

# FY2023.8 3Q 決算説明資料

東証グロース

証券コード：3541

2023年7月13日

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

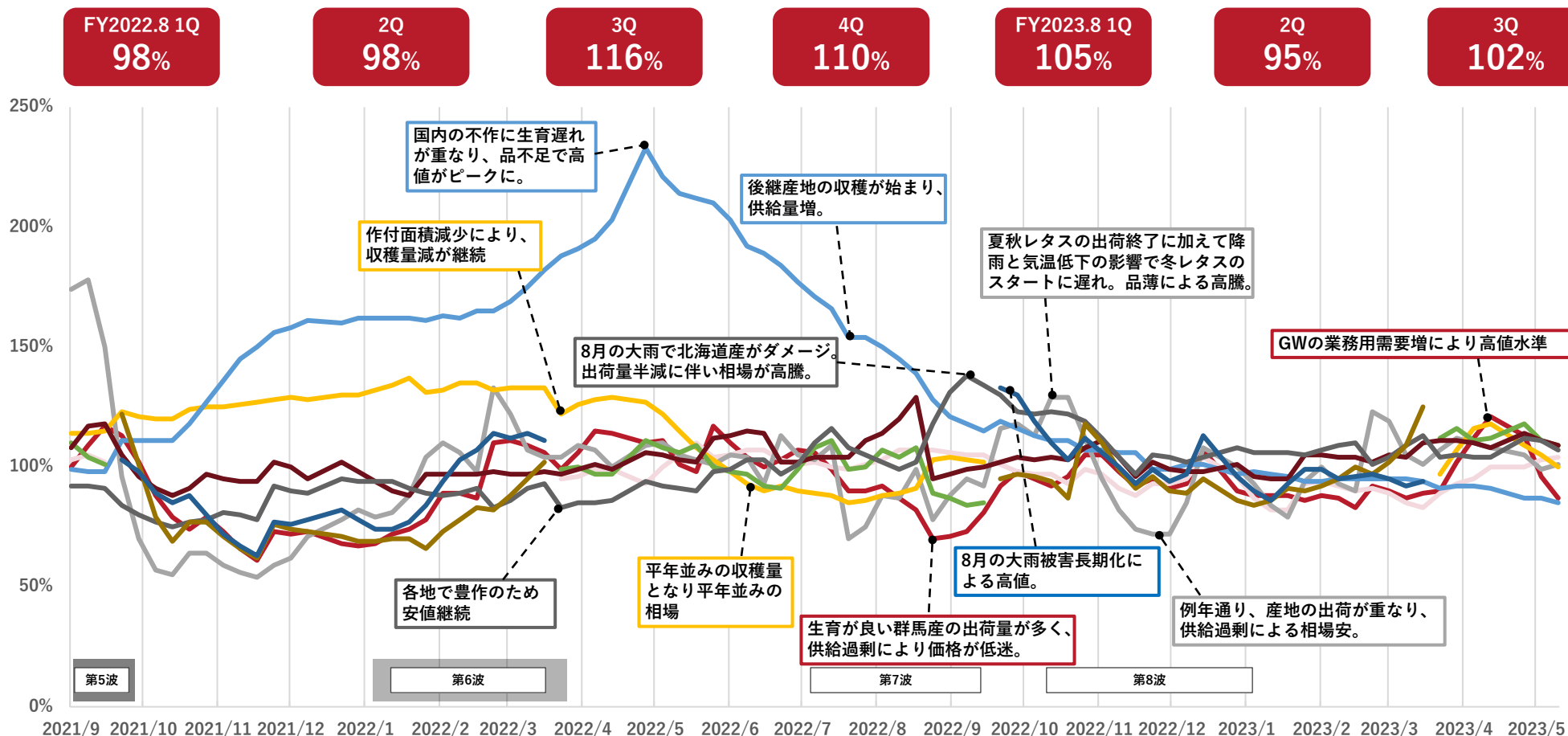
# FY2023.8 3Q業績報告

---

## 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

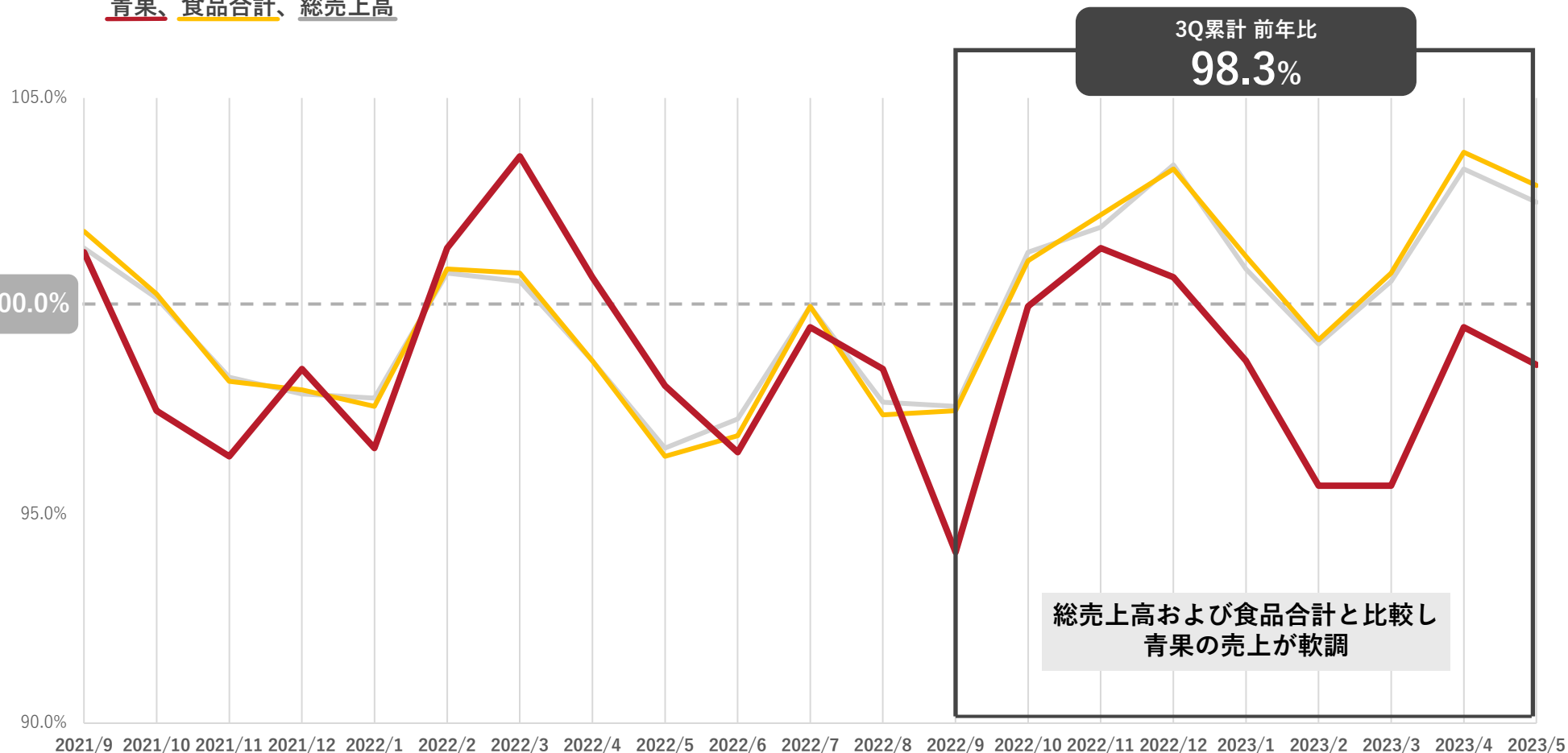
■ 緊急事態宣言（東京都）

■ まん延防止等重点措置（東京都）

## スーパーマーケットにおける青果の売上は前年を下回る

スーパーマーケット（既存店）の販売動向 前年同月比\*

青果、食品合計、総売上高



\* 「食品スーパーマーケット月別動向 内 販売統計調査」 (統計・データでみるスーパーマーケット) (<http://www.j-sosm.jp/dl/index.html>) をもとに当社作成

# FY2023.8 3Qハイライト

既存取引の精査をするも産直卸の拡大により流通総額は前年超え  
営業利益は前年同期より大幅改善

## 業績ハイライト・主要経営指標

流通総額(GMV)<sup>※1</sup>

**9,683**百万円

(前年同期比 100.7%)

売上高

**4,221**百万円

(前年同期比 110.2%)

営業利益

**9**百万円

(前年同期 △133百万円)

### 農家の直売所事業

流通総額

**8,359**百万円

(前年同期比 96.0%)

流通点数<sup>※2</sup>

**44,880**千点

(前年同期比 96.0%)

