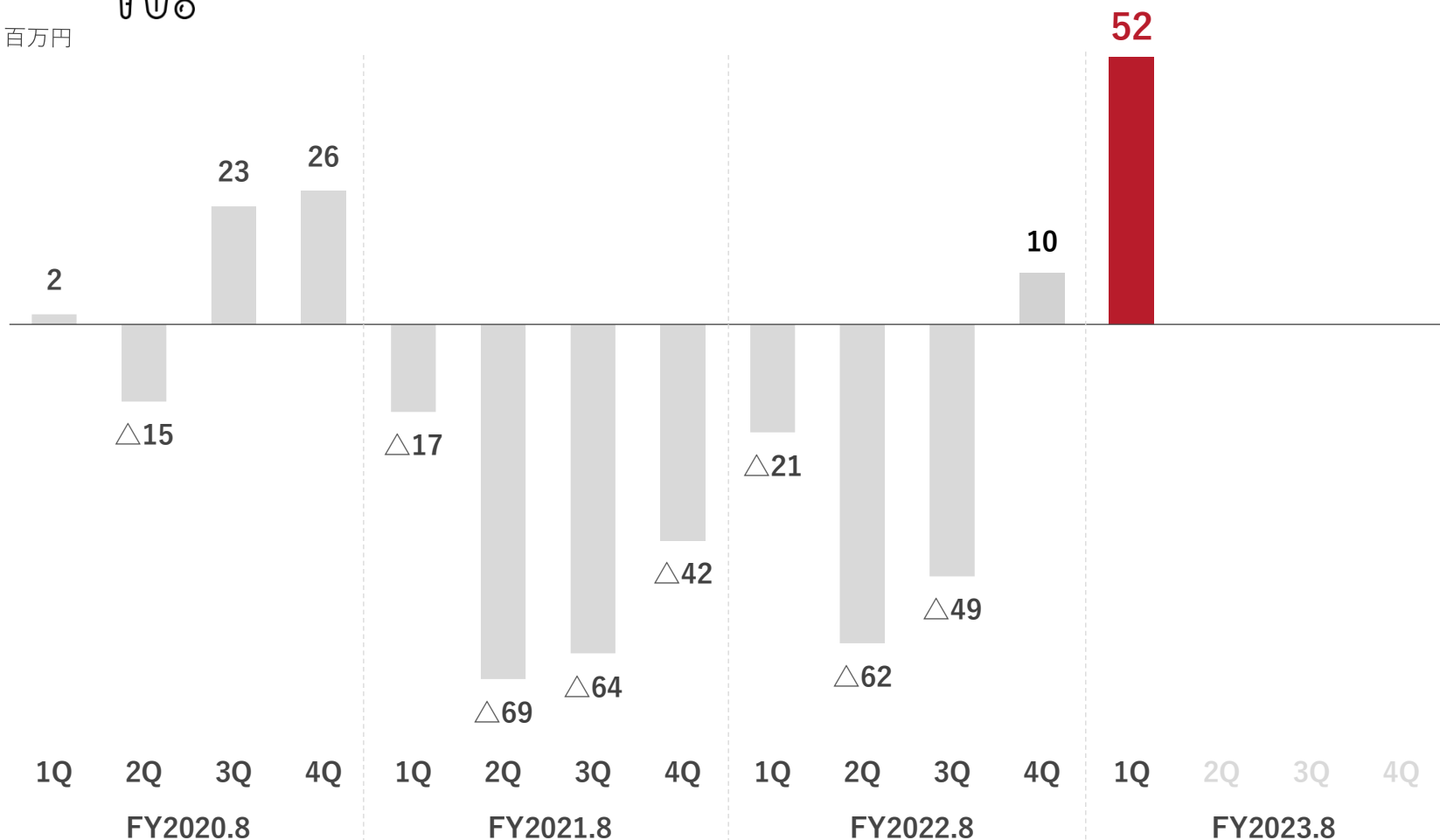
関東の集荷拠点にて物流コストをカバーできる出荷手数料率へ変更

	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

四半期別営業利益は上場来過去最高を更新

営業利益 

単位：百万円



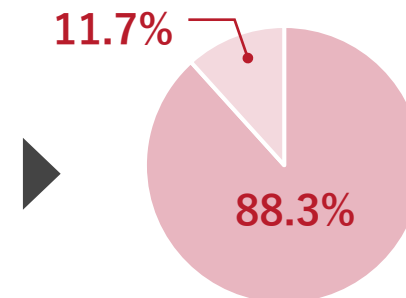
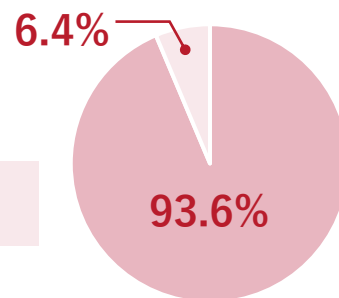
FY2023.8 1Qセグメント別業績（サマリー）

