2023 年 4 月 20 日
株式会社農業総合研究所

2023 年 8 月期 第 2 四半期 決算説明会　質疑応答集

この質疑応答集は、2023 年 4月14日（金）に開催したアナリスト・機関投資家向け決算説明会にてご出席の皆様からいただいたご質問をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や内容の加筆・修正を行っております。

Q1　上期では、流通総額は昨年同水準で着地したものの、利益率については大きく伸長していると認識しています。下期も同じような状況が続くのでしょうか。また、2024 年 8 月期は帳合取引や買取委託の見直しが大体一巡し、出荷手数料の改定エリアも広げていくことで、流通総額と利益率の両方が改善していくといった展開を期待できるでしょうか。

及川　まず 2023 年 8 月期では、農家の直売所事業の利益改善に注力することでベースを整え、2024 年 8 月期は流通総額ならびに利益の両方を伸ばしていきたいと考えております。当社のビジネスにおいて最も利益を出しづらい 2Q においても利益を出せる仕組みを整えることで、通期で利益を積み上げていきたいと考えております。

Q2　ハウス食品との資本業務提携で説明のあったスマイルボールについて、ハウス食品で生産しているものなのでしょうか。御社プラットフォームとスマイルボールの関係について、詳しく教えてください。

堀内　スマイルボールは、ハウス食品グループ本社様が一般の生産者の方に委託をして生産しています。
スマイルボールは当社の産直卸事業にて、ブランディングの後に販売を行います。
現在、既にトライアル販売を完了しており、非常に良好な結果だったのを受けてハウス食品様から良い評価をしていただけました。
余談ですが、スマイルボールは辛味のない玉ねぎということで、イグノーベル賞を 2013 年に受賞しています。
（イグノーベル賞とは世界中のさまざまな分野の研究の中から「人々を笑わせ、そして考えさせる業績」に対して贈られる賞です）

Q3　ハウス食品との資本提携が与える業績インパクトはまだあまり無さそうでしょうか。

堀内　ハウス食品グループ本社様との提携の肝は、ブランディングの部分だと思っております。弊社のブランディングの特長は情報発信で、商品の情報、生産者の情報、それから生産地の情報を売り場で出していく方法ですが、情報発信するコンテンツの中で、お客様が一番求めているのは、やはりおいしく食べるためのレシピだと考えております。商品ごとの最適レシピ、調理ノウハウが豊富なハウス食品グループ本

社様と、当社のブランディングを連携させ、購買量を増やしていくことが狙いです。

Q4　以前の説明会で、流通総額の6割程度が出荷手数料の改定でコスト見直しが可能といったお話がありましたが、残りの4割についてはどのような時間軸で進めていくのでしょうか。

及川　一番我々の出荷が多い地域である関東圏の茨城・千葉・埼玉については概ね改善することができました。残りの4割については、遠方地の長野や愛知がメインになりますが、できる限り早く改善に動き出したいと考えております。なかなか我々の業界はすばやい変化への対応が難しいこともあるので、時期について明確に申し上げることはできませんが、今期中の改善を目指してまいります。

Q5　物流 2024 年の問題への対応について、今様々な見直しを進めていらっしゃる最中と存じます。現状何合目まで見直しが完了しているのか教えてください。

及川　物流 2024 年問題について、予測できることについては対応を進めている最中です。やはり遠方地からの物流についてはコストがかさみますので、なるべく近県で野菜と果物を集める物流の構築を 2022 年 8 月期の下期から始めました。こちらの効果は徐々に表れてくると考えております。

Q6　全国のスーパーにおいて地産地消や、地場との取り組みを増やすといった動きが増えているように感じます。御社の物流への取組みもその動きとリンクする取組みなのでしょうか、または、御社の独自の取組みとして検討しているのでしょうか。

及川　リンクする取組みとしてご認識下さい。遠方地の農作物よりも、近県のものの方が鮮度や価格においてお客様へのメリットが多いため、スーパー側で特に近県の商品に対するニーズが高いといえます。

Q7　農家の直売所について、第2四半期に利益率が下がりやすい季節性があるものの、現在是正に向けて取り組まれていると思います。この黒字化に向けて具体的な施策を詳しく教えてください。

堀内　第 2 四半期にあたる 12 月～2 月の農作物は、グラム単価が安い重さのある物が多く、運べば運ぶほど赤字になりやすいといった傾向があります。物流効率は落ちても売れないわけではないので、売れるものと売れないものの選別を品目ごとに細かく検証しています。販売率が高ければ、物流効率が悪くてもしっかり利益に結び付くので、安定物流・安定効率で販売していく仕組化に取り組んでまいります。下期は物流と拠点の統廃合と増設に焦点を当てて取り組んでまいります。

Q8　通期業績予想の利益について、現在の利益水準から見ると物足りないように感じます。下期にコストが発生するものがあるのでしょうか。

堀内　例年の傾向からすると、上方修正も可能な水準ではありますが、物流費をはじめとするコストアップの懸念事項についても十分な精査が必要と考えております。コス

トアップの金額については予想の範囲内で収まっているものの、コストの増え方が予想以上に速いといえます。また、毎年暑くなる時期の気候変動が激しく、夏場の産直卸事業への影響の予想が難しいため、現段階では通期業績予想を据え置いております。

Q9　産直卸事業は、現在投資時期であると認識していますが、いつ頃から収益化が期待できるのでしょうか。

堀内　第 2 四半期は△1 百円の着地でしたが、流通総額が 160%以上進捗したうえでの△1 百円ですので、収支はイコールに近いといえます。今後、産直卸事業を現在と同じペースで伸ばすのか、何倍にも伸ばしていくのかで、コストのかけ方を変える必要があると考えております。次のジャンプアップのために、物流や保管の面で整備をノウハウ蓄積も含めて注力してまいります。10 億円単位で考えていかないといけないビジネスですが、足元の 10 億円ではなく、先の 50 億円を目指したときに、どのような整備が必要かといった視点で検討・実行を進めてまいります。

・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。
・投資判断を行う際は、必ず当社が開示している資料をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。

株式会社農業総合研究所

コーポレートサイト：https://nousouken.co.jp/
IR サイト： https://nousouken.co.jp/ir/