### 産直卸事業

流通総額

**1,324**百万円

(前年同期比 146.5%)

## 参考指標

導入店舗数 **1,982**店舗

(前期末 +48店舗)

登録生産者数 **10,445**名

(前期末 +187名)

集荷拠点数 **92**拠点

(前期末 ±0拠点)

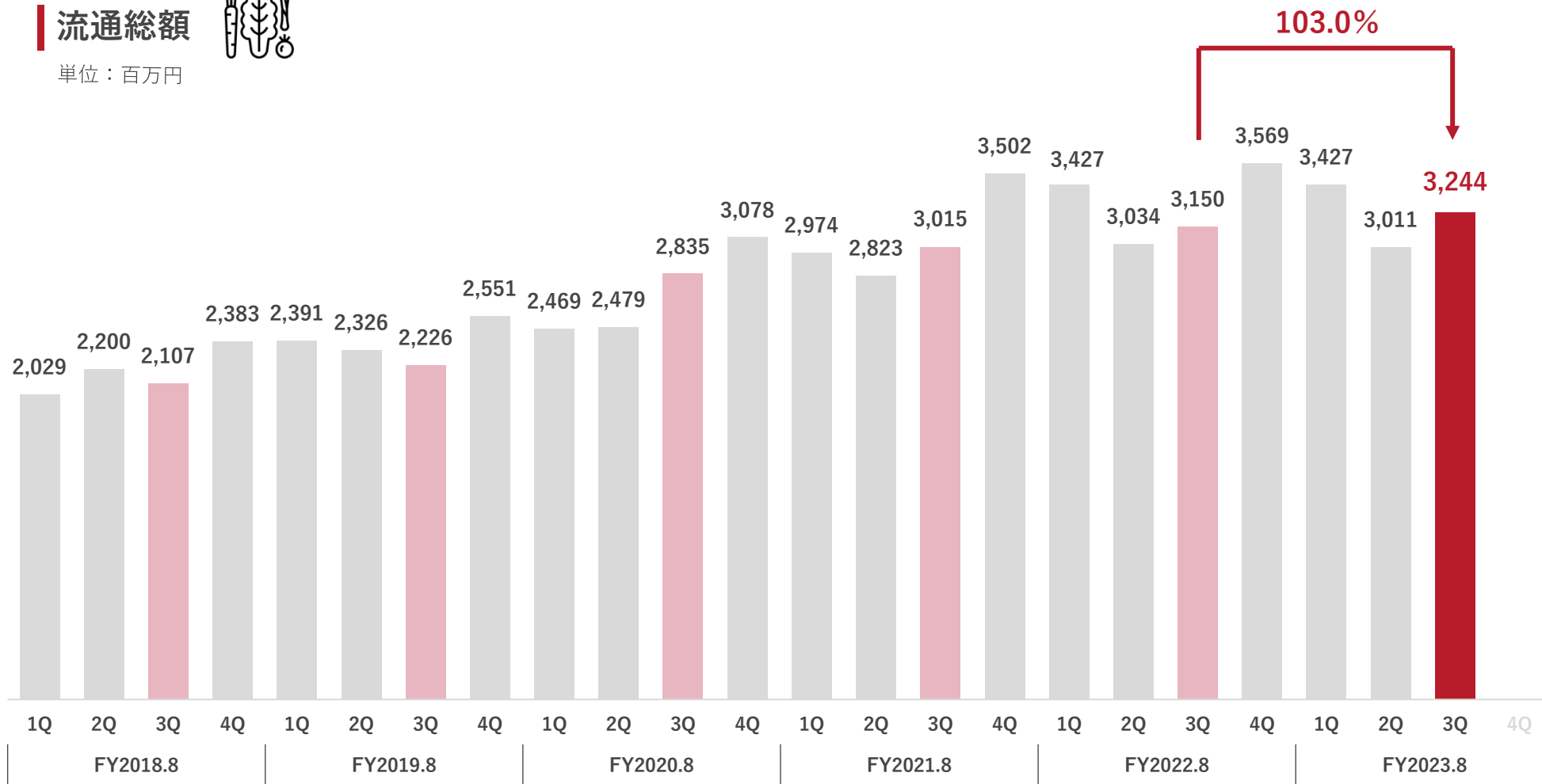
※1 流通総額 (GMV: Gross Merchandise Value) : スーパー等において最終消費者に購入いただいた最終販売価格の総計

※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

## 取引の精査等の利益率向上施策を優先するも、流通総額は3Q単体で昨年超え

### 流通総額

単位：百万円



## 出荷手数料の改定による粗利改善に加え 販売管理費のコントロールにより営業利益以下は黒字転換

単位：百万円	FY2023.8実績		FY2022.8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	9,683	-	9,612	-	71	100.7%
売上高	4,221	43.6%	3,829	39.8%	391	110.2%
売上総利益	2,168	22.4%	2,078	21.6%	89	104.3%
販売管理費	2,158	22.3%	2,212	23.0%	△53	97.6%
営業利益	9	0.1%	△133	△1.4%	143	-
経常利益	14	0.2%	△123	△1.3%	138	-
当期純利益	10	0.1%	△139	△1.5%	150	-
EBITDA	54	0.6%	△85	△0.9%	140	-