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	3,427	-	3,026	-	400	-
売上高	1,420	41.4%	1,019	33.7%	400	100.0%
売上総利益	772	22.5%	713	23.6%	59	14.8%
販売管理費	569	16.6%	505	16.7%	64	16.1%
セグメント利益	203	5.9%	208	6.9%	△5	△1.3%
全社費用	150	4.4%	-	-	-	-
営業利益	52	1.5%	-	-	-	-

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

利益率向上を優先し、セグメント利益拡大

流通総額	3,026百万円	前年同期比 94.3%
売上総利益	713百万円	前年同期比 101.6%
セグメント利益	208百万円	前年同期比 158.7%

産直卸
事業

ストックビジネス化を進め、流通総額拡大

流通総額	400百万円	前年同期比 184.0%
売上総利益	59百万円	前年同期比 188.5%
セグメント利益	△5百万円	前年同期比 +4百万円

農家の直売所事業

単位：百万円	FY2023.8実績		FY2022.8実績		増減額	前年同期比
	1Q	対流通総額比※	1Q	対流通総額比※		
流通総額	3,026	-	3,209	-	△182	94.3%
委託販売	2,348	-	2,278	-	69	103.1%
買取委託	445	-	564	-	△118	79.0%
その他	233	-	367	-	△133	63.6%
売上高	1,019	33.7%	1,093	34.1%	△73	93.3%
委託販売	509	21.7%	472	20.8%	36	107.8%
買取委託	445	100.0%	564	100.0%	△118	79.0%
その他	64	27.7%	56	15.3%	8	115.1%
売上総利益	713	23.6%	701	21.9%	11	101.6%
委託販売	509	21.7%	472	20.8%	36	107.8%
買取委託	166	37.3%	202	35.8%	△35	82.3%
その他	37	15.9%	26	7.3%	10	138.1%
販売管理費	505	16.7%	570	17.8%	△65	88.5%
セグメント利益	208	6.9%	131	4.1%	77	158.7%

※ 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

**既存取引先のうち、約8割の取引先から継続発注があり、
確実にストックビジネス化が進展**

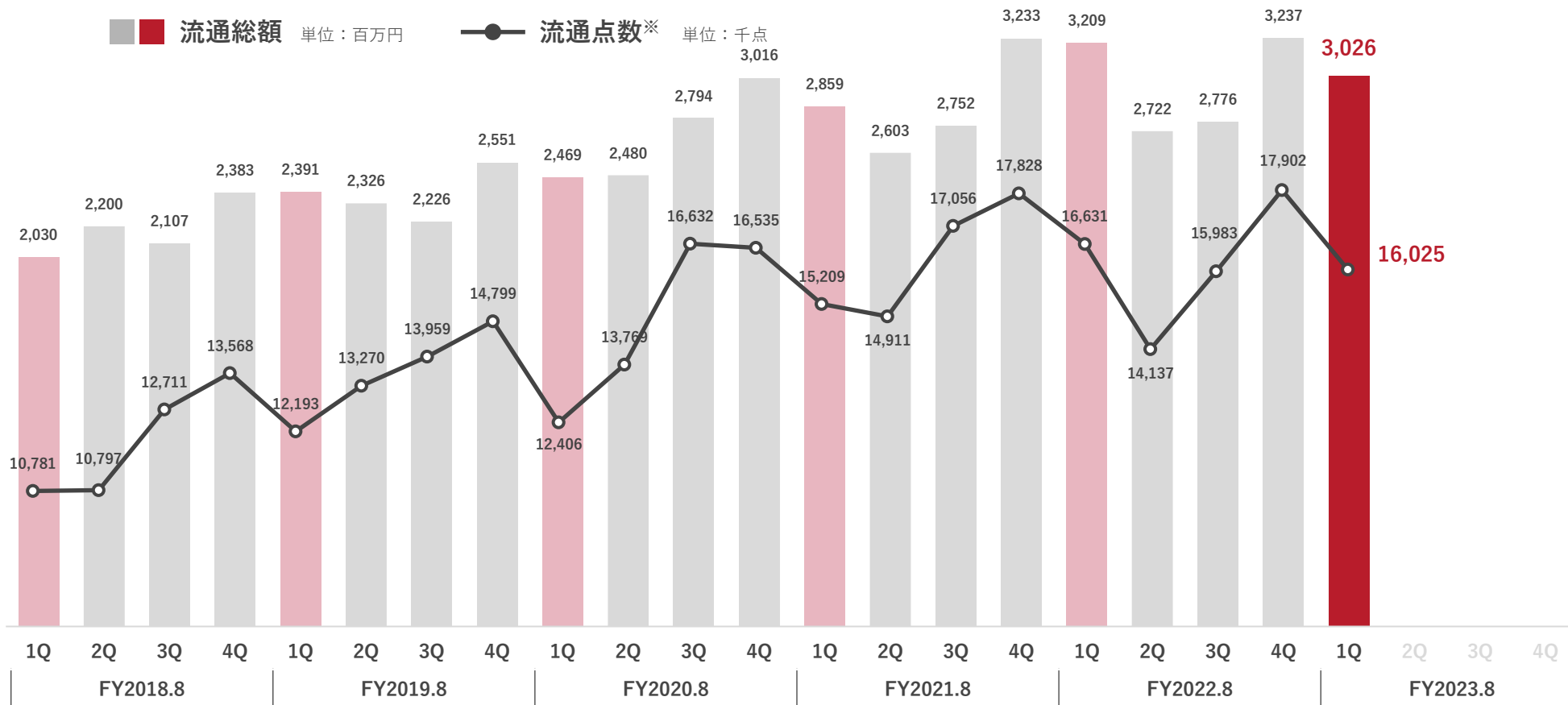
単位：百万円	FY2023.8実績		FY2022.8実績		増減額	前年同期比
	1Q	対流通総額比	1Q	対流通総額比		
流通総額	400	-	217	-	183	184.0%
売上高	400	100.0%	217	100.0%	183	184.0%
売上総利益	59	14.8%	31	14.5%	27	188.5%
販売管理費	64	16.1%	41	19.1%	22	155.0%
セグメント利益	△5	△1.3%	△10	△4.7%	4	-

