



2024年3月期 第3四半期
決算説明資料

2024年2月8日

株式会社雪国まいたけ
東証プライム市場:1375



AGENDA

1. 2024年3月期 第3四半期 決算概要
2. 中期経営計画(2024年3月期～2028年3月期)
3. 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

2024年3月期 第3四半期 決算概要



2024年3月期 第3四半期 決算総括

当期は、対前年同期では、コアEBITDAは減益となるも、適切な価格コントロールや原価低減等の施策展開により、対計画でアウトパフォームした

外部環境

- きのこと全般の市場供給量が落ち着いた状況が継続し、市場取引価格が前年より高い水準で推移した
- 野菜の生産が高温影響で不調になるも、11月以降は比較的安定的な出荷となる
- 全国的に気温が高く、鍋物商材の売場拡大が進みづらかった
- ユーティリティ費は、依然高い水準が継続しており、原価上昇圧力となっている

当社の対応

- 顧客ニーズに合った適切な商品構成・提案と数量コントロールにより、前年同期、計画ともに上回る単価水準を実現した
- プレミアム感を訴求するTVCMに連動した売場づくりやキャンペーンを行い、プレミアムきのこととしての認知度アップを図った
- 動画レシピサイトと連動した店頭販促を活用し、白まいたけのさらなる認知度アップに取り組んだ
- 原材料や包装資材の調達最適化や生産効率向上に向けた取り組みにより、影響の緩和を図った

総括

売上収益
243.0億円

- 対前年同期
+12.5億円
(+5.4%)

- 対計画



コアEBITDA
38.5億円

- 対前年同期
△0.3億円
(△0.8%)

- 対計画





連結損益計算書(第3四半期)

当第3四半期累計期間は、対前年同期で増収増益

当期(2024/3期)
第3四半期累計

前期(2023/3期)
第3四半期累計

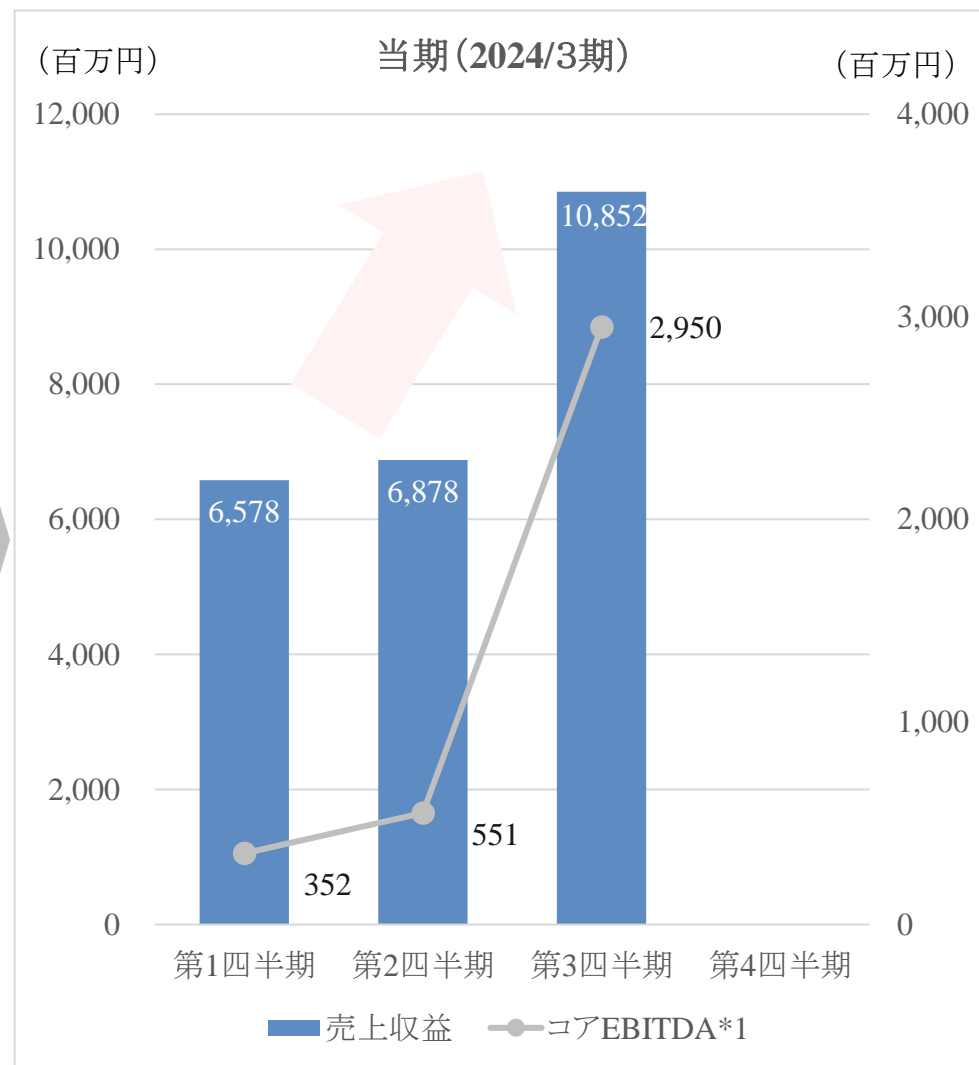
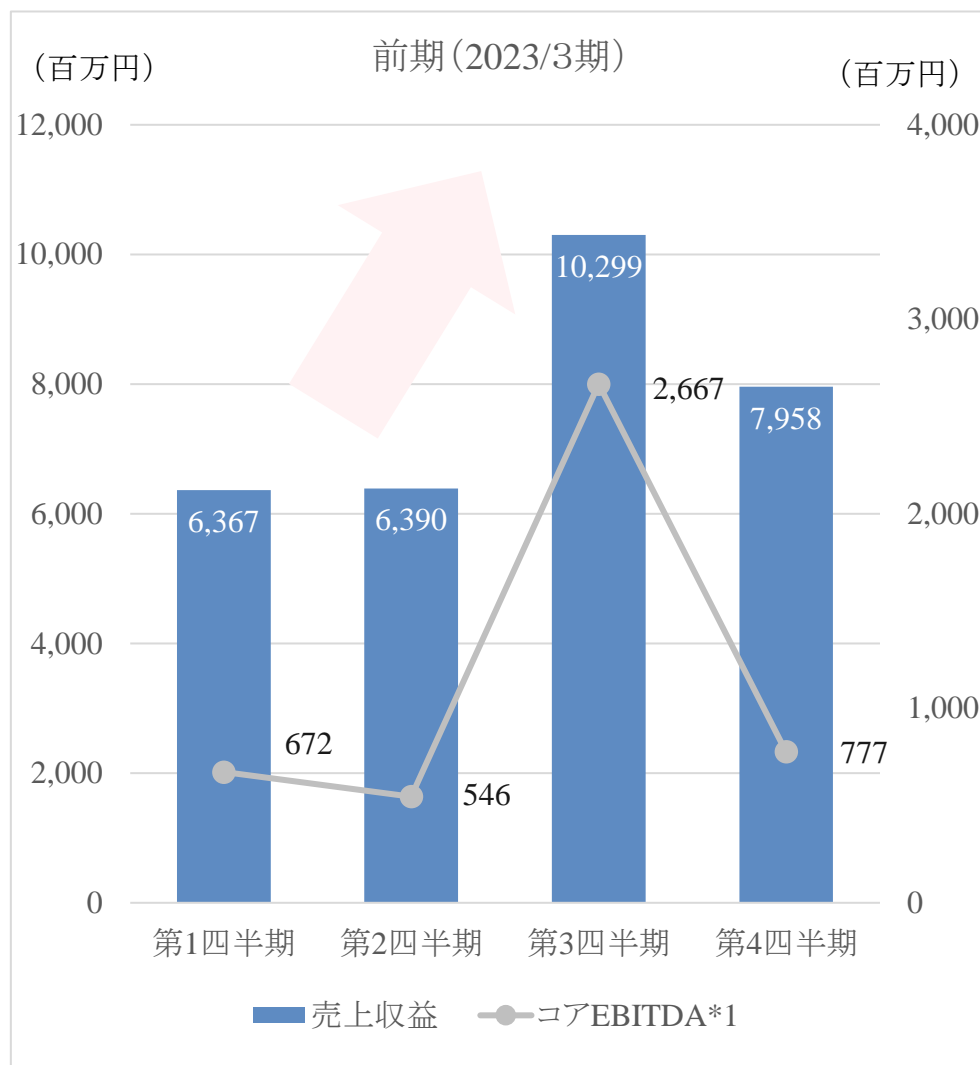
(百万円)	実績	増減(対前年同期)	
		実績	金額 率
売上収益	24,309	23,057	+1,252 +5.4%
公正価値変動による利得	11,359	9,398	+1,961 +20.9%
収益合計	35,669	32,455	+3,213 +9.9%
材料費、人件費等	15,993	14,782	+1,211 +8.2%
公正価値変動による利得	9,697	8,707	+990 +11.4%
売上原価	25,691	23,489	+2,201 +9.4%
売上総利益	9,978	8,966	+1,011 +11.3%
販売費及び一般管理費	6,461	6,036	+424 +7.0%
その他の収益	176	56	+119 +211.3%
その他の費用	78	94	△ 15 △16.1%
営業利益	3,614	2,892	+722 +25.0%
対売上収益	14.9%	12.5%	
対収益合計	10.1%	8.9%	
税引前四半期利益	3,255	2,597	+657 +25.3%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	2,132	1,732	+400 +23.1%
【参考数値】			
コア営業利益※1	2,212	2,322	△ 110 △4.8%
コアEBITDA※1	3,855	3,885	△ 30 △0.8%
コアEBITDA マージン※1	15.9%	16.9%	

※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3四半期は、売上収益、コアEBITDAともに前年同期を上回る

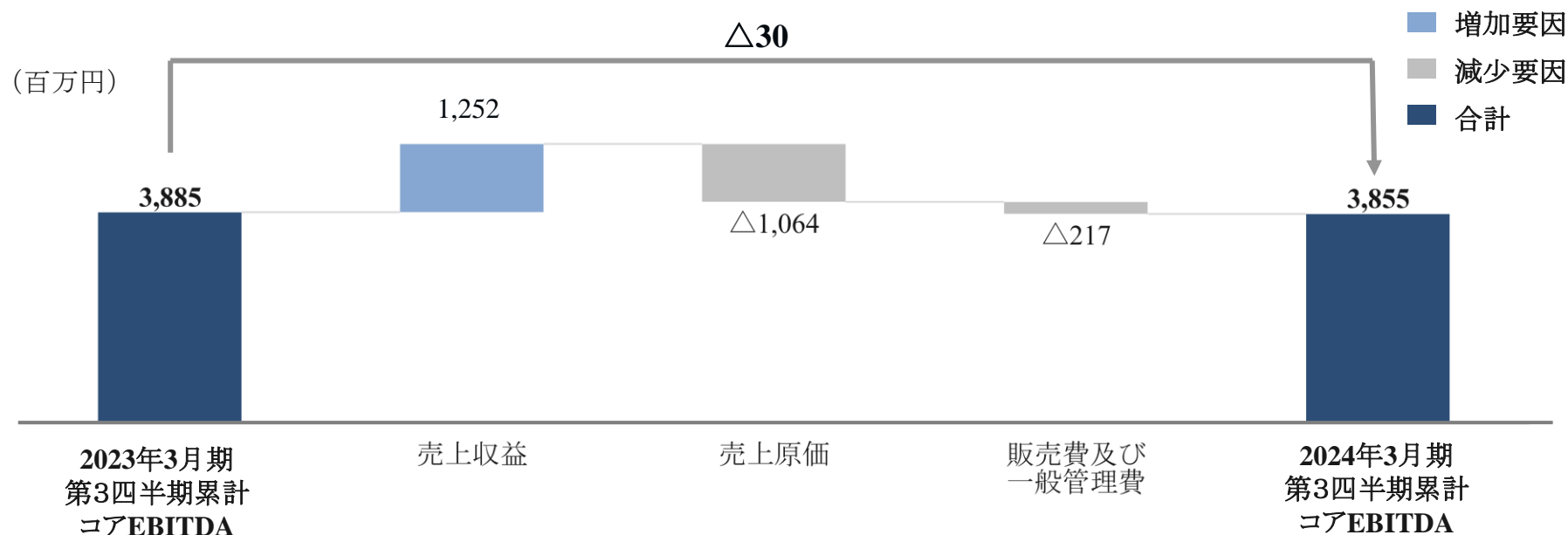


※1 コアEBITDA=コア営業利益 + 減価償却費及び償却費



コアEBITDAの増減分析(対前年同期)

売上収益は増加した一方で売上原価等の上昇により、コアEBITDAは減少



外部環境

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 売上収益への影響要因 ✓ きのこ市場全体の市場供給量の減少(他社の供給量抑制) ✓ インフレ環境における高価格販売への追い風 ✓ 冷え込みが弱く、鍋物商材の動きが鈍る | <ul style="list-style-type: none"> 売上原価への影響要因 ✓ ロシア・ウクライナ情勢の長期化 ✓ 円安傾向の継続 ✓ インフレによる物価上昇 |
|--|---|

コアEBITDAの変動要因

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 売上収益の主な上昇要因 ✓ (まいたけ)販売単価の上昇 ✓ (エリンギ)販売単価の上昇 ✓ (ぶなしめじ)販売単価の上昇 | <ul style="list-style-type: none"> 売上原価の主な上昇要因 ✓ 電気料金の高騰 ✓ 材料(原材料、包材)費の上昇 |
|---|--|



2024年3月期 通期連結業績予想の上方修正 (2023年11月9日公表値から変更なし)