# FY2023.8 3Q 営業利益分析

単位：百万円		FY2023.8 3Q累計	対流通 総額比	FY2022.8 3Q累計	対流通 総額比	増減額	
流通総額		9,683	-	9,612	-	71	
売上総利益 a		2,168	22.4%	2,078	21.6%	89	出荷手数料の増加 産直卸の拡大
主要変動費	物流費	662	6.8%	669	7.0%	△7	
	コンテナ費	106	1.1%	100	1.0%	6	
	運営委託費	160	1.7%	170	1.8%	△9	
	販売手数料	228	2.4%	250	2.6%	△21	買取委託の取引精査によるスーパーへの支払額減少
	計 b	1,158	12.0%	1,190	12.4%	△32	
限界利益 c=a-b		1,010	10.4%	888	9.2%	121	
事業経費 d		1,000	10.3%	1,022	10.6%	△21	
営業利益 e=c-d		9	0.1%	△133	△1.4%	143	



# (参考資料) FY2023.8 3Q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	出荷手数料の改定	-	+134※
	買取委託の精査・抑制	△118	△24
	利益率の低い帳合取引の精査・見直し	△257	△0
産直卸事業	産直卸事業の拡大	+420	+50

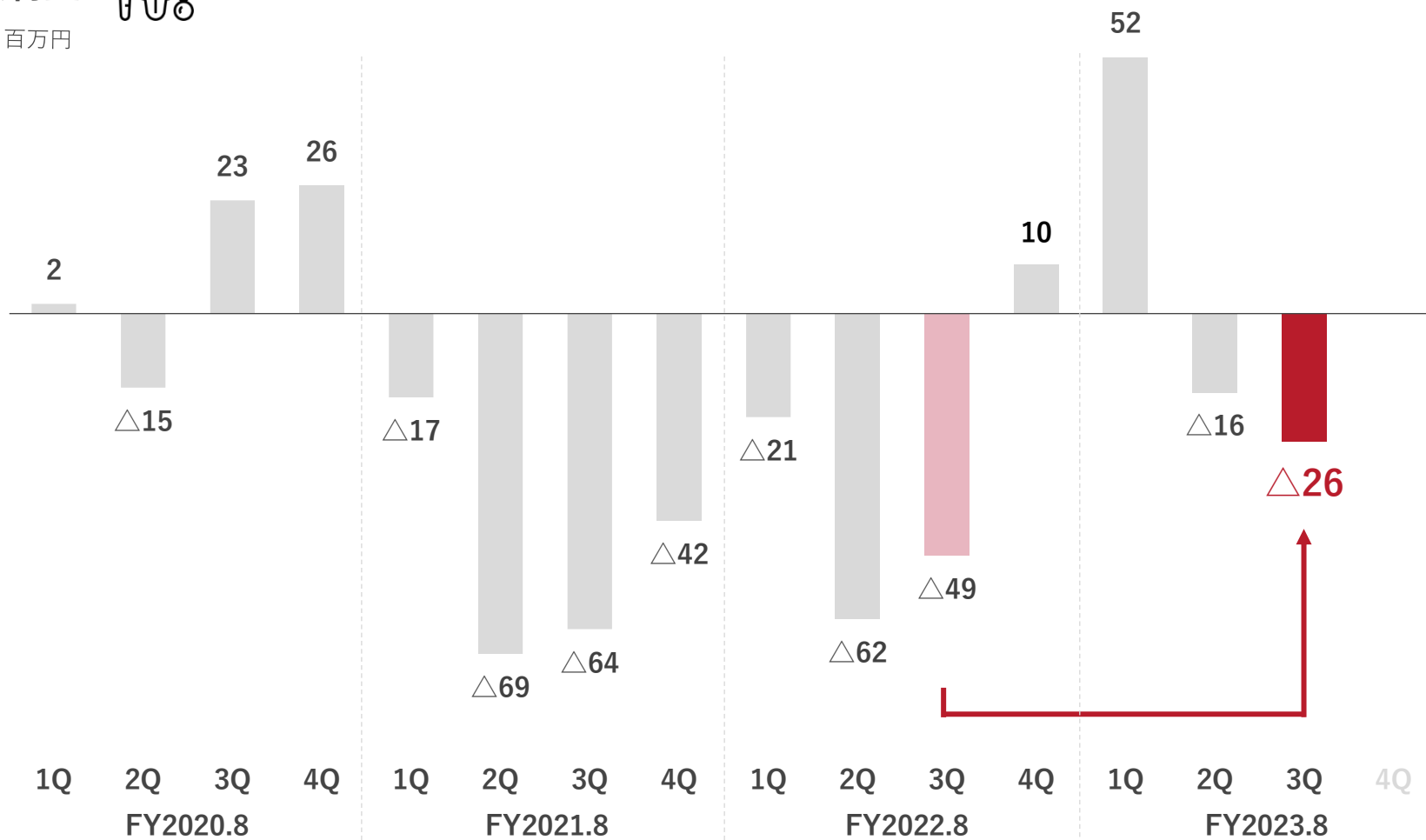
※ 関東での出荷手数料改定による影響のみを抜粋

## 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

一時的なコスト負担増により3Q単体は営業赤字となるも  
利益率改善施策で前年同期より改善

営業利益   
単位：百万円



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	8,359百万円	前年同期比 96.0%
売上総利益	1,977百万円	前年同期比 102.0%
セグメント利益	462百万円	前年同期比 147.0%

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	1,324百万円	前年同期比 146.5%
売上総利益	190百万円	前年同期比 135.8%
セグメント利益	△7百万円	前年同期 △0百万円

# FY2023.8 3Qセグメント別業績（サマリー）

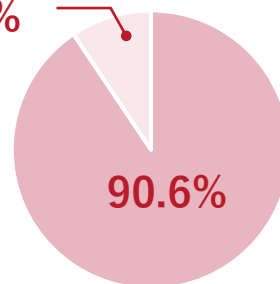
	全社			農家の直売所事業			産直卸事業		
	FY2023.8 3Q累計	FY2022.8 3Q累計	増減額	FY2023.8 3Q累計	FY2022.8 3Q累計	増減額	FY2023.8 3Q累計	FY2022.8 3Q累計	増減額
単位：百万円									
流通総額	9,683	9,612	71	8,359	8,708	△349	1,324	903	420
売上総利益	2,168	2,078	89	1,977	1,938	39	190	140	50
販売管理費	1,713	1,770	△57	1,515	1,623	△108	197	147	50
セグメント利益	455	307	147	462	314	147	△7	△6	△0
全社費用	445	441	4	-	-	-	-	-	-
営業利益	9	△133	143	-	-	-	-	-	-