FY2023.8 1Q主要指標の推移

限界利益率の向上を優先し、買取委託の精査・抑制を実施

流通総額・流通点数 

3,026百万円・16,025千点



※ 「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。

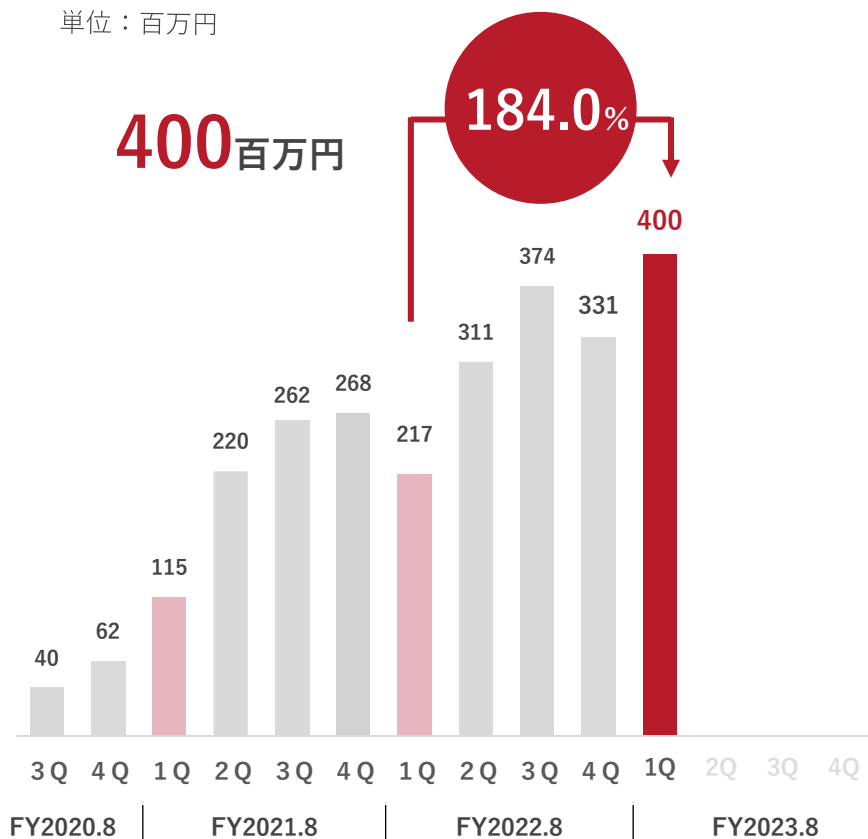
ブランディング好評につき、前年同期比で流通総額が拡大



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

1 ヒアリング



産地でのヒアリングにより生産者の想い・商品の魅力を洗い出し

2 「売り」分析



商品の「売り」を徹底的に分析

4 販売・フィードバック



販売データ検証
生産者へのフィードバック

3 付加価値の見える化



デザインで付加価値を見える化し、
販促物へ掲載



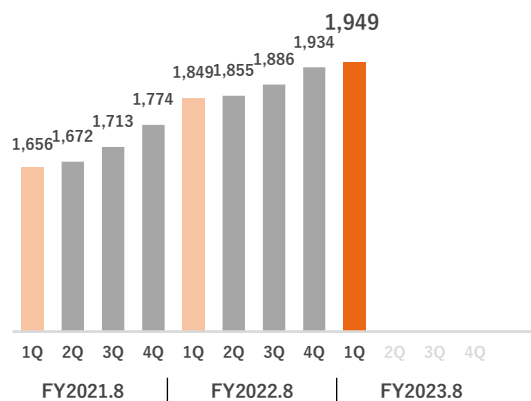
生産者情報WEBページ用QRコード

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。

導入店舗数

1,949店舗

(前期末比+15店舗)



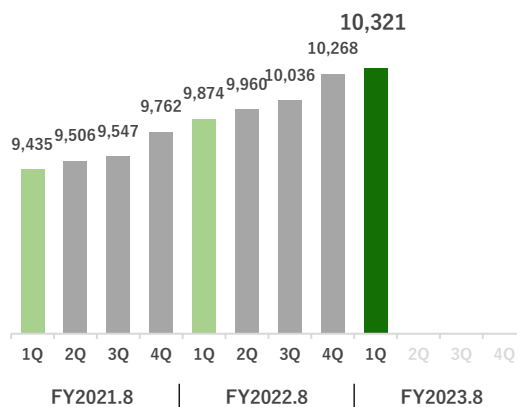
増加 前期末より19店舗増
既存取引先での開設による増加

減少 前期末より4店舗減
取引先店舗自体の閉店による減少

登録生産者数

10,321名

(前期末比+63名)



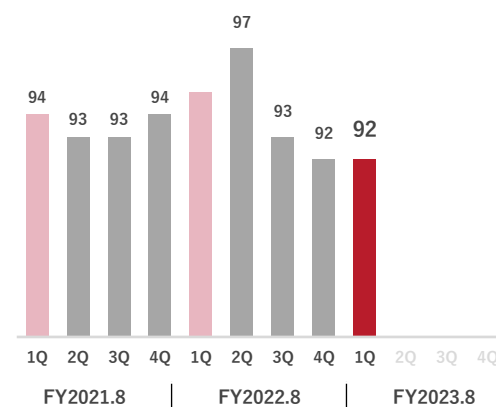
増加 前期末より120名増
営業活動による増加

減少 前期末より57名減
取引先との契約終了による減少

集荷拠点数

92拠点

(前期末比±0拠点)