再生可能エネルギー発電促進賦課金が想定より低く設定されたこと、自社の原価・費用削減活動の成果が見込まれることから、通期連結業績予想を上方修正する

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 前回発表予想 (A)	2024年3月期 今回発表予想 (B)	増減額 (B-A)	増減率
収益合計	42,204	42,389	44,467	+2,078	4.9%
内売上収益	31,016	33,157	33,157	-	-
営業利益	2,191	673	1,624	+951	141.3%
対収益合計比率	5.2%	1.6%	3.7%		
税引前利益	1,794	228	1,210	+982	430.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,181	121	780	+659	544.6%
基本的1株当たり当期利益(円)	29.63	3.05	19.58	+16.53	542.0%
【参考数値】					
コアEBITDA ※1	4,663	3,182	4,034	+852	26.8%
コアEBITDA マージン ※2	15.0%	9.6%	12.2%		-

※1 コアEBITDA=コア営業利益 + 減価償却費及び償却費

※2 コアEBITDAマージン=コアEBITDA ÷ 売上収益

コアEBITDA予想値の主な修正要因

当初予想値	3,182 百万円	補足説明
売上収益	— 百万円	厳しい外的環境を踏まえた保守的な前提での予想 影響が大きい需要期の3Q以降のパフォーマンスが確定するまで据え置き
売上原価	568 百万円	2Qまでの削減実績値と3Qで削減可能性が高い項目のみ反映
販売管理費	284 百万円	2Qまでの削減実績値と3Qで削減可能性が高い項目のみ反映
修正予想値	4,034 百万円	今期のこれ迄の実績や外的環境の変化に基づき、前提を修正

期末配当への影響

上方修正を受け期末配当の増配を予定しているが、金額については下半期の実績及び来期以降の成長戦略投資に関する資金ニーズ等を総合的に勘案して検討する。



セグメント別売上収益

まいたけ、エリンギ、ぶなしめじ、その他の茸は前年同期で増収

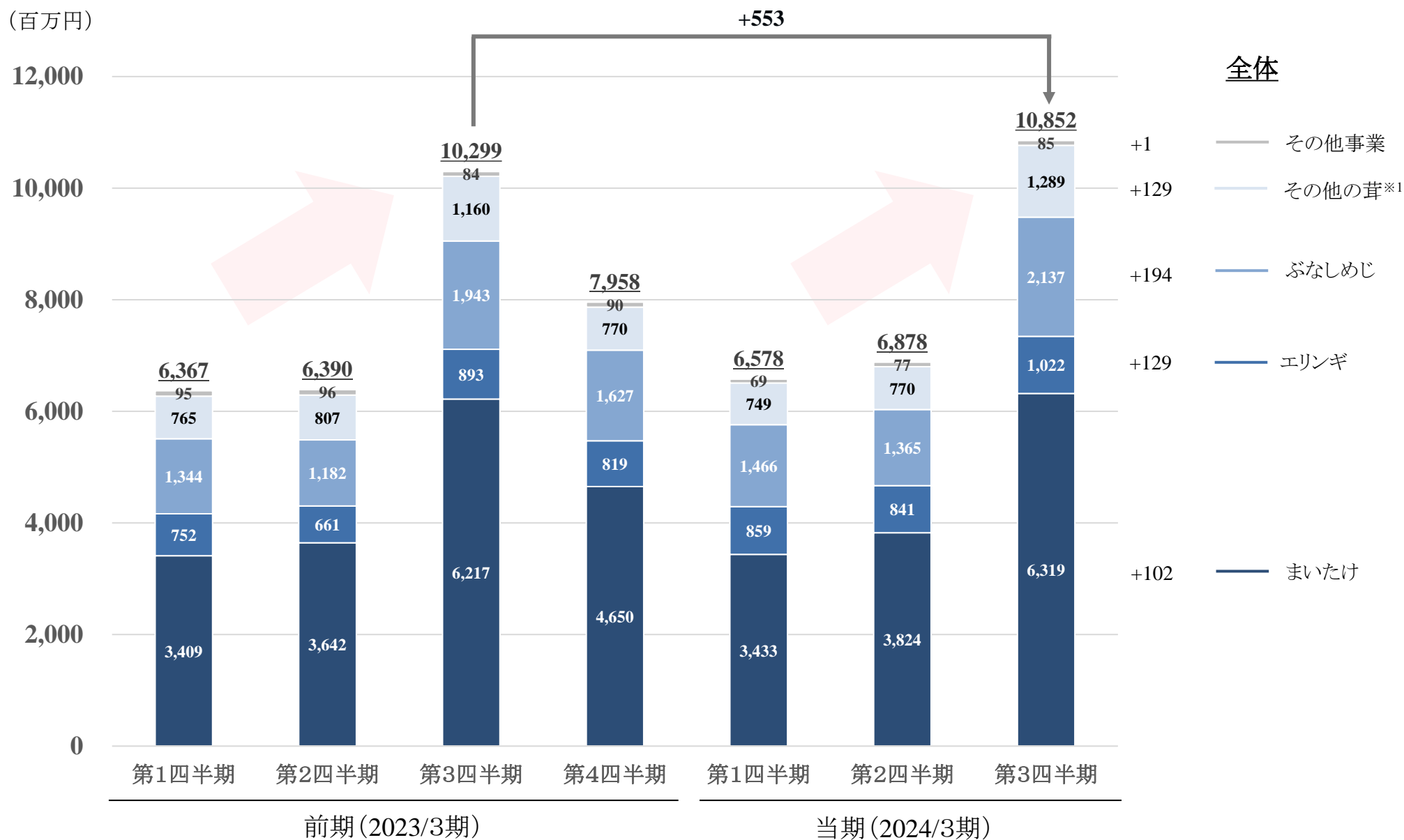
(百万円)	前期(2023/3期) 第3四半期累計		当期(2024/3期) 第3四半期累計		増減	
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率
売上収益合計	23,057	100.0%	24,309	100.0%	1,252	+5.4%
茸事業	22,781	98.8%	24,077	99.0%	1,296	+5.7%
まいたけ	13,268	57.5%	13,577	55.8%	308	+2.3%
エリンギ	2,307	10.0%	2,722	11.2%	414	+18.0%
ぶなしめじ	4,470	19.4%	4,969	20.4%	498	+11.2%
その他の茸 ^{※1}	2,734	11.9%	2,808	11.6%	74	+2.7%
その他事業	276	1.2%	231	1.0%	△44	△16.1%

※1 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、海外子会社、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



※1 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、海外子会社、仕入きのこ他



2024年3月期 第3四半期累計 茸事業の状況

販売単価は、各きのことにも対前年同期・対計画ともに達成

販売量は、まいたけは対前年同期・対計画ともに下回るが、エリンギは対前年は上回った一方、対計画で下回り、ぶなしめじは、ほぼ横ばいで推移

販売量比較※1

	対前年同期	対計画
まいたけ	93.8%	95.2%
エリンギ	108.4%	99.4%
ぶなしめじ	101.1%	100.2%
その他の茸3品※2	90.8%	86.0%

販売単価比較※1

	対前年同期	対計画
まいたけ	109.0%	103.0%
エリンギ	110.7%	108.3%
ぶなしめじ	110.0%	103.6%
その他の茸3品※2	106.4%	104.2%

※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

海外事業会社買収に際し借入金が増加するも、四半期利益の積み上げによる資本の厚みも着実に増加

(百万円)	前期(2023/3期)	当期(2024/3期) 第3四半期累計	増減	
	実績	実績	金額	率
流動資産	7,180	13,139	+5,958	+83.0%
現金及び預金	1,060	3,221	+2,160	+203.7%
営業債権及びその他の債権	1,907	3,972	+2,064	+108.2%
棚卸資産	1,422	1,457	+34	+2.5%
生物資産	2,662	4,366	+1,704	+64.0%
非流動資産	26,124	27,520	+1,395	+5.3%
有形固定資産	18,966	19,656	+690	+3.6%
のれん及び無形資産	5,285	5,926	+641	+12.1%
資産合計	33,304	40,659	+7,354	+22.1%
流動負債	6,592	26,842	+20,249	+307.1%
営業債務及びその他の債務	1,877	4,936	+3,059	+163.0%
未払法人所得税	693	1,119	+426	+61.5%
短期借入金	-	1,800	+1,800	-
1年内返済予定の長期借入金	1,509	16,379	+14,869	+985.2%
非流動負債	16,302	1,531	△14,770	△90.6%
借入金	16,070	1,182	△14,888	△92.6%
リース負債	156	202	+45	+29.3%
負債合計	22,895	28,373	+5,478	+23.9%
資本合計	10,409	12,285	+1,876	+18.0%
親会社の所有者に帰属する持分合計	10,409	12,223	+1,814	+17.4%
負債及び資本合計	33,304	40,659	+7,354	+22.1%



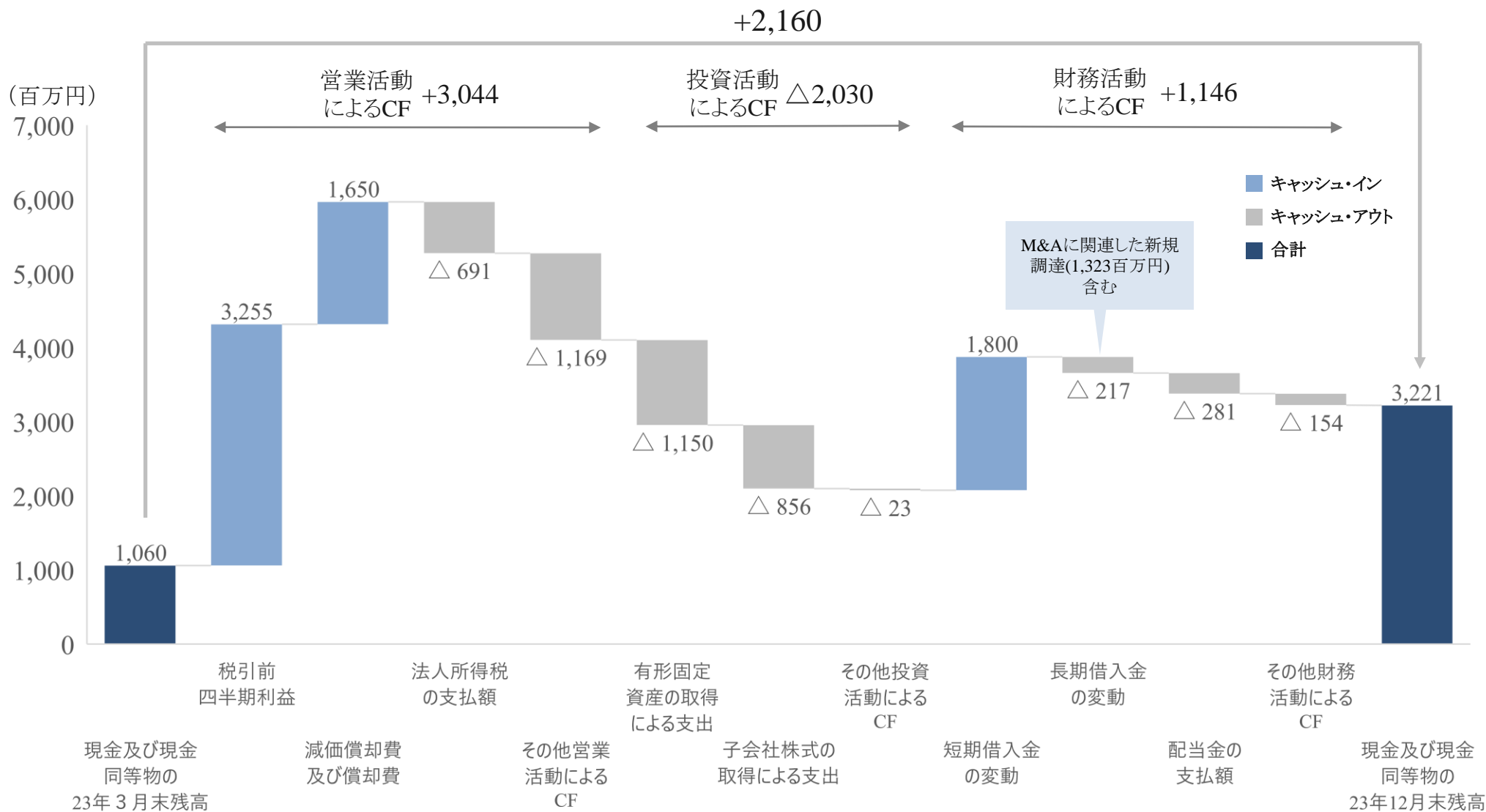
連結キャッシュ・フロー計算書(前年同期との比較)

営業活動によるCF…税引前利益の増加により収入増
 投資活動によるCF…子会社株式の取得があるも設備投資の減少により支出減
 財務活動によるCF…借入金の調達による増加

(百万円)	前期(2023/3期)	当期(2024/3期)	増減 金額
	第3四半期累計 実績	第3四半期累計 実績	
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,844	3,044	+1,200
税引前利益	2,597	3,255	+657
減価償却費及び償却費	1,571	1,650	+78
営業債権及びその他の債権の増減額	△1,536	△1,796	△260
棚卸資産及び生物資産の増減額	△1,107	△1,608	△500
営業債務及びその他の債務の増減額	1,657	1,790	+132
法人所得税の支払額	△1,497	△691	+805
その他	157	444	+286
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,332	△2,030	+302
有形固定資産の取得による支出	△2,299	△1,150	+1,148
無形資産の取得による支出	△14	△0	+14
子会社株式の取得による支出	-	△856	△856
その他	△18	△22	△4
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,212	1,146	+2,359
短期借入金の借入による収入	1,500	4,300	+2,800
短期借入金の返済による支出	-	△2,500	△2,500
長期借入れによる収入	-	1,323	+1,323
長期借入金の返済による支出	△1,348	△1,540	△192
配当金の支払額	△1,193	△281	+912
その他	△171	△154	+16
現金及び現金同等物の増減額	△1,701	2,160	+3,862
現金及び現金同等物の期首残高	3,723	1,060	△2,662
現金及び現金同等物の期末残高	2,022	3,221	+1,199