## セグメント別流通総額構成比

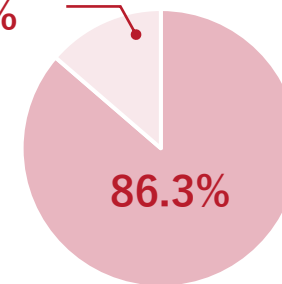
農家の直売所事業

産直卸事業

9.4%



13.7%



**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
	3Q累計	対流通総額比※	3Q累計	対流通総額比※		
<b>流通総額</b>	<b>8,359</b>	<b>-</b>	<b>8,708</b>	<b>-</b>	<b>△349</b>	<b>96.0%</b>
委託販売	6,338	-	6,370	-	△32	99.5%
買取委託	1,323	-	1,441	-	△118	91.8%
その他	697	-	896	-	△198	77.9%
<b>売上高</b>	<b>2,897</b>	<b>34.7%</b>	<b>2,925</b>	<b>33.6%</b>	<b>△28</b>	<b>99.0%</b>
委託販売	1,390	21.9%	1,326	20.8%	63	104.8%
買取委託	1,323	100.0%	1,441	100.0%	△118	91.8%
その他	183	26.3%	157	17.5%	26	116.7%
<b>売上総利益</b>	<b>1,977</b>	<b>23.7%</b>	<b>1,938</b>	<b>22.3%</b>	<b>39</b>	<b>102.0%</b>
委託販売	1,390	21.9%	1,326	20.8%	63	104.8%
買取委託	481	36.4%	527	36.6%	△45	91.3%
その他	104	15.0%	83	9.3%	21	125.2%
<b>販売管理費</b>	<b>1,515</b>	<b>18.1%</b>	<b>1,623</b>	<b>18.6%</b>	<b>△108</b>	<b>93.3%</b>
<b>セグメント利益</b>	<b>462</b>	<b>5.5%</b>	<b>314</b>	<b>3.6%</b>	<b>147</b>	<b>147.0%</b>

買取委託と帳合取引を精査したため流通総額は前期に比べ減少

※ 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
	3Q累計	対流通総額比	3Q累計	対流通総額比		
流通総額	1,324	-	903	-	420	146.5%
売上高	1,324	100.0%	903	100.0%	420	146.5%
売上総利益	190	14.4%	140	15.6%	50	135.8%
販売管理費	197	14.9%	147	16.3%	50	134.5%
セグメント利益	△7	△0.5%	△6	△0.7%	△0	-