増加 前期末より増加なし

減少 前期末より減少なし

FY2023.8 重点施策と通期業績予想

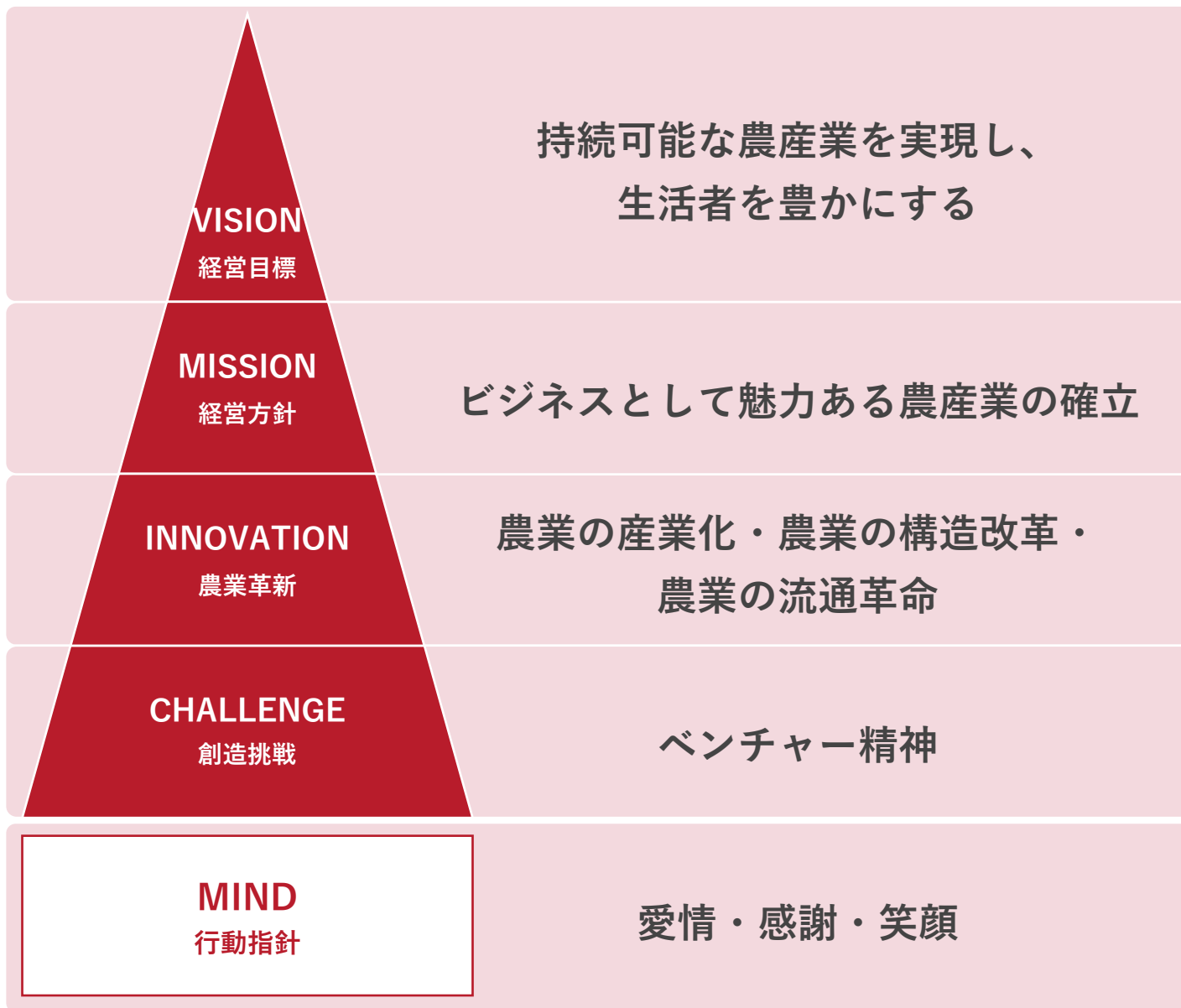
成長戦略		FY2023.8 重点施策	概要
<div style="border: 2px solid red; border-radius: 20px; padding: 10px; display: inline-block;"> 農産物流通の拡大 既存領域 </div>	① 仕入力強化	市場との連携強化	専門部署を設立し、市場との取引拡大
		産地との連携強化	全国の産地（JA等）と提携し、産直卸事業の供給力強化
	② 物流機能の拡充	マザーセンター構想の推進	物量の増大に対応する物流網及びセンター機能の拡充
		コンテナ出荷の導入	兵庫でのコンテナ出荷の導入
	③ ITプラットフォームの高度化	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: 2px solid gray; border-radius: 20px; padding: 10px; 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: 2px solid gray; border-radius: 20px; padding: 10px; 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: 2px solid blue; border-radius: 20px; padding: 10px; 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