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税の支出等を上回り、営業CFは**3,044**百万円増加するも有形固定資産の取得、子会社株式の取得による支出もあり、最終的に現金及び現金同等物は**2,160**百万円増加





主要財務指標の状況

資本の増加により、ネットD/Eレシオは改善
コアEBITDAが改善傾向にあり、ネットD/コアEBITDA倍率は前期末の水準に戻る

のれんに関する財務指標推移

■ のれん/純資産倍率^{※1}

0.5x

2023年
3月期



0.5x

2024年3月期
第3四半期



- 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^{※1}

1.6x

2023年
3月期



1.3x

2024年3月期
第3四半期

■ ネットD/コアEBITDA倍率^{※2}

3.5x

2023年
3月期



3.5x^{※3}

2024年3月期
第3四半期

※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

当期は、対前年同期で増収増益となり経営指標が改善傾向

	前期(2023/3期) 第3四半期累計	当期(2024/3期) 第3四半期累計
営業利益率	8.9%	10.1%
コアEBITDAマージン	16.9%	15.9%
基本的1株当たり四半期利益※1	43.44円	53.48円
ROE(親会社所有者帰属持分四半期利益率)※2	12.2%	13.6%
ROIC(投下資本利益率)※3	5.3%	6.2%

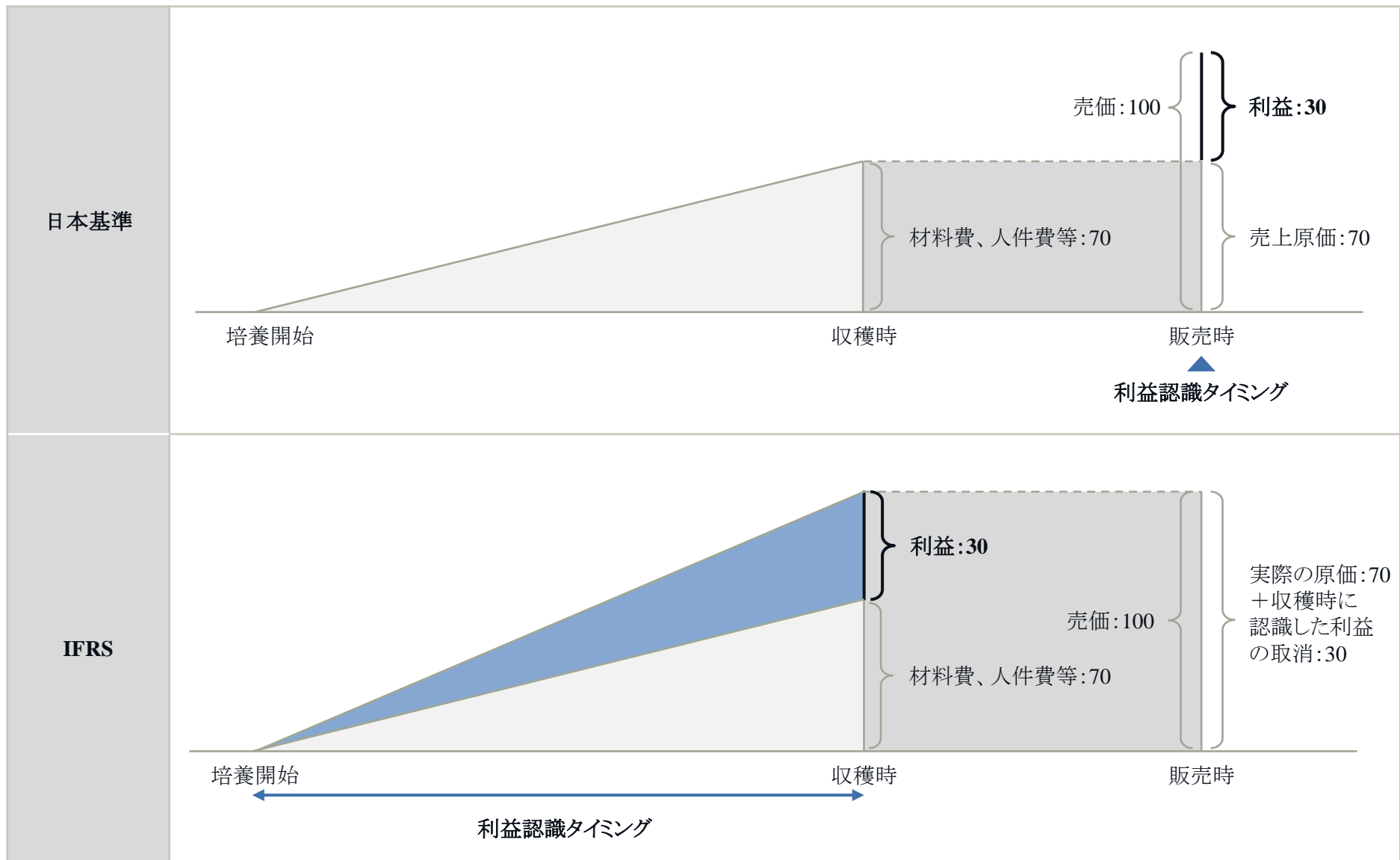
※1 当社は2020年7月30日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っており、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、基本的1株当たり当期利益を算定

※2 直近12ヶ月(LTM)の実績、ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率) = 親会社株主に帰属する当期利益 ÷ 当期末と前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)) ÷ (当期末と前期末の平均株主資本 + 当期末と前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3四半期累計)

まいたけ仕掛品の公正価値単価が上昇した値影響などがあり、農業会計適用によりネット損益インパクトは+1,661百万円

(単位:百万円)

	内訳	2024年3月期 第3四半期累計	
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	△764	仕掛品に含まれる利得は、期首対比で増加となったため、 <u>1,432百万円</u> のプラスインパクトとなった
	期末仕掛品に含まれる利得	2,197	
	当期収穫分	9,703	
	その他	223	
	合計	11,359	
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	△277	製品・半製品に含まれる利得は、期首対比で増加となったため、 <u>193百万円</u> のプラスインパクトとなった
	期末製品・半製品に含まれる利得	471	
	当期収穫分	△9,703	
	その他	△187	
	合計	△9,697	
損益インパクト合計		1,661	



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	累計
当期 (2024/3期)	収益					
	期首仕掛品に含まれる利得	△764	△665	△1,958		△764
	期末仕掛品に含まれる利得	665	1,958	2,197		2,197
売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△277	△278	△510		△277
	期末製品・半製品に含まれる利得	278	510	471		471
	当期収穫分	±0	±0	±0		±0
	その他	28	8	△1		35
	損益インパクト合計	△69	+1,533	+197		+1,661

(百万円)		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	累計
前期 (2023/3期)	収益					
	期首仕掛品に含まれる利得	△1,042	△739	△1,599	△1,643	△1,042
	期末仕掛品に含まれる利得	739	1,599	1,643	764	764
売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△280	△252	△485	△338	△280
	期末製品・半製品に含まれる利得	252	485	338	277	277
	当期収穫分	±0	±0	±0	±0	±0
	その他	25	7	△1	△36	△5
	損益インパクト合計	△304	+1,100	△105	△976	△285



TVCMによるまいたけ訴求

「雪国史上、最高傑作。」をキャッチコピーとして、人気俳優 中川大志さんがCM出演
「雪国まいたけ極」のこだわりの発信とともに、店頭やデジタルツールを活用して一貫通貫のマーケティングを行う

コンセプト

雪国オリジナルのこだわりの
プレミアム製品

- 独自開発の菌
- 長期熟成
- 大株



俳優 中川大志さん

売場展開



売場イメージ

レシピ提案



SNS発信

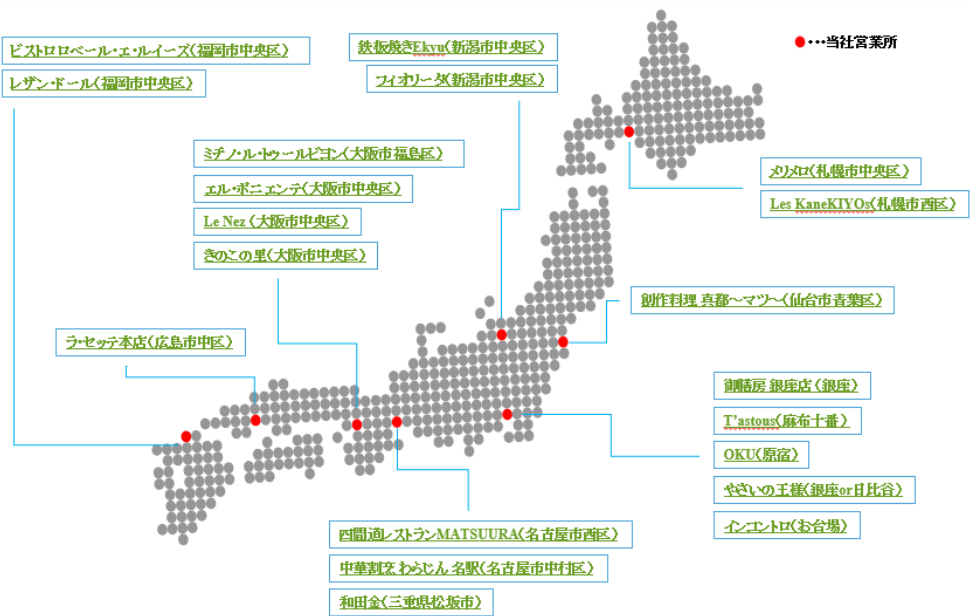




「雪国まいたけ極 白」のプレミアム展開

「雪国まいたけ極 白」を使ったメニューが全国各地の高級料理店で採用
高級感溢れる料理とシェフの感想やお客様の反応などを当社ホームページで紹介し、プレミアムきのこの魅力を訴求

白まいたけメニューの提供店



当社WEBサイトで紹介



https://www.maitake.co.jp/_recipe/special/white_restaurant/

提供メニューやシェフの感想、お客様の反応などを掲載



- 「雪国まいたけ極 白」を使ったメニューを提供する料理店が全国に拡大
- ミシュラン1つ星獲得のレストランにおいても白まいたけが採用される
- 白まいたけの見た目の鮮やかさから、有名料理店で高級感あふれる料理に活用いただく



プロダクト・イノベーションの取り組み:代替肉の開発

テレビ、新聞等の各種メディアに当社のきのこ代替肉が取り上げられる機会が増加
組織体系をさらに強化させ、国内事業の成長に向けたさらなる拡大に取り組む

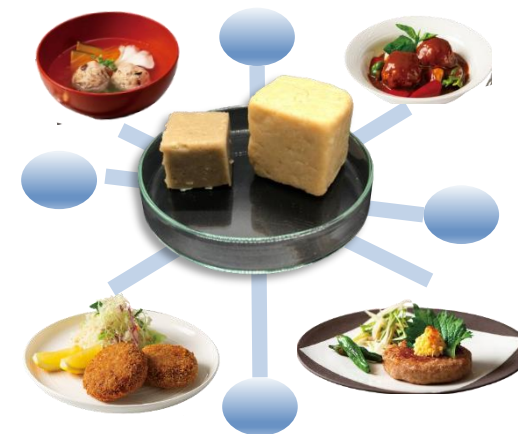
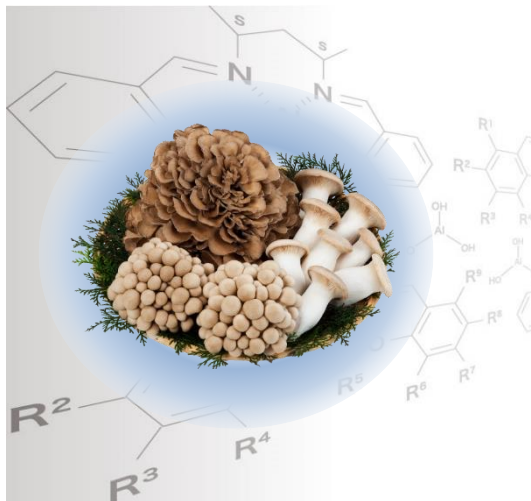
きのこの
ポテンシャル

研究開発力

プロダクト・イノベーション

代替肉開発成功

上市に向けて推進



高まる関心

肉の代わりではなくなる? “きのこ由来肉”発売が「代替肉」の再定義に



地球環境に優しい食材として、世界で注目を集めている「代替肉」(だいたいにく)。だが一方で、「肉の味には及ばない」「価格が高い」「加工時に何が入っているかわからない」などネガティブなイメージが広がっているのも事実。そんななか、きのこの生産販売を手掛ける大手・雪国まいたけが、きのこを主原料とした「代替肉」の開発に成功。今年度中に製品化し、販売を目指すことを発表した。日本では、

ORICON NEWS (2023年8月24日)



日本テレビ「世界一受けたい授業」
(2024年1月6日)



「日経MJ」(2024年1月24日)
「日経新聞」(2024年1月27日)



TBS「THE TIME」
(2024年2月1日)



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る

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

マテリアリティ(重要課題)の特定



- 持続的な成長と社会課題の解決に向けて、重要かつ優先的に取り組むべきマテリアリティ(重要課題)の特定を行う
- 特定された7つのマテリアリティごとに施策の方向性と目標を定め、取り組みの進捗を管理していく
- 2023年2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
- シナリオ分析を行い、2023年5月、当社ウェブサイトにて新たに公開