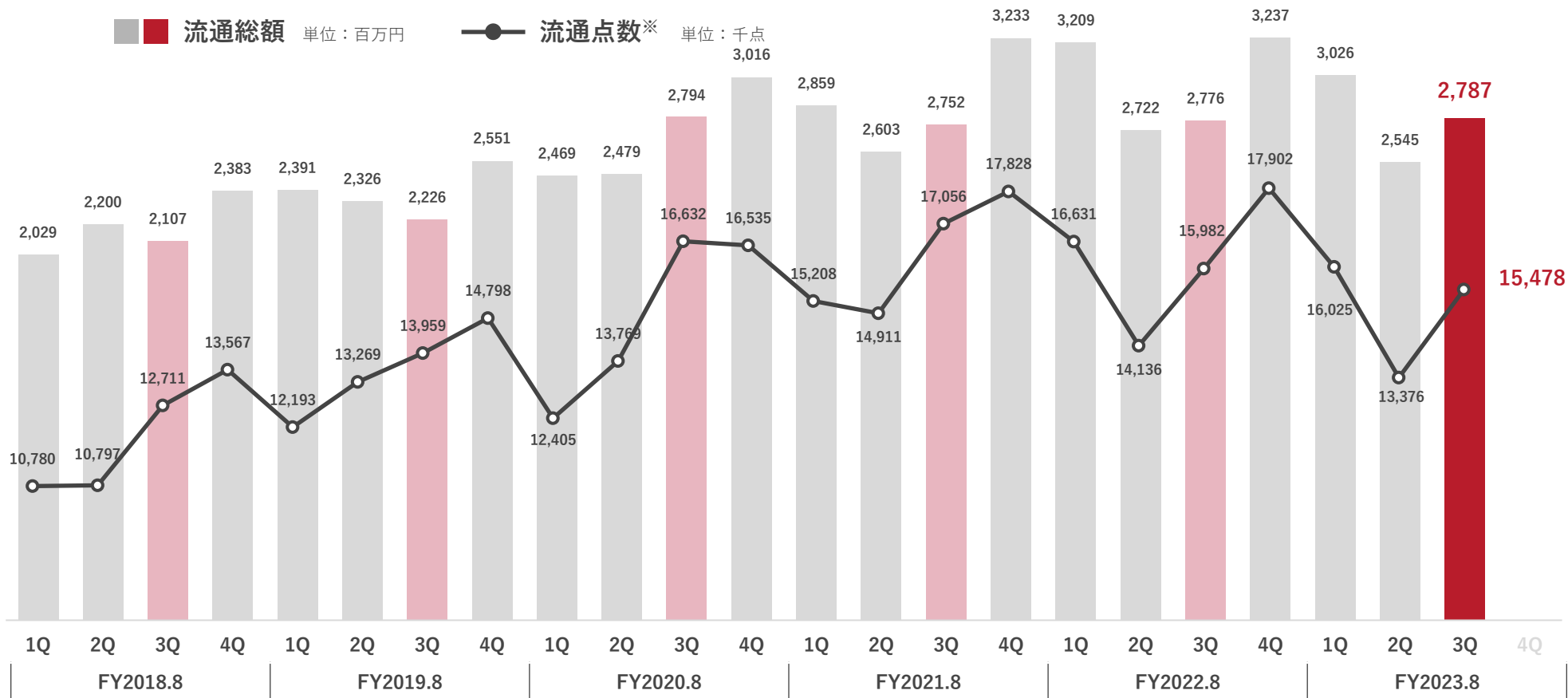
## FY2023.8 3Q主要指標の推移

---

限界利益率の向上を優先し、買取委託の精査・抑制を継続

流通総額・流通点数 

2,787百万円・15,478千点



※ 「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。

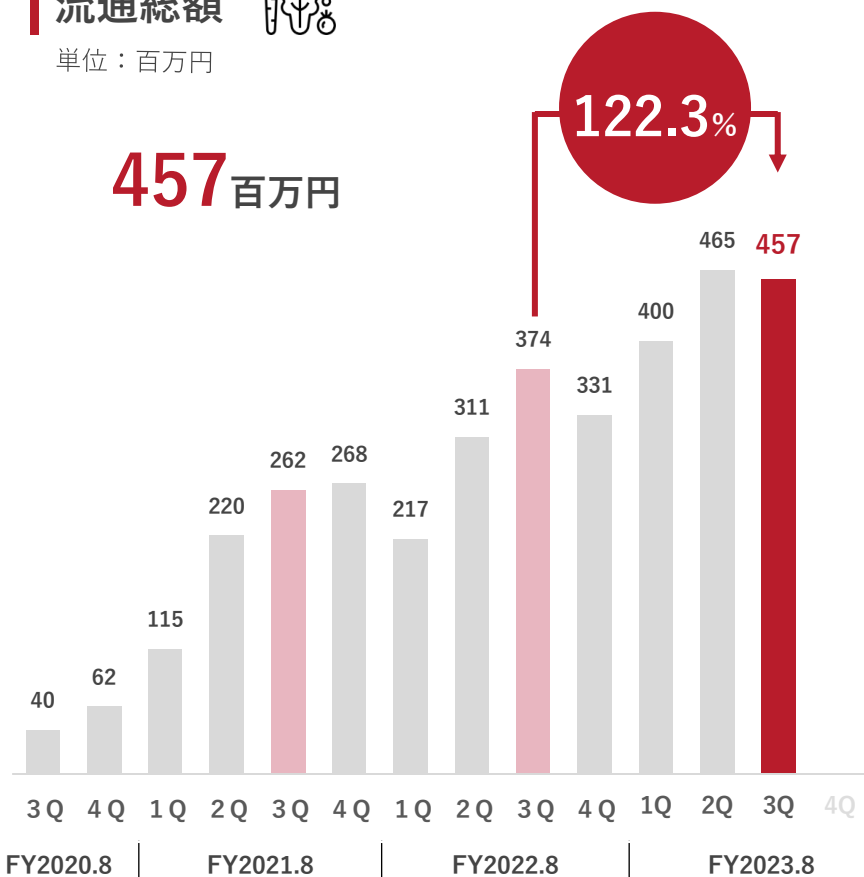
## ブランディング好評につき、前年同期比で流通総額が拡大



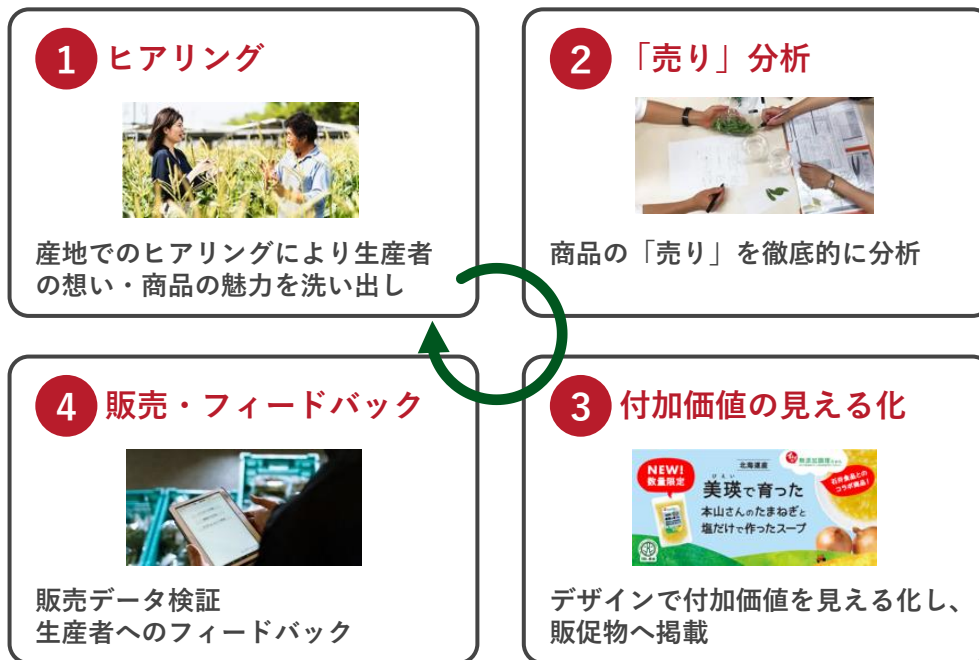
### 流通総額



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



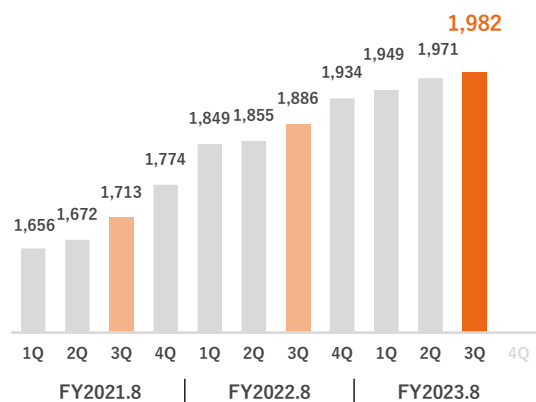
#### 生産者情報WEBページ用QRコード

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 

1,982店舗

(前期末比+48店舗)



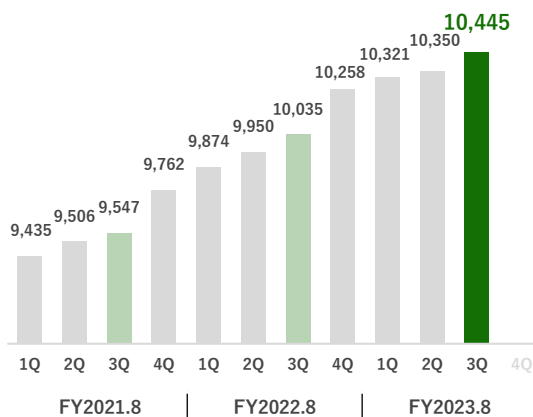
**増加** 前期末より61店舗増  
既存取引先での開設、営業活動による増加

**減少** 前期末より13店舗減  
取引先店舗の閉店、リニューアルによる減少

登録生産者数 

10,445名

(前期末比+187名)



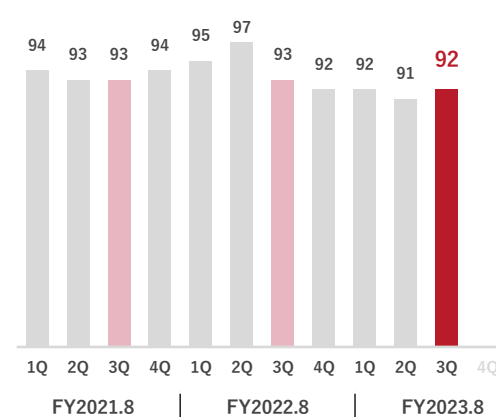
**増加** 前期末より362名増  
営業活動、新規集荷拠点開設による増加

**減少** 前期末より175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1拠点増  
新規集荷拠点の開設

**減少** 前期末より1拠点減  
利益向上を目的とした精査

SDGsの考えから  
生まれた

## じゃがいも 「できれば〇〇してほしいシリーズ」

生活者がスーパーでじゃがいもを選ぶ時に悩んでいること  
「品種名だけ書いてあってもどんな料理におすすめなのかわからない」を解決するため、どんな料理におすすめなのか、生産者に取材した情報を元に「煮る」「揚げる」「蒸す」などの調理法を鍋のイラストと共に楽しく伝えるシリーズです。