**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	5,192	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。

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。

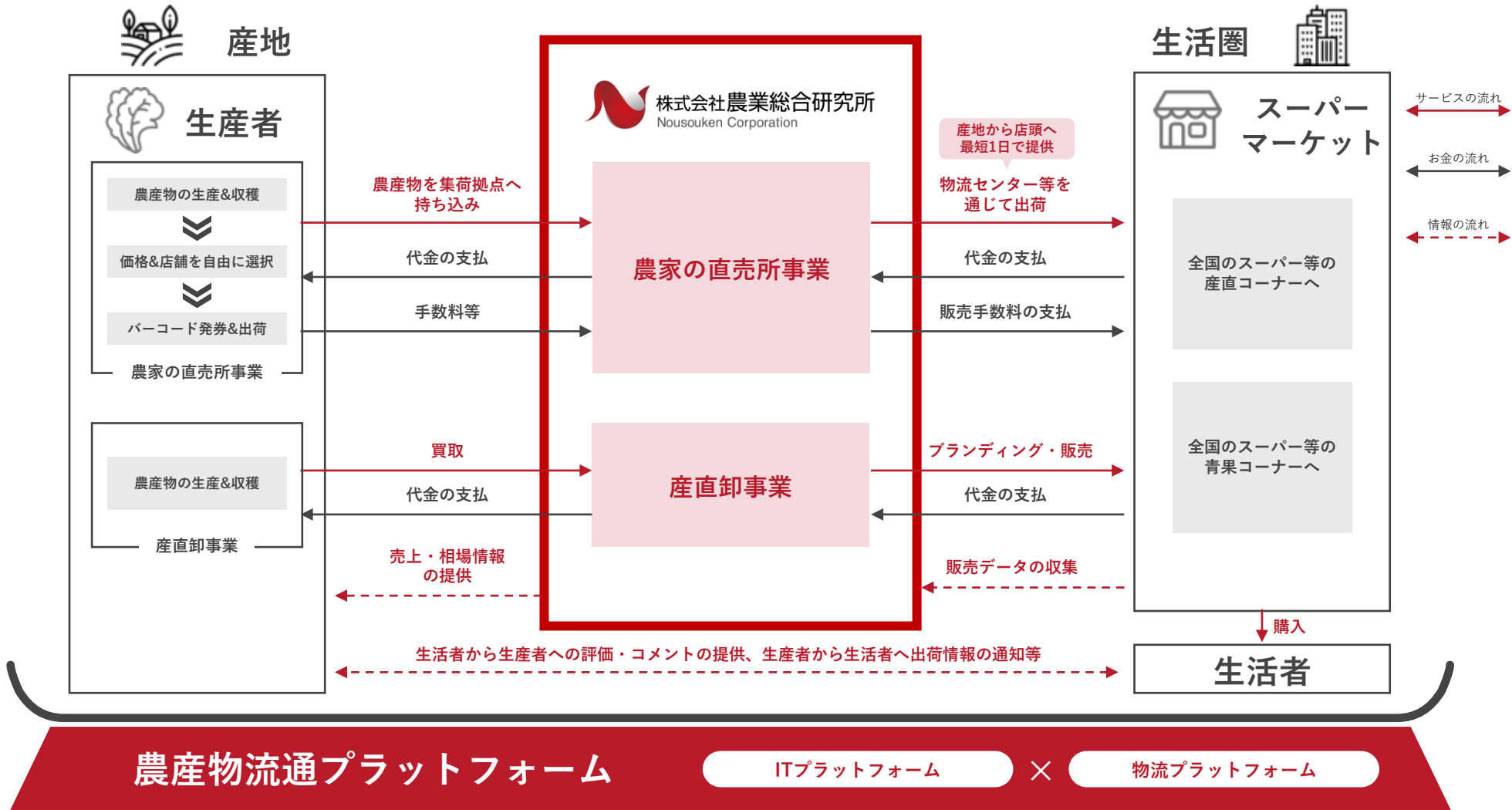
国産野菜を食べることが、農業の発展につながります。

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	271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