GHG排出量ネットゼロに向けた取り組み



- 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

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

仕事と育児の両立サポート

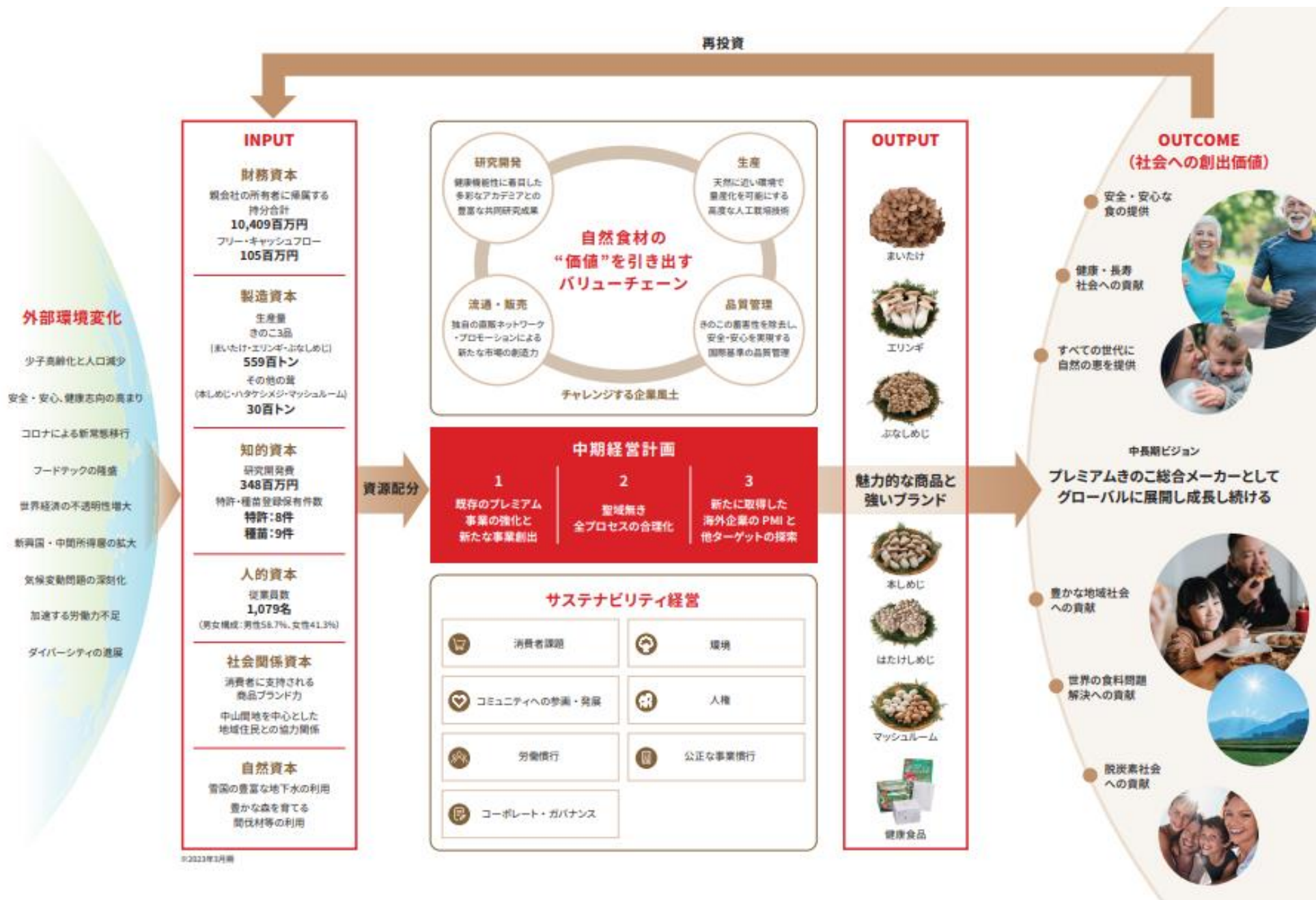


- さまざまなライフステージにおいて、従業員が安心して働ける環境を整備
- 仕事と育児の両立支援の取り組みは、2023年6月6日、厚生労働大臣認定「くるみん認定」を取得



価値創造プロセス

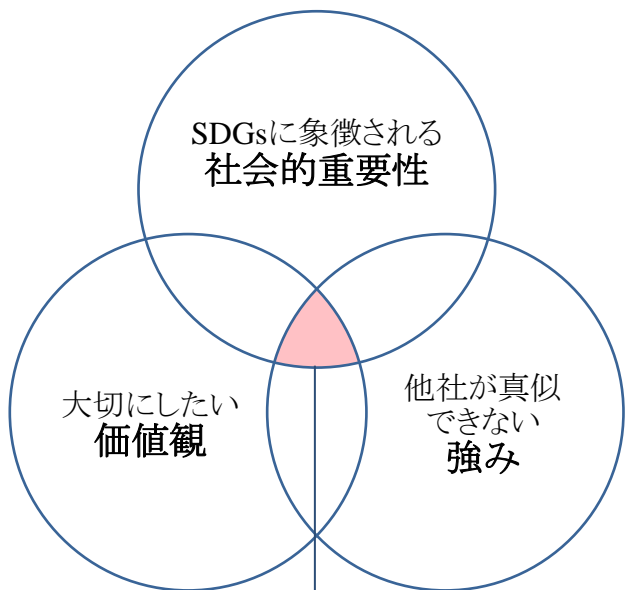
外部環境の変化がある中、バリューチェーンや当社の強みを活かし、事業活動を通じて社会とともにサステナブルな成長をし続ける





マテリアリティ(重要課題)の特定

自社の持続的な成長と社会課題の解決に向けて取り組むべき重要なテーマとして、7つのマテリアリティを特定
それぞれのマテリアリティごとに施策の方向性と目標を定め、取り組みの進捗を管理



マテリアリティ(取り組むべき重要課題)

持続可能な社会に向けて
価値創造プロセス策定
(2022年6月)

E	持続可能な原材料等の調達と水資源の活用 6 安全な水とトイレを世界中に 12 つくる責任 つかう責任 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさも守ろう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	気候変動への対応 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を
S	安全・安心・高品質なきこの提供を通じた健康的な社会の実現 3 すべての人に健康と福祉を 8 働きがいも経済成長も 12 つくる責任 つかう責任
	地域社会との共生 4 質の高い教育をみんなに 11 住み続けられるまちづくりを 15 陸の豊かさも守ろう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
G	きのこを起点とした新たな価値創出 8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	人的資本への投資と人権の尊重 3 すべての人に健康と福祉を 4 質の高い教育をみんなに 5 ジェンダー平等を實現しよう 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう 12 つくる責任 つかう責任 16 平和と公正をすべての人に
G	公正・透明・健全な事業活動 8 働きがいも経済成長も 16 平和と公正をすべての人に 17 パートナーシップで目標を達成しよう



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
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む

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

シナリオ分析を行い、事業へのリスクと機会を特定してホームページにて公開(2023年5月)



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-CO₂、スコープ3で約16,700t-CO₂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



気候変動シナリオに基づくリスクと機会

当社グループでは、4°Cシナリオ、1.5°Cシナリオを用いて、2030年における気候変動に伴うリスクと機会の分析を実施
リスク低減に努め、機会の拡大に向けて継続的に取り組む

分類	事象	想定される事業への影響	発現時期	重要度	対応策	
移行リスク	政策	炭素税の導入	<ul style="list-style-type: none"> 生産・物流などの事業活動に伴うCO2排出量に対する炭素税負担の増加 	短期 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> 生産プロセスの効率化による生産コスト削減 再生可能エネルギー導入による将来的な炭素税負担の回避 等
			<ul style="list-style-type: none"> プラスチック製包装資材の調達コスト増加 	短期 中長期	小	<ul style="list-style-type: none"> プラスチック包装資材の減量化による調達コスト削減
物理リスク	急性	台風や豪雨、猛暑等の異常気象の激甚化、多発	<ul style="list-style-type: none"> 自然災害、異常気象によって、きのこ栽培の原材料であるオガ粉、ふすま等の副材料の調達が不安定化、価格が高騰 	短期 中長期	小	<ul style="list-style-type: none"> 培地の再利用比率の向上によるオガ粉の使用量削減 「雪国まいたけの森づくり」活動を通じた活力ある森林整備と持続可能なオガ粉の調達 等
	慢性	気温の上昇、降水・気象パターンの流動化	<ul style="list-style-type: none"> 気温上昇によってきのこの生育環境変化し、温度・湿度管理のための空調費用などが増加 	短期	小	<ul style="list-style-type: none"> 高効率、省エネルギーな空調設備への切替 気候変化の影響を受けにくい栽培技術や品種開発
機会	製品とサービス	低炭素・脱炭素に貢献しうる商品・サービスの開発・拡大	<ul style="list-style-type: none"> 動物性食品から植物性食品への代替が進み、きのこを用いた新たな商材の創出機会が増加 	短期 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> きのこの特性を活かした代替プロテインを新たな製品として生み出すための研究開発
		消費者嗜好の変化	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動による感染症リスクへの懸念から、免疫力の向上に役立つきのこのニーズが増加 	短期	小	<ul style="list-style-type: none"> 消費者へのきのこの効能の訴求により、年間を通してきのこを食する習慣を普及
	レジリエンス	物理リスクの顕在化	<ul style="list-style-type: none"> 露地栽培よりも気象変化に左右されにくい施設栽培の作物であるきのこの販売機会が拡大 	短期	小	<ul style="list-style-type: none"> 不安定な気候環境でも安定的に商品を生産・供給



GHG排出量削減目標と実績

23/3期のGHG排出量は、基準年である21/3期から6.7%削減
51/3期ネットゼロに向けたマイルストーンである31/3期の目標に向け、取り組みを進める

温室効果ガス排出削減の実績と目標



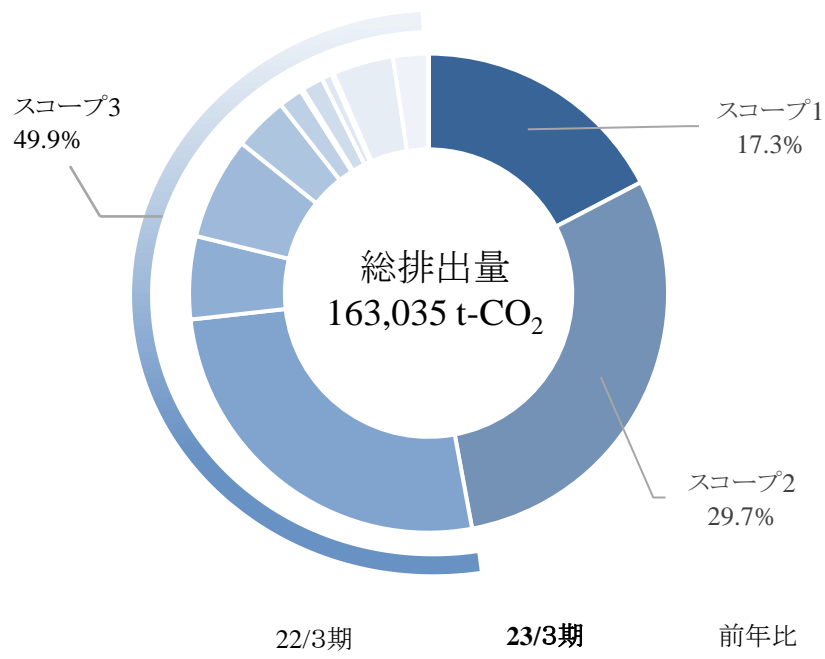
※1 対象範囲は雪国まいたけ、三蔵農林、瑞穂農林。算定計数はIDEA並びに環境省データベースを使用。データベースが存在しないものは、シナリオを作成し算定



GHG排出量削減の実績と取り組み

23/3期のGHG排出量は、前期よりも△4.6%削減
新たな取り組みについては、計画的に進めていく

スコープ別温室効果ガス排出量(2023年3月期実績)※1



スコープ1

LNGへの切替



- 五泉バイオセンター(2021年1月)、第3バイオセンター(2022年10月)でLNG導入完了
- 次世代エネルギーの活用によりGHG削減を推進

スコープ2

生産の効率化



- 培地の殺菌方法や既存設備など、見直しや改善により、GHG削減にもつながる効率的な生産が可能となった

スコープ3 (カテゴリ4)

モーダルシフトの推進



- モーダルシフトにより、鉄道輸送を活用した長距離輸送を行う
- トラック輸送に比べ、約8割のCO₂削減効果が見込まれる

	22/3期	23/3期	前年比
スコープ1~3 合計	170,816 t-CO ₂	163,035 t-CO ₂	△4.6%

※1 対象範囲は雪国まいたけ、三蔵農林、瑞徳農林。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
三蔵農林は、2023年4月1日付で吸収合併を行い、「岡山バイオセンター」へ名称変更



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

活動履歴

2020年

- 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
- 「雪国まいたけの森」の開所



2021年

- 下草刈り、間伐による整備
- 広葉樹(サクラ)の植樹、小枝拾い



23/3期活動実績

- サクラ、ヤマモミジの植樹
- ウッドチップ敷き
- 下草刈り、間伐等による整備



- 林野庁主催「森林×脱炭素チャレンジ2022」※1において「グリーンパートナー2022」に認定



森林整備活動による二酸化炭素吸収の他にも、間伐した木材をおが粉に加工してきのこの培地で活用したり、使用済みの培地をボイラーの燃料に利用するなど、木材を無駄なく循環活用している活動が認められ「グリーンパートナー2022」に認定された

※1 2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、森林による二酸化炭素吸収量の確保や強化に貢献する企業の取り組みを顕彰する制度

従業員が安心して働ける環境整備に取り組み、「子育てサポート企業」としてくるみん認定を取得

「くるみん」とは

- 仕事と子育ての両立支援に取り組み、「子育てサポート企業」として厚生労働大臣の認定を受けた証
- 次世代育成支援対策推進法に基づき、各企業で一般事業主行動計画を策定して、計画に定めた目標を達成し、一定の基準を満たした企業が申請をすることで認定を受けることができる
- 当社は、今後2年間における新たな一般事業主行動計画(表1)を策定

表1

雪国まいたけ 一般事業主行動計画

計画期間	2023年4月1日～2025年3月31日
目標	① 男性社員の育児休業取得率50%以上 ② 年次有給休暇取得率全社年間平均70%以上



当社の取り組み

- 2020年4月1日～2023年3月31日を期間とする「一般事業主行動計画」に掲げた目標「男性育児休業取得率40%」を達成
- 引き続き、子育てサポートの充実に取り組み、安心して働ける職場づくりを推進