## 「大きいのも小さいのも、 〇〇さんの畑まるごとお届け」

これまでは、秀品、A品などのプレミアム商品以外は「規格外品」「B品」などと表現してきました。しかし、生産者から見ると、どんなカタチでも愛情込めて育てた同じ畑から生まれたもの。育てる過程で大きいものが出来たり、小さいものが出来たり、様々なカタチのものが出来るのはある意味とても自然なこと。それをB品というネガティブな表現ではなく、もっと**ポジティブに表現**し、A品と共に同じ売場で販売するシリーズです。



## 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;"> <b>農産物流通の拡大</b> 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;"> <b>取扱品目の拡大</b> 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;"> <b>セグメントの拡大</b> 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;"> <b>利益率改善</b> </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と 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。

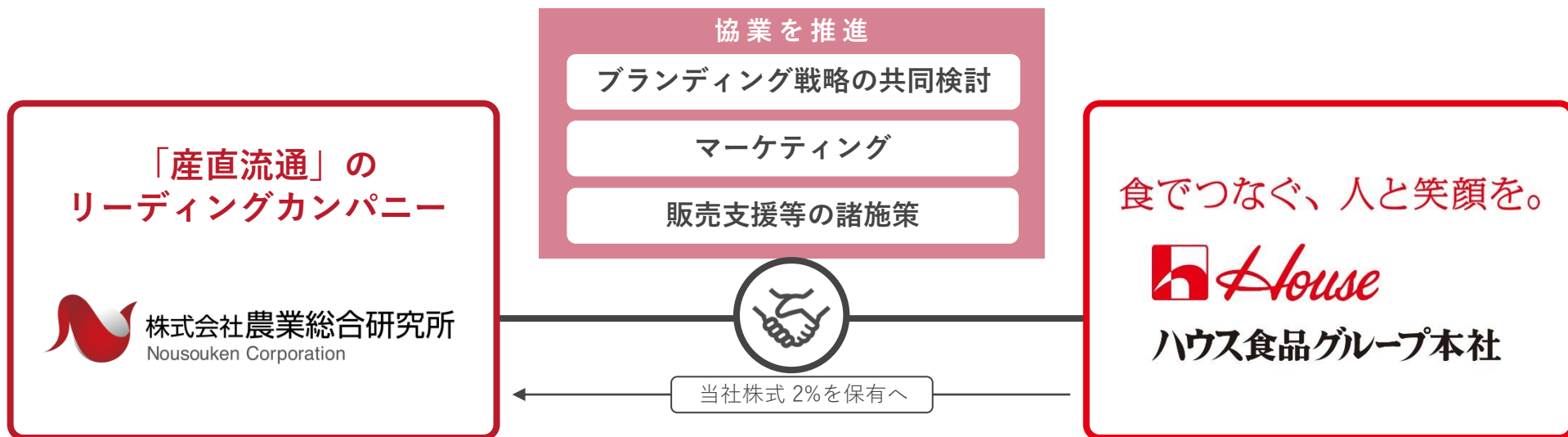


# Topics

---

- 2022.12 「畑まるごと」シリーズに約100年続く有田みかんが登場 SDGs「食品ロスの削減」にも貢献
- 2022.12 千葉駅に「エキナカ 農家の直売所 in ペリエ千葉」が期間限定でオープン
- 2023.1 ブックオフ1号京都伏見店にて有田みかんの詰め放題を実施 食品ロス削減にも貢献
- 2023.1 奥村商事の農産物直売事業を統合 埼玉・蓮田市にて新集荷場をスタート
- 2023.2 子育てサポート企業として「くるみん認定」を取得
- 2023.2 富山市公設地方卸売市場の竣工で富山中央青果株式会社との連携を強化
- 2023.4 ハウス食品グループ本社株式会社と資本業務提携契約を締結
- 2023.4 ハウス食品グループ本社株式会社、マックスバリュ関東株式会社と3社取組を開始
- 2023.5 ドラッグストア大手コスモス薬品での販売を開始

## 相互の事業発展と新規事業の創出を目指し、両社の保有リソースを融合



### ハウス食品グループ本社の概要

会社名	ハウス食品グループ本社株式会社
代表者	代表取締役社長 浦上 博史
所在地	大阪府東大阪市御厨栄町1丁目5番7号
資本金	99億4,832万円（2022年3月31日現在）
設立	1947年6月7日
事業内容	グループ戦略立案、事業会社（国内・海外）への経営サポートならびに国際事業統括

### 本資本業務提携の内容

以下に関して、両社のリソースを活用し、付加価値の高い農産物及び新規事業の共創を検討し、両社の関係性をより強固なものへ

- ①野菜ブランディング戦略の共同検討およびその推進・具現化
- ②当社の有する顧客接点を活用した販売・マーケティングの実践
- ③両社間における販売支援等の諸施策の検討・推進