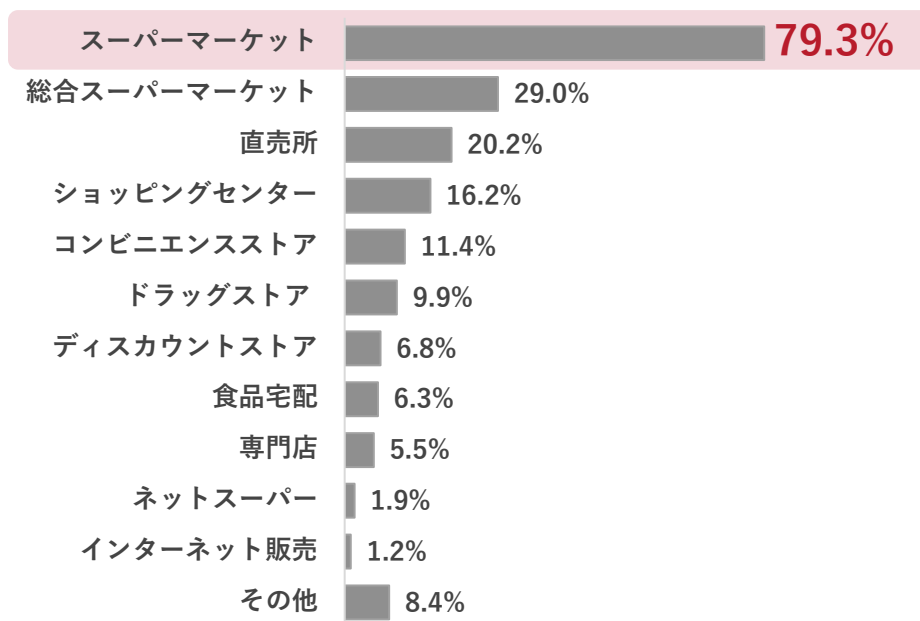
産直卸事業



- 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）

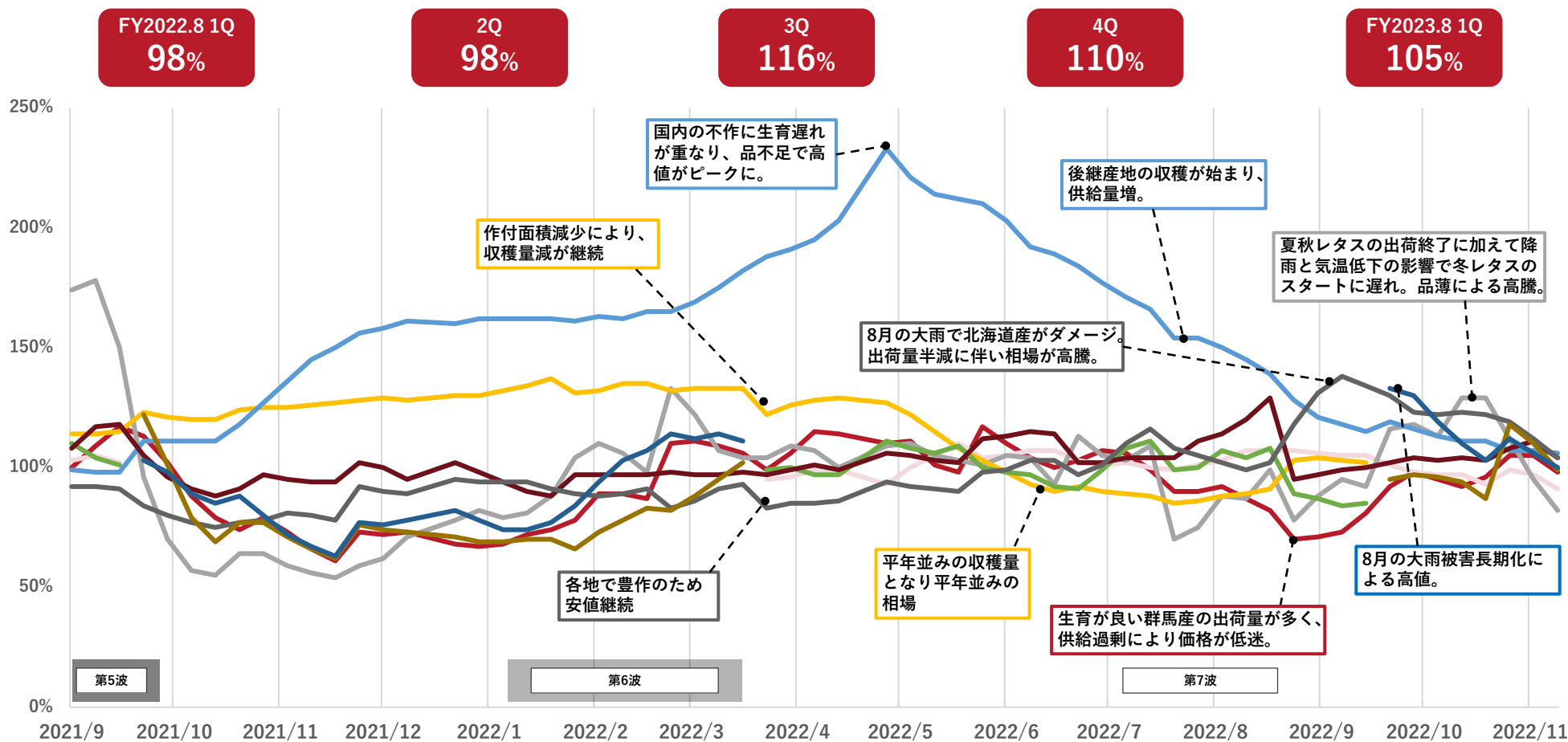
※3 全国スーパーマーケット協会「2022年版スーパーマーケット白書」より総販売額×商品カテゴリー別売上構成比にて当社推計