■ 育児休業取得者数(率*1)

	21/3期	22/3期	23/3期
男	5 (23%)	11 (100%)	16 (88%)
女	16 (93%)	10 (100%)	12 (85%)
合計	21	21	28

■ 年間有給休暇取得率

	21/3期	22/3期	23/3期
	78.3%	84.0%	84.6%

※1 「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第72号の4第1号における育児休業等の取得割合を算定



2

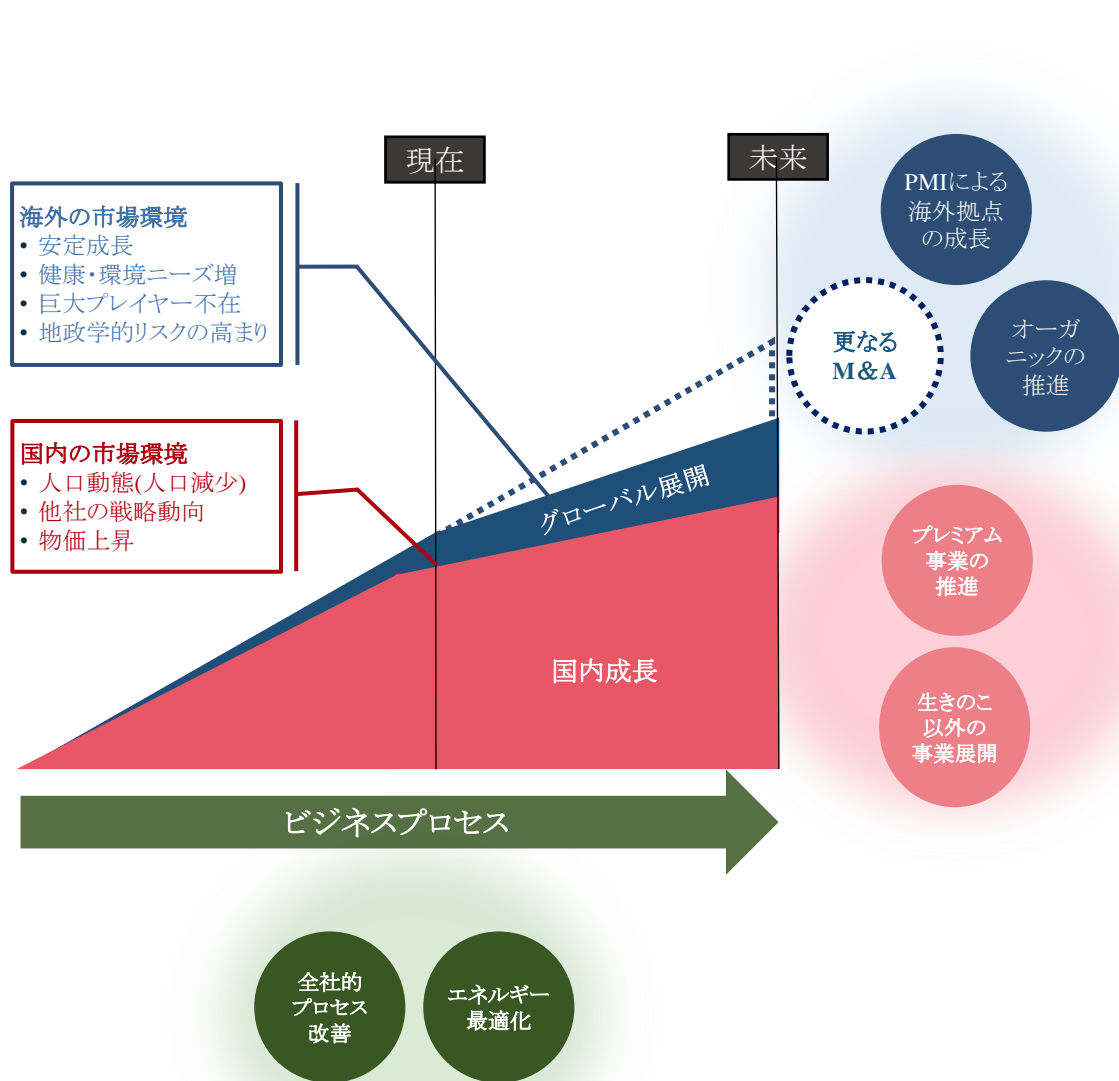
中期経営計画(2024年3月期～2028年3月期)

「中期経営計画の更新について」(2023年12月19日開示)より一部抜粋



中期経営計画(2024年3月期～2028年3月期)のイメージ図

現中計をベースに、事業環境の変化に適切に対応し、グローバルでの成長機会を引き続き模索する



国内での事業基盤の強化推進と
グローバル市場での新拠点統合と更なる事業展開

A

国内きこの市場: 既存のプレミアム事業の強化と新たな事業創出

- 既成のプレミアムポジショニングを強化し他産地との差別化を進め、消費者の品質志向ニーズを着実に捉え、国内事業の更なる強化を図る
- 他産地にないプレミアムアイテムの販売強化し、更に生きのこ事業以外の新規事業も本格的に着手する

B

ビジネスプロセス: 聖域無き全プロセスの合理化

- 全社横断的なBPRによって事業プロセスの改善を行い、コスト削減を実現
- 新規投資による省人化と省エネの推進

C

グローバル展開: 新たに取得した海外企業のPMIと、他のターゲットの探索

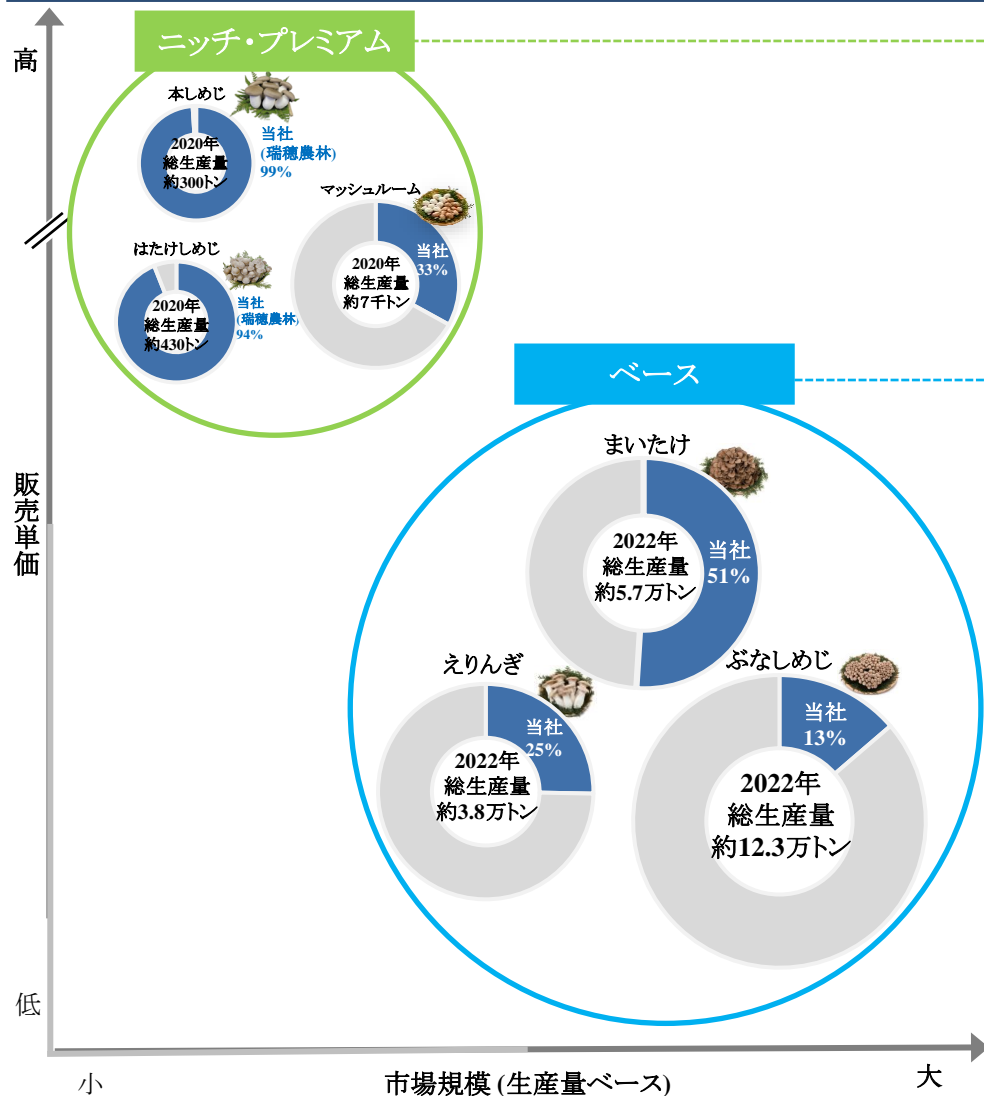
- 当社のノウハウを生かして、取得した海外企業の更なる業績拡大を目指す
- 国内の事業強化の進展や地政学的リスクを考慮し、追加買収の可能性を追求
- オーガニック戦略は、アジアに加え欧米地域での自社製品販売も検討



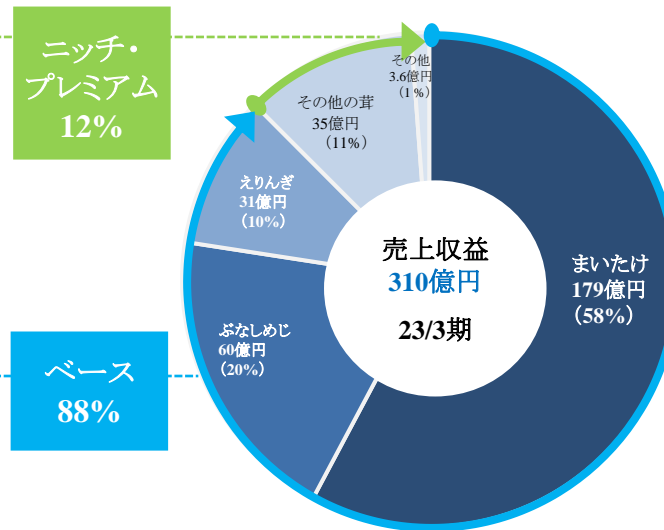
基本方針A. 国内きのこ市場(当社のプレミアムポジション)

当社の事業ポートフォリオは、まいたけを含むベース事業が全体の80%を占め、残り20%は単価が高いニッチ・プレミアム事業で構成されており、他社に比べてプレミアムなマージンが実現できている

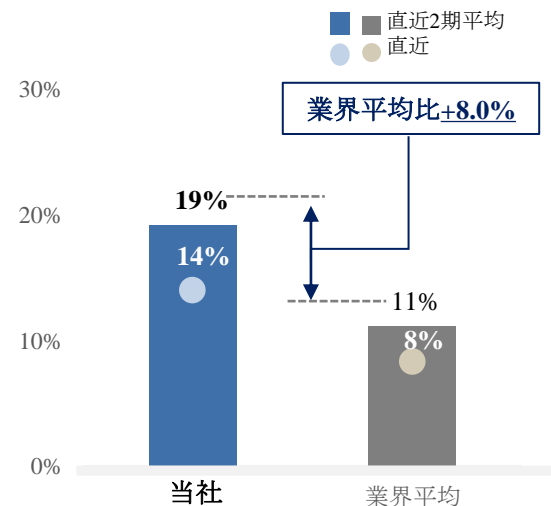
きのこ市場規模(生産ベース)とシェア



当社売上収益の構成比



当社ときのこ業界のEBITDAマージン比較



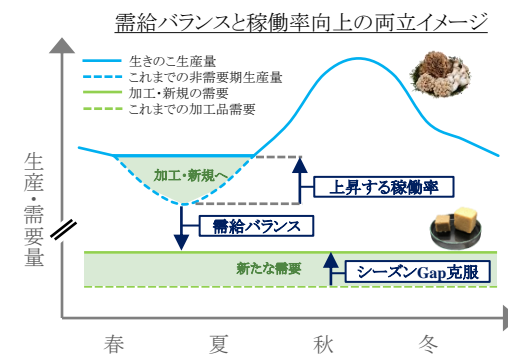
※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)
出所: 林野庁特用林産物生産統計調査、農林水産省地域特産野菜生産状況調査

基本方針A. 国内きのこ市場（ベース事業の戦略）

ベース事業では、品質志向ニーズを着実に捉え、高収益化とシェア拡大の同時達成を目指す

更なる高収益化に向けた商品配分の組み換え

- アイテム構成を見直しつつ、利便性を加えた新設計の商品も拡充し、**顧客満足度と収益性の向上を両立する**
- 生きのこ流通と加工・新規事業への投入を組み合わせ合わせた需給バランスと稼働率向上の両立によるシーズンGapの克服



プレミアムブランドの強化

- プレミアムイメージに更に磨きをかけるべく、CM・デジタル・パッケージを連動した、高級感のある立体的なプロモーションを継続展開
- 高級飲食店での採用実績と料理人の声をホームページで紹介