### 日程

取締役会決議日	2023年4月13日
契約締結日	2023年4月13日
本売出し実施日	2023年4月19日

## カレーと産地直送の農産物を同じ売り場で購入できる取組を開始



産地直送の旬の野菜



ハウス食品グループの中核事業会社



ハウス食品株式会社

カレールウやスパイス

マックスバリュ関東株式会社が展開する  
「買い物体験型スーパーマーケット」における売り場イメージ









共同ブランディング例

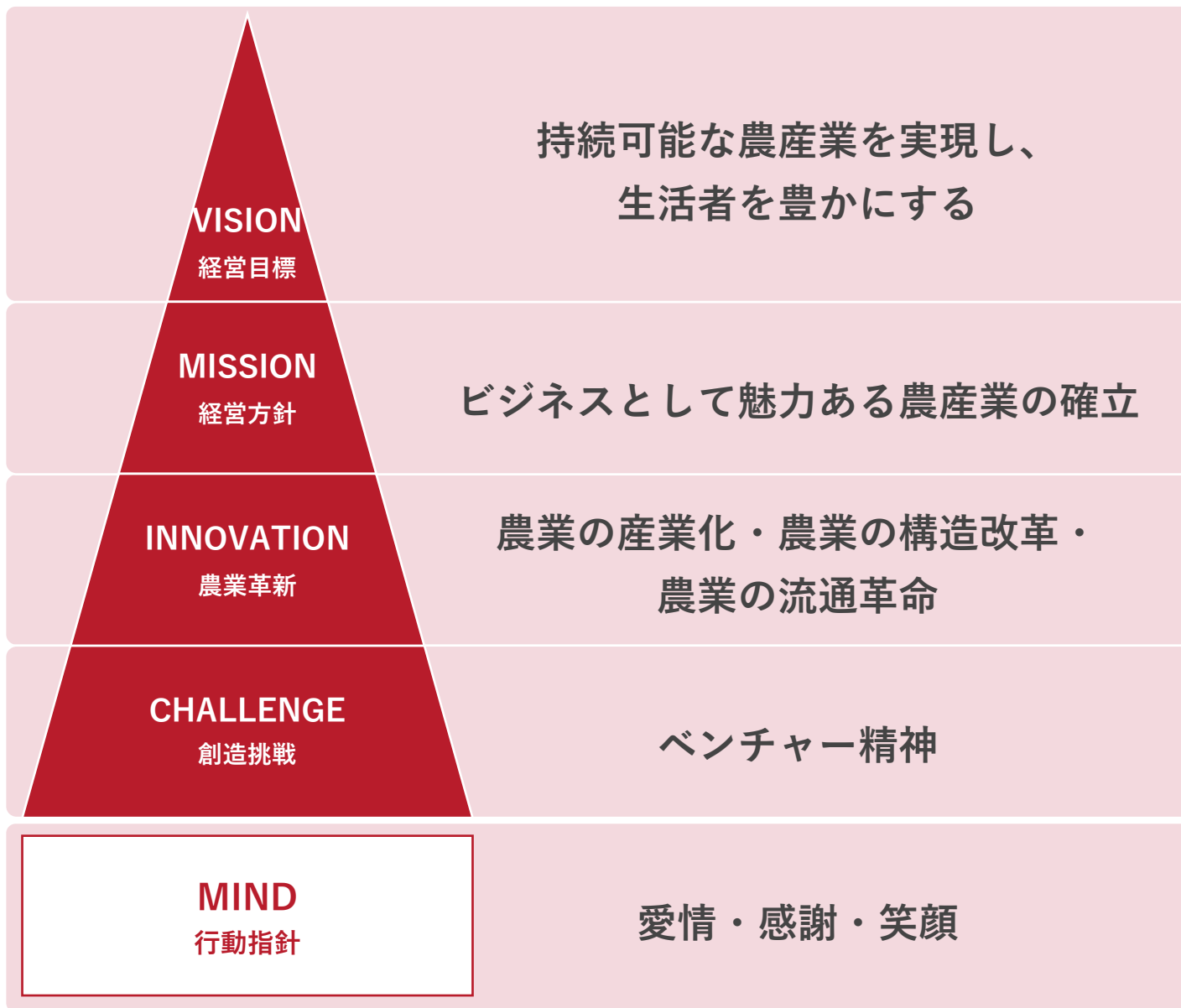


# Appendix

---

		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	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。 <b>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。</b>	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







**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。**

農薬をデジタル管理し、  
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。

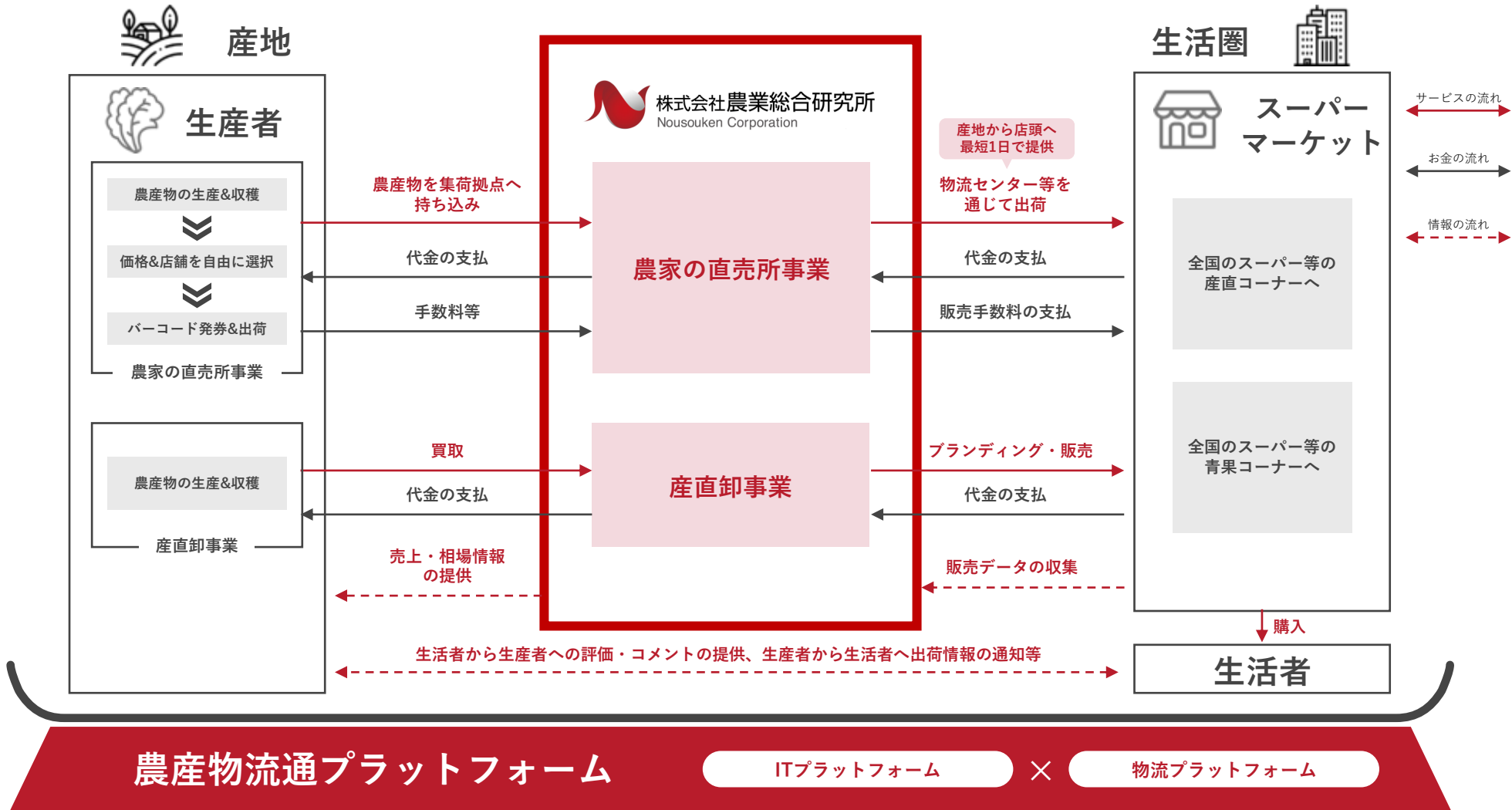
直接、生産者にお会いして  
安全性と品質を確かめています。





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	581百万円（資本準備金含む）
主な事業内容	農家の直売所事業、産直卸事業
従業員数	282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