※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

平年並みの水準で推移

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、人参、白菜、大根（10品目）

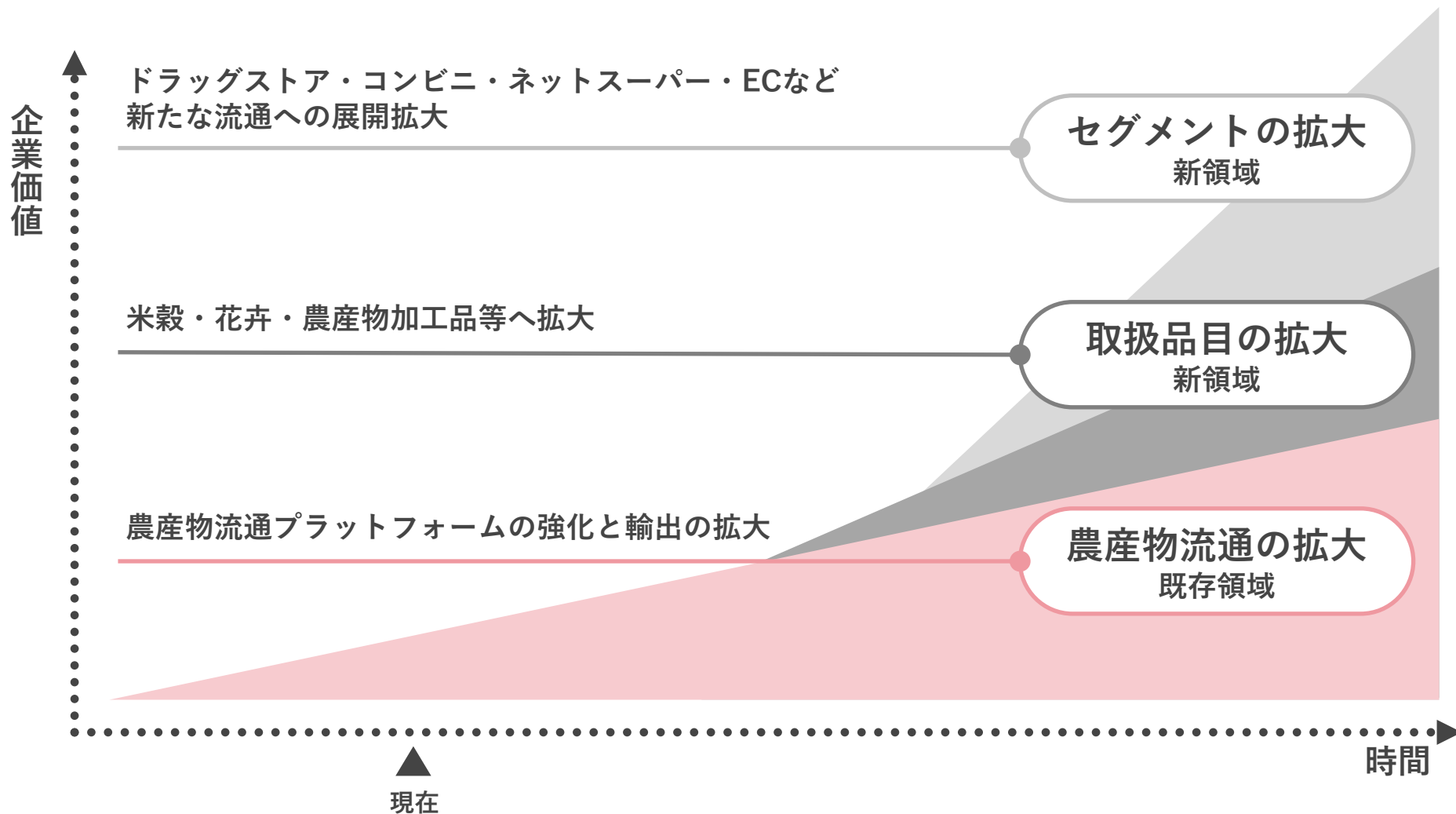


* 農林水産省「食品価格動向調査（平年比）」平年比とは、食品価格動向調査業務による調査価格の過去5カ年平均価格と比較したもの
調査品目は生産量や需要の変化を踏まえ、変更

■ 緊急事態宣言（東京都）

■ まん延防止等重点措置（東京都）