白まいたけの高級店採用を紹介する『極のスペシャリティ』

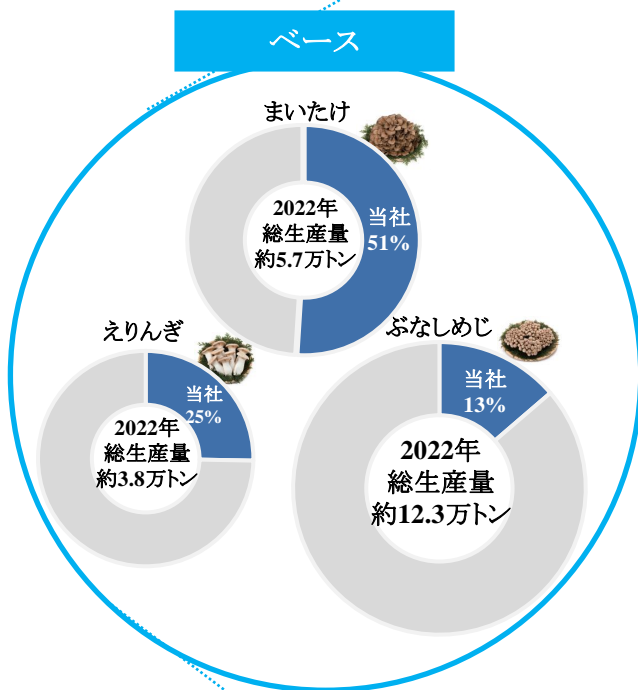


※掲載写真メニューは今後変更となる可能性があります

販売チャネルの更なる活用

- 乱高下する市況影響を受けにくい、**当社独自の広範囲かつ、強固な直接取引**を引き続き活用する
- 上記の強みを活かして営業リソースを投入し、価値提案型売り場演出を進め、win-winな販路を拡大する

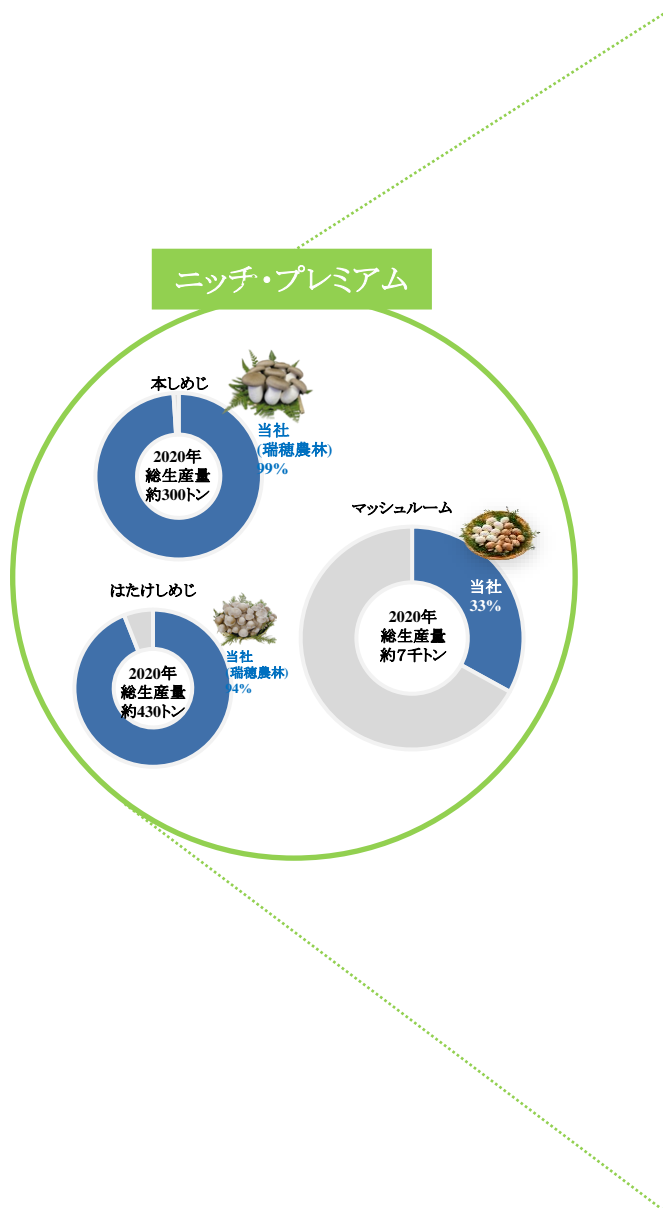
当社独自の白黒まいたけの棚構成





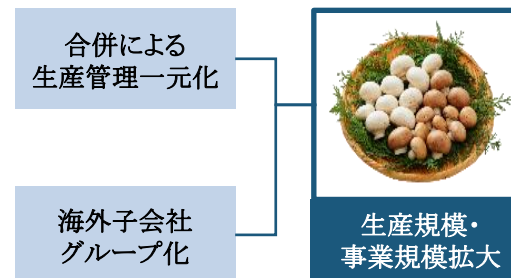
基本方針A. 国内きのこ市場(ニッチ・プレミアム事業の拡大)

希少性の高いアイテムを拡充し、新規事業領域も本格的に拡大することで、新たな成長ドライバーを構築する



マッシュルーム事業の拡大

- マッシュルームは生産量が少ない為、まいたけより更に販売単価が高く、成長余地がある魅力的な市場
- 国内の生産基盤の強化とともに、海外子会社との連携によって、事業規模を拡大する



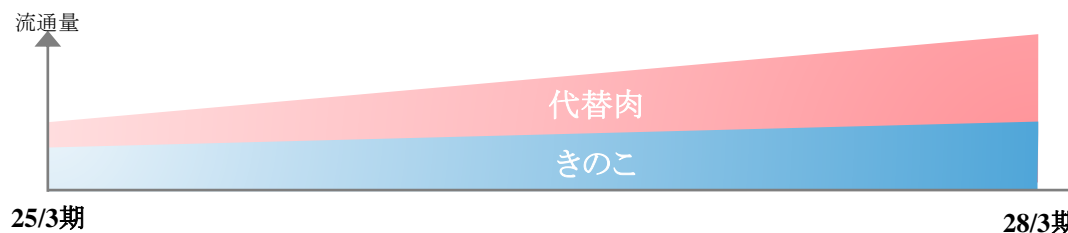
新規事業領域の本格的拡大

- 環境負荷低減のみならず健康課題の解決策と、おいしさを併せ持つ代替肉製品を拡大
- 更に原料にきのここと代替肉を組み合わせた当社独自の新品をローンチ
- 消費者の売り場経由率の高い既存の販売ルートを活用することで、スペースの獲得と定着、及び安定した拡大を見込む

代替肉素材(開発中)



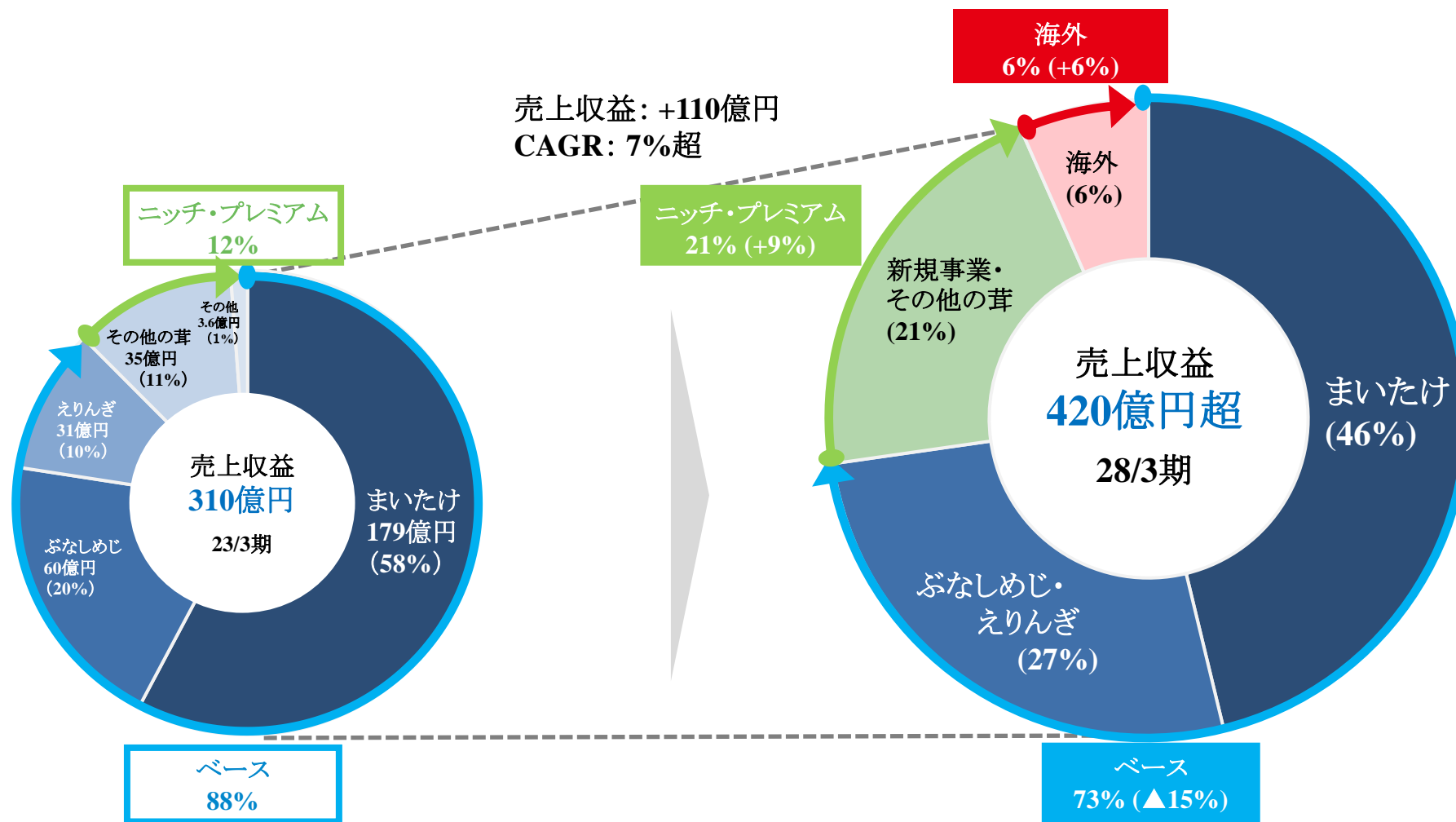
新規事業 流通製品構成のイメージ





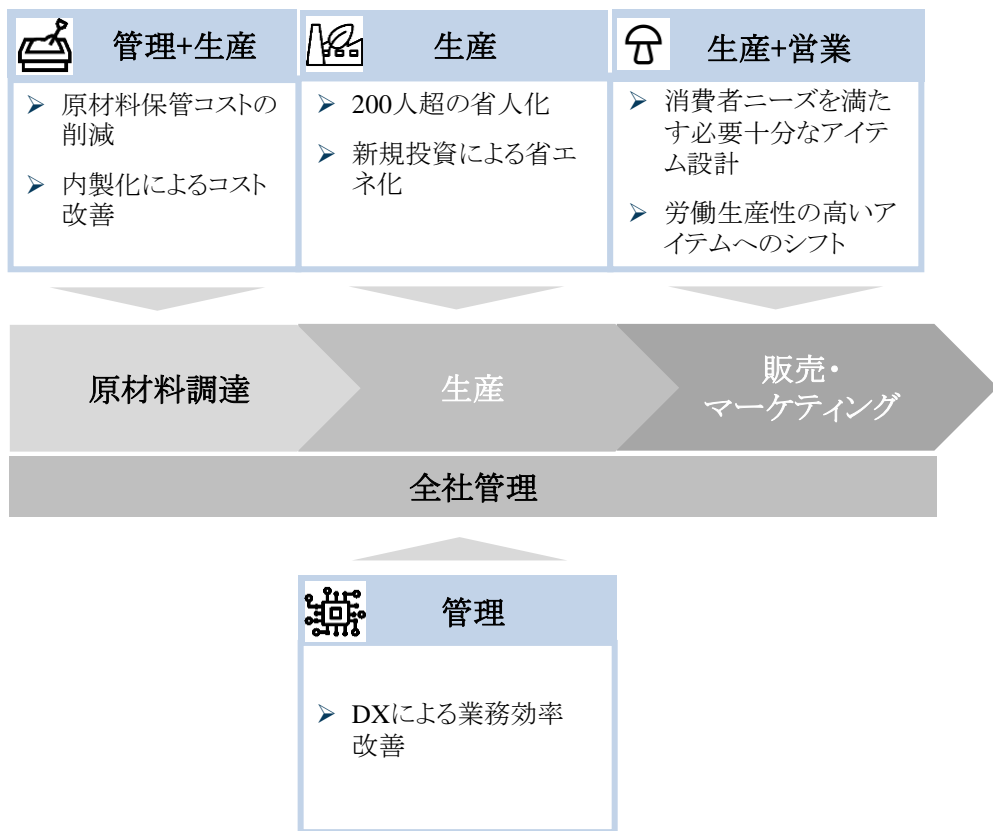
基本方針A. 国内きのこ市場(将来のポートフォリオ)

ベース事業を主軸としつつ、ニッチ・プレミアム事業と海外の2つのセグメントの拡大により、110億円超の事業拡大を目指す

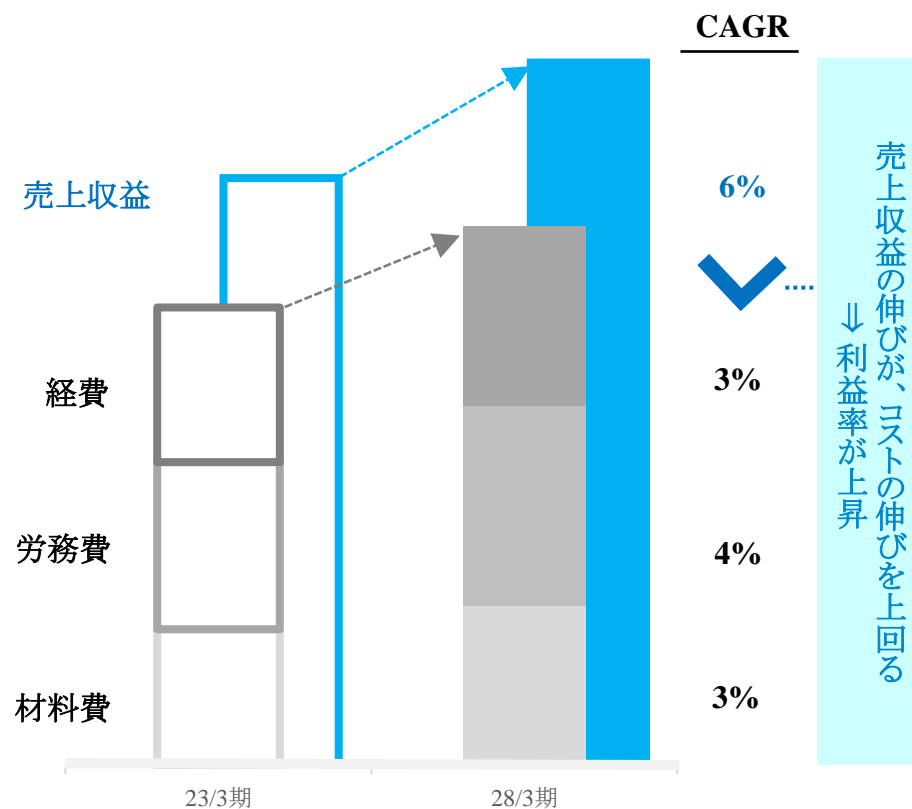


基本方針B: 聖域なき全プロセスの合理化

全社横断的なBPRによって事業プロセスの改善を行い、コストの上昇を売上収益の上昇が上回る事業構造を構築する



売上収益と売上原価の推移*



※インオーガニック除く



基本方針C: グローバル展開(更なるターゲットの探索)