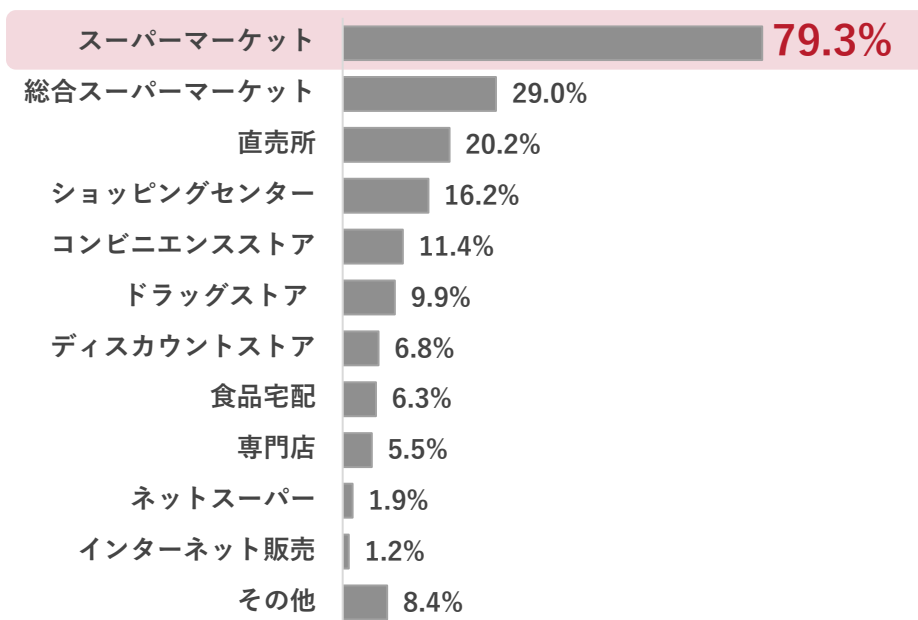
### 産直卸事業



- 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

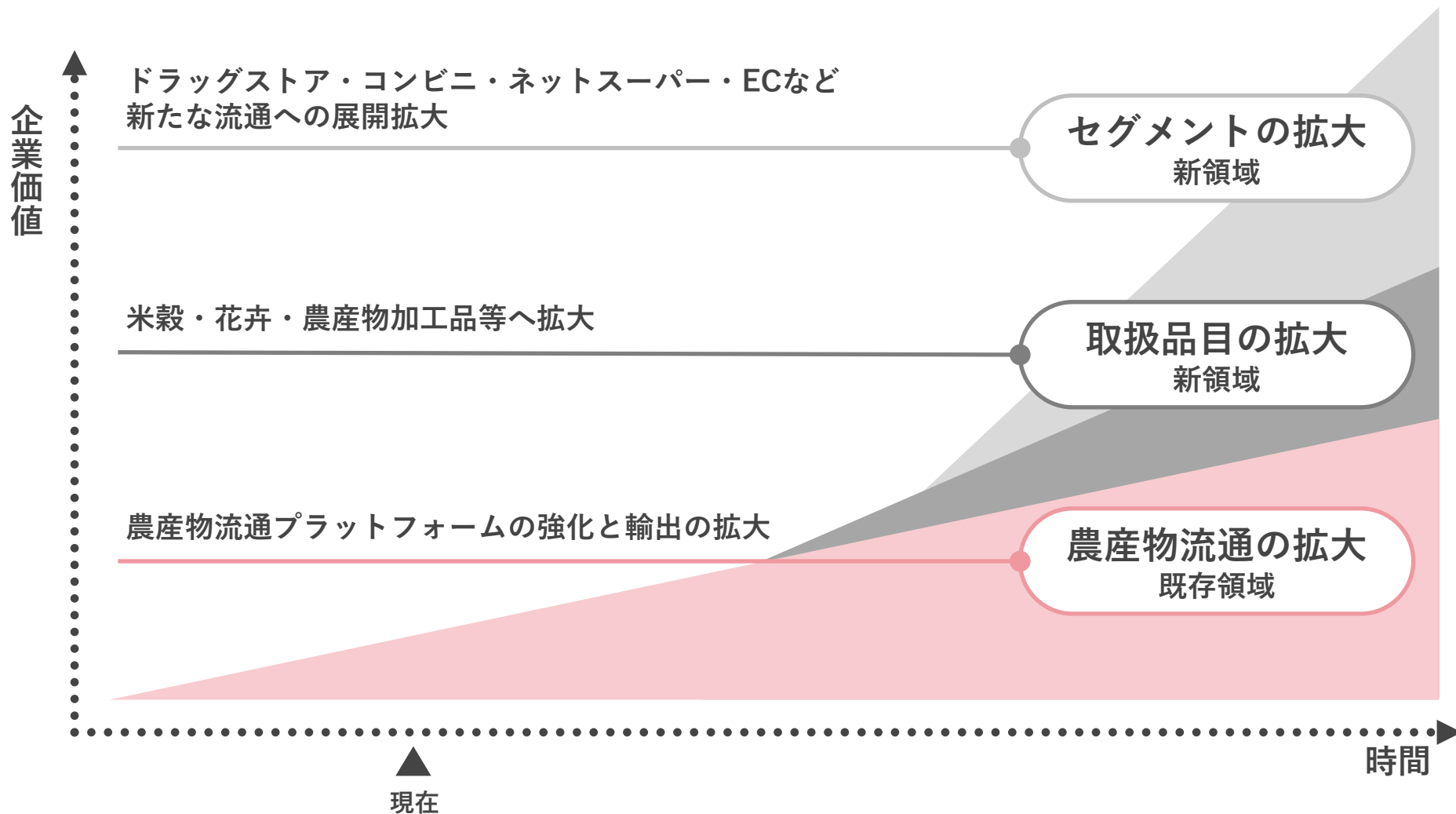
産直コーナー約0.4兆円※3

※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 全国スーパーマーケット協会「2023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

※3 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

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

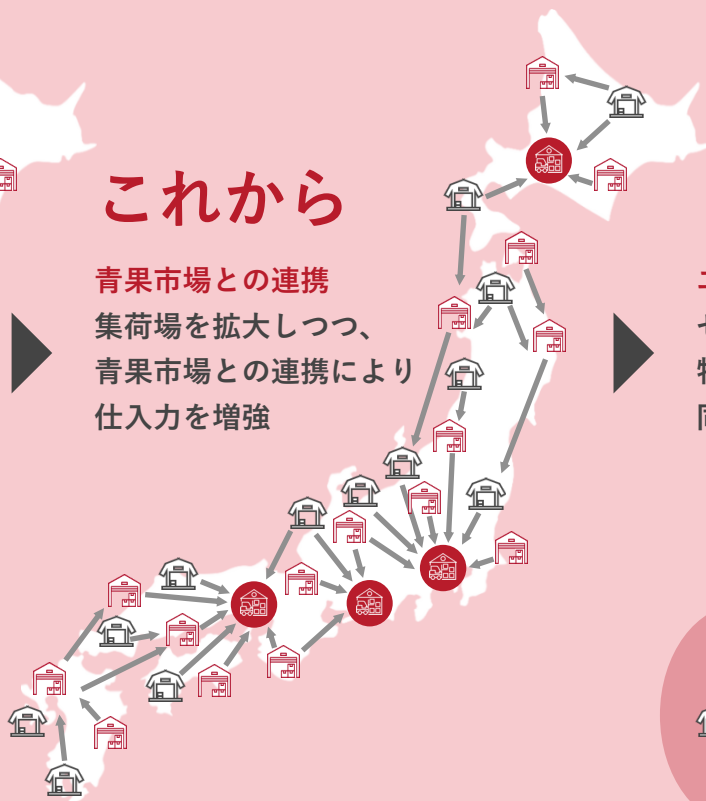
### これまで

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