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

※ 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



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

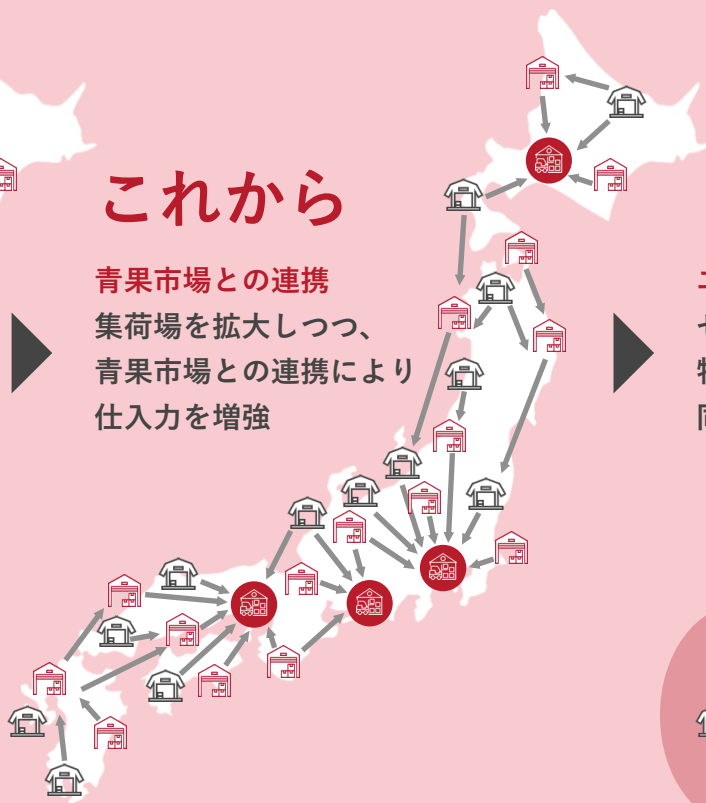
これまで

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

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