欧米、ASEANで広くマーケット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

【日本 → 欧米、ASEAN】

- 当社のプレミアムきのこ
- 当社独自モデル(生産・販売)
- 難度の高いきのこを安定生産するノウハウ・技術

【欧米地域 → 日本】

- 競争力ある西洋きのこ(マッシュルーム等)
- 原材料
- その他(ノウハウ・技術)

日本

基本方針

オーガニック戦略

北米



欧州



ASEAN



■ 基本戦略

- ASEANに加え、**欧米も対象**として幅広く検討
- 国内で培った**独自のチャネルモデル**で、販路開拓のスピードを加速しつつもアライアンスも検討
- 自社チャネルに加え、**海外の他社チャネル**の活用も検討

基本方針

インオーガニック戦略

欧州



北米



■ 基本戦略

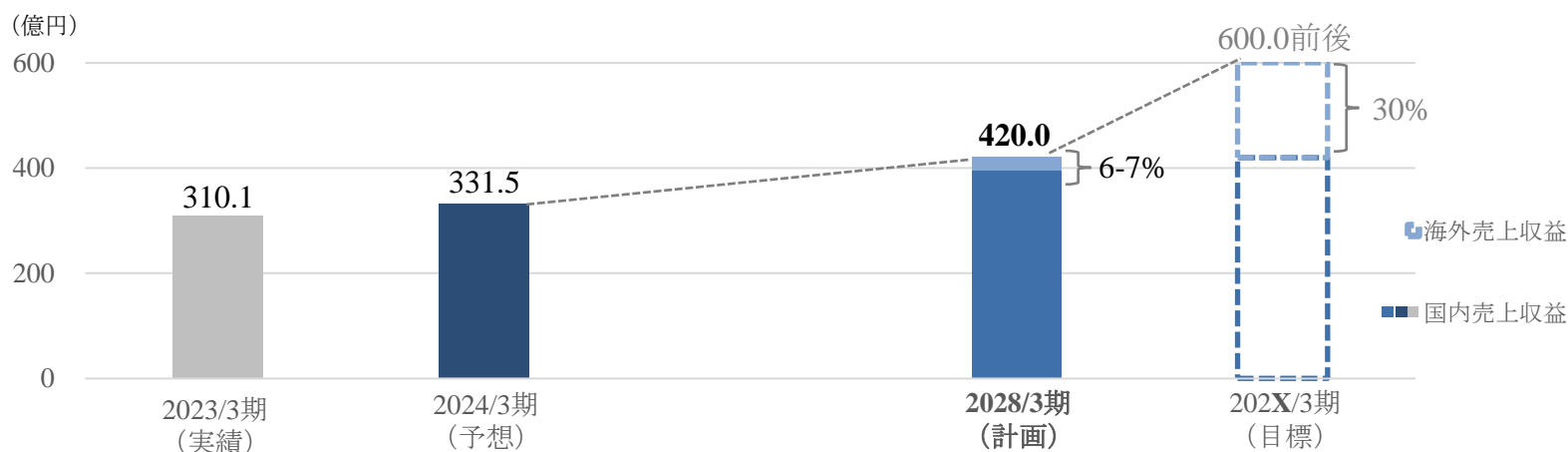
- 買収したオランダ企業を**統合**し、**更なる事業拡大**を推進する
- **優れた技術や製品**を**国境を越えて共有**し、グループ全体の競争力を向上させる
- 戦略展開に応じて**追加買収の可能性**を探索する



中期経営計画の定量目標

国内での事業基盤の再構築と、海外の新拠点の統合による着実な成長を基本戦略としつつ、条件が整えば更なる海外事業の拡大可能性も追求する

	2023/3期 (実績)	2024/3期 (予想)	2028/3期 (計画)	アップサイド
1. 売上収益	310.1億円	331.5億円	420億円超	600億円前後
2. 海外売上収益比率※1	—	—	6-7%前後	30%前後
3. コアEBITDAマージン※2	15.0%	12.2%	18%前後	18%前後
4. ROIC	5.0%	—	10%前後	



コアEBITDAマージン	15.0%	12.2%	18%前後	18%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



3

參考資料



雪国まいたけグループの概要・拠点

新潟県を中心とする生産拠点と全国各地に営業所を有し、全国をカバーする販売網を構築
 2023年12月には、オランダのきのこ事業会社をグループ化する

雪国まいたけグループ概要

代表者	湯澤 尚史
設立年月	1983年7月
本社所在地	【新潟本社】新潟県南魚沼市 【東京本社】東京都中央区
従業員数 ^{※1}	社員:1,079名、臨時雇用者数:1,252名 (2023年3月末時点)
事業所	生産拠点:8カ所 研究拠点:1カ所 営業拠点:8カ所
事業内容	まいたけなど生きのこの生産販売及びきのこ加工食品の製造販売
関連会社	瑞穂農林株式会社、 Yukiguni Maitake Netherlands Holdings B.V.

関連会社

《京都府》

瑞穂農林株式会社
(本しめじ、はたけしめじの生産)



《オランダ》

Yukiguni Maitake
Netherlands Holdings B.V.

(ボタン・マッシュルーム、およびエキゾチック・マッシュルームの製造販売)



Yukiguni Maitake
Netherlands Holdings B.V.



新潟本社



東京本部

東京本社

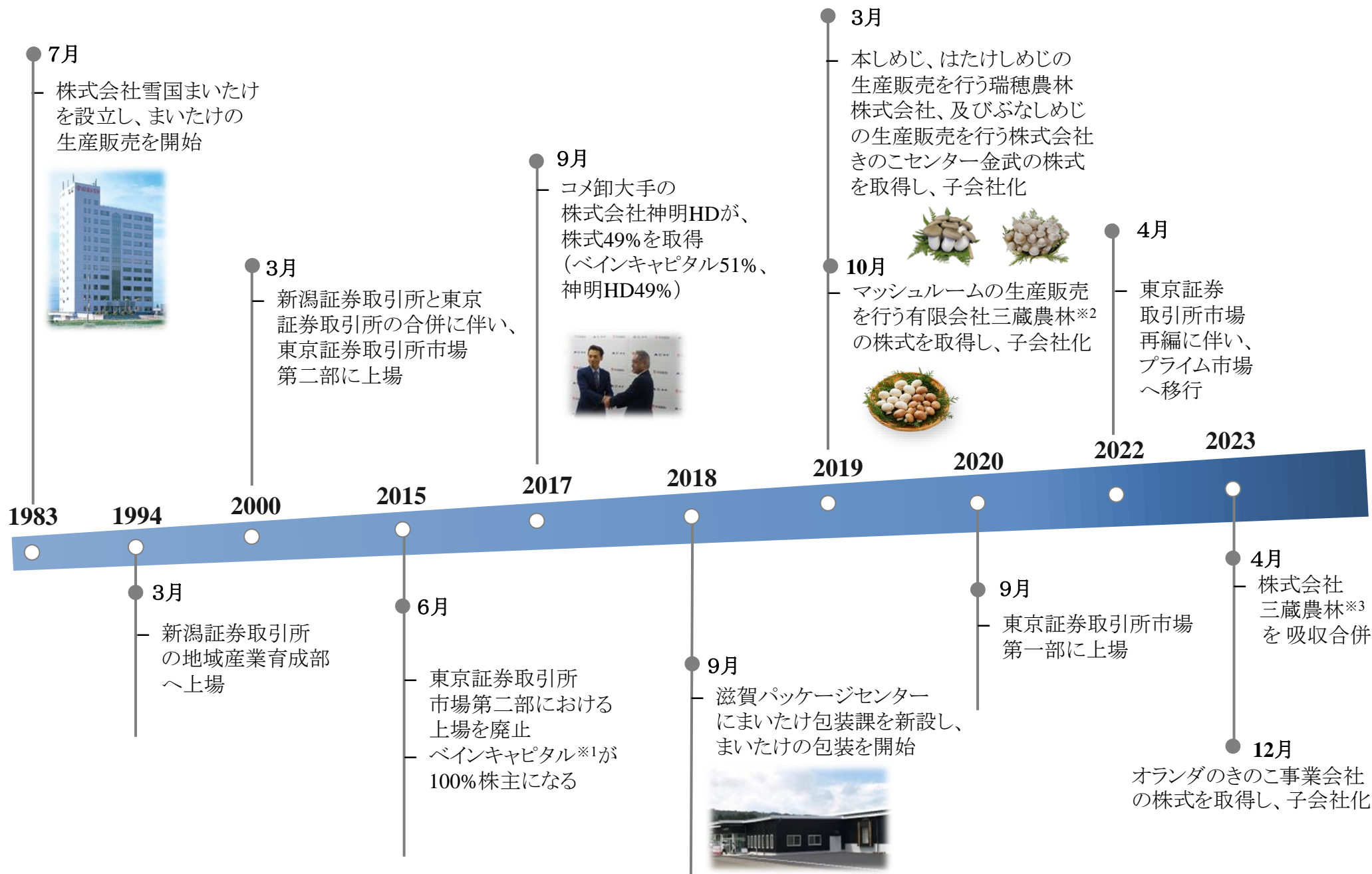


● 生産・営業拠点
● 営業拠点
● 関連会社

※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

※3 2023年4月1日付で吸収合併を行い、「岡山バイオセンター」へ名称変更

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(見つけれると”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

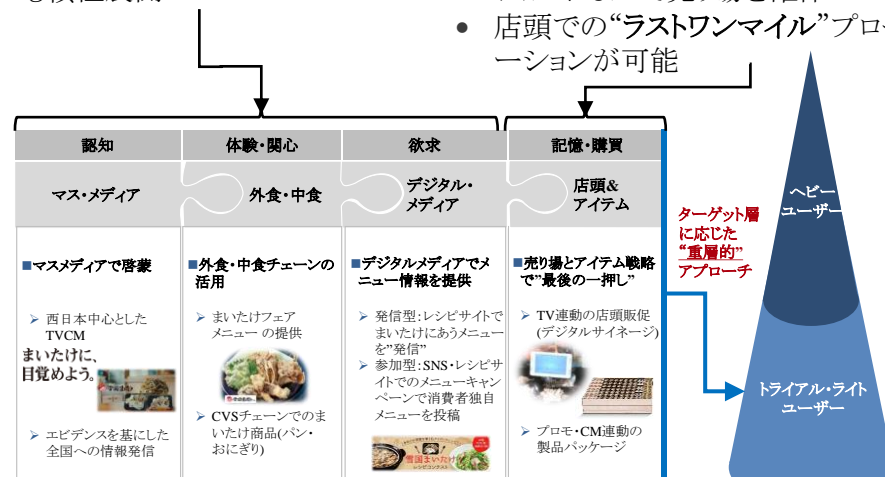
顧客層の違いに応じたきめ細かな立体的マーケティング

- 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

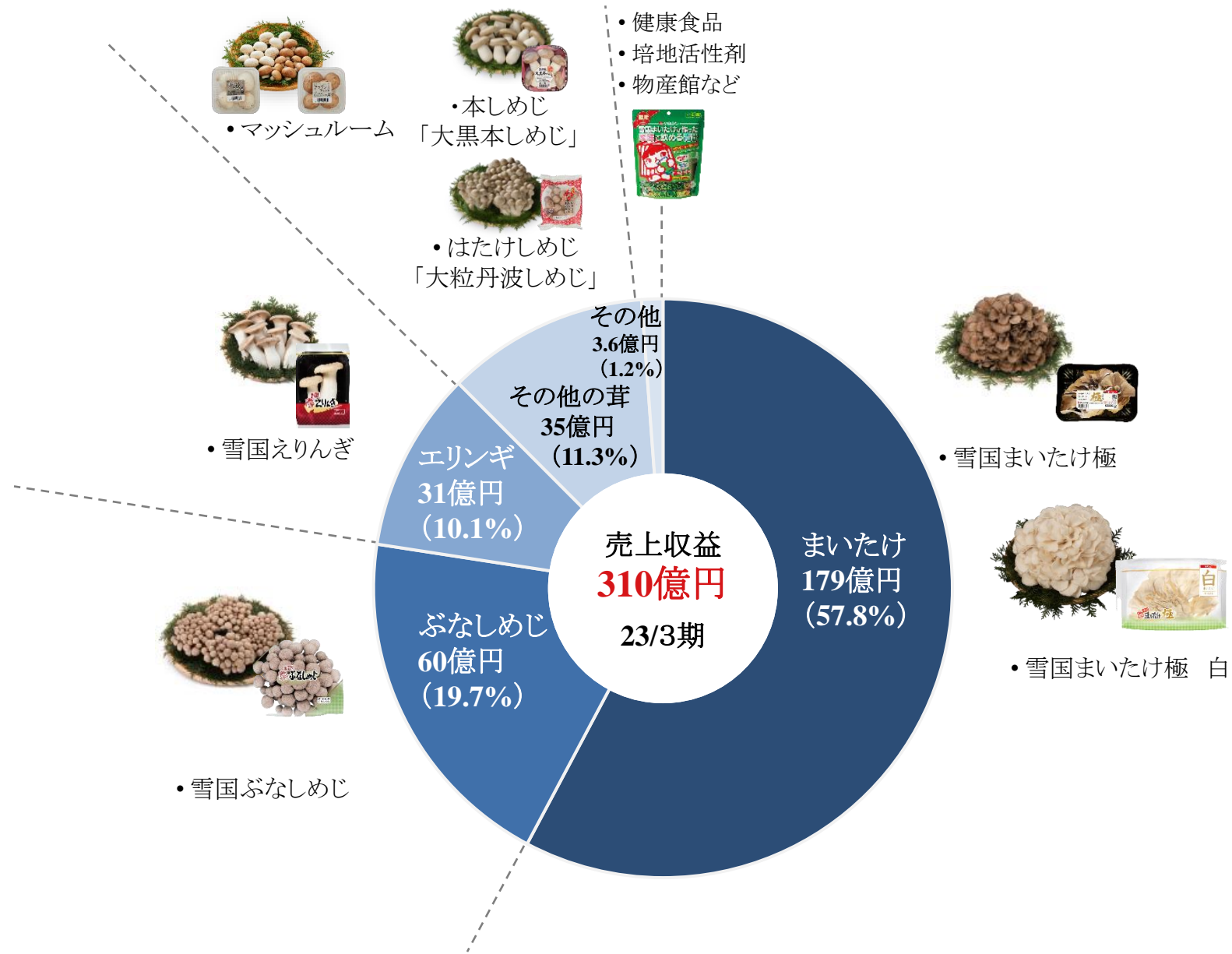


複数のメディア・チャネルを“複合”した購買プロセスの構築



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9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



マッシュルーム ※1



本しめじ ※1
「大黒本しめじ」



はたけしめじ ※1
「大粒丹波しめじ」



加工食品 ※2



健康食品 ※3



※1 その他の茸に分類

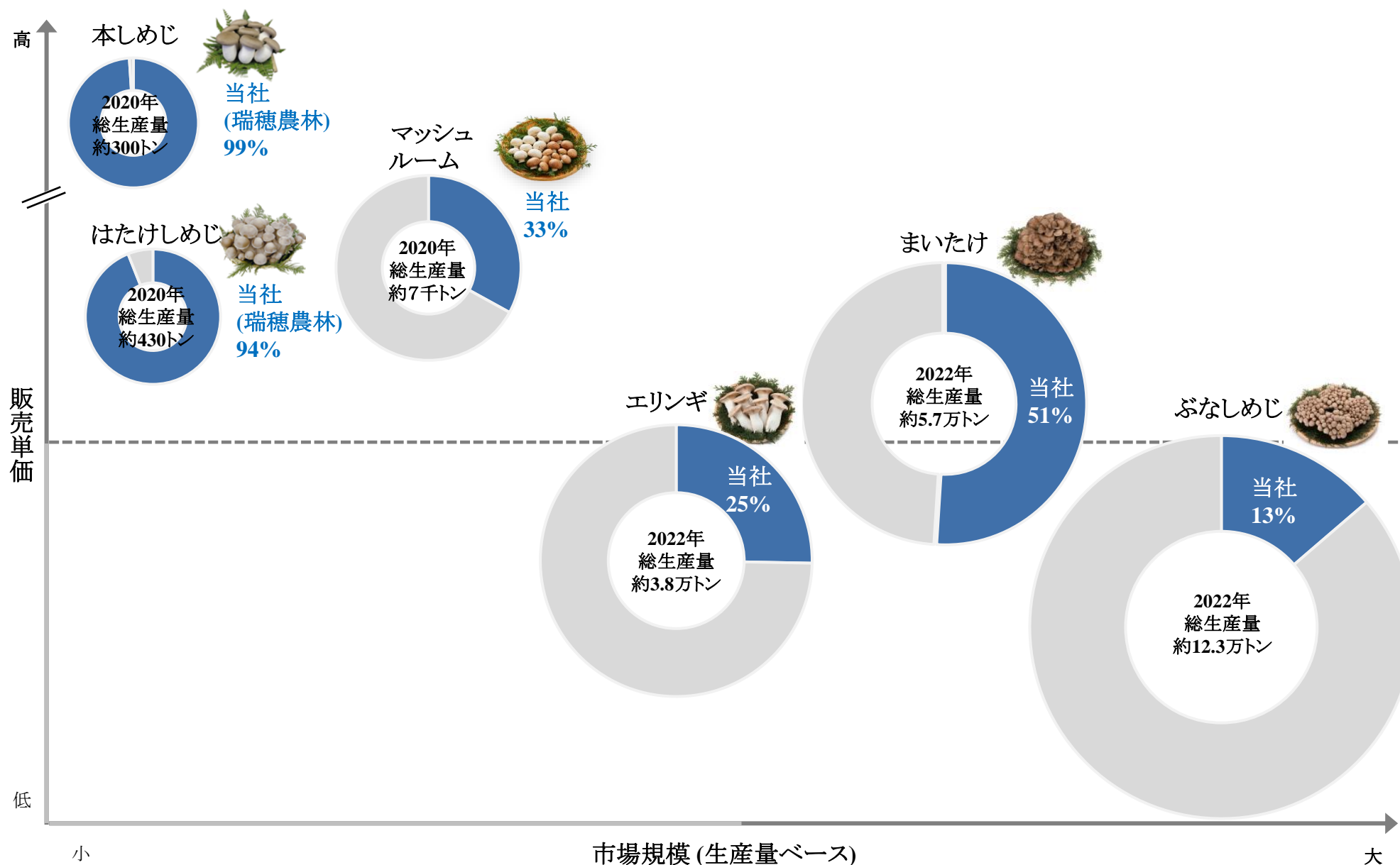
※2 各きのこの加工食品は、原料となるきのこのセグメントに分類

※3 健康食品等は、その他事業に分類



きのこ市場の規模とシェア

まいたけやマッシュルーム等のプレミアムきのこ市場において高いシェアを有する



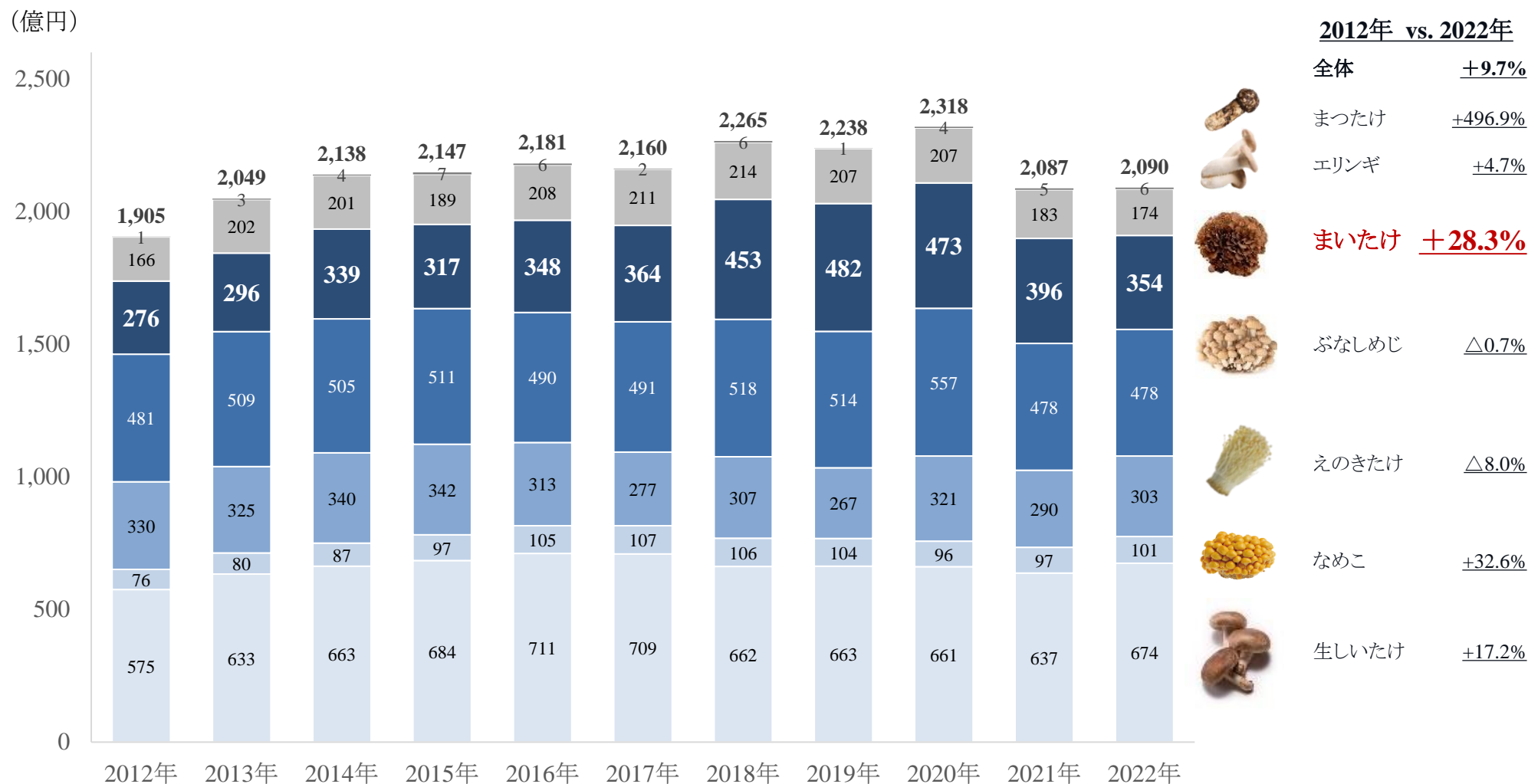
※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)

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し、2022年は前年から横ばいで推移



※ 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



生産・包装プロセス

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

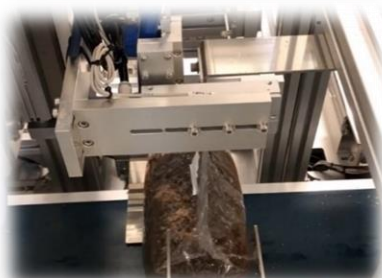
安定した生産能力・収穫・品質

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
また、さまざまな機能を持ち、タンパク質分解酵素や旨みにより、料理を一層おいしくする効果がある

まいたけの機能性

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

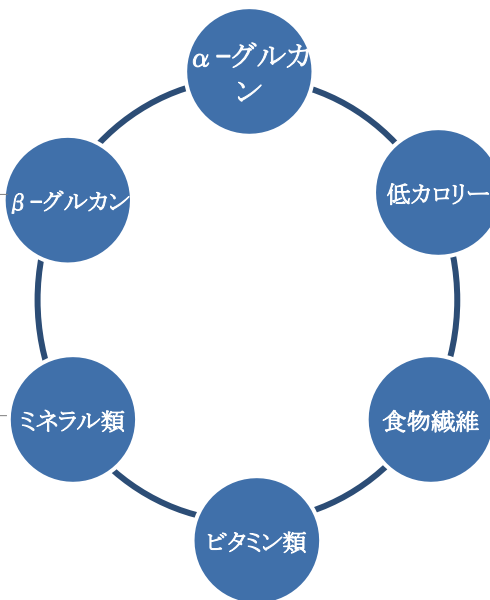
- ※1 ・ He et al. 2017 Int. J. Biol. Macromol. 101: 910-921.
- ・ Wesa et al. 2015 Cancer Immunol Immunother 64: 237-247.
- ・ Masuda et al. 2013 Int. J. Cancer 133: 108-120.

カラダに必要な不可欠な栄養素

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、体の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

その他機能性

調理前のひと手間でお肉を柔らかく

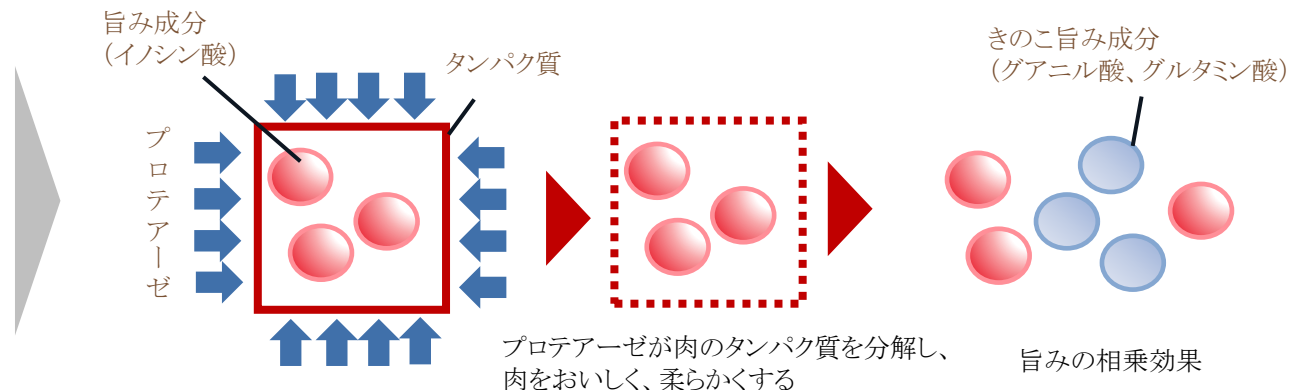
タンパク質分解酵素(プロテアーゼ)

タンパク質分解酵素(プロテアーゼ)は、タンパク質を分解して肉が柔らかくなる。

旨みの相乗効果を発揮

グアニル酸&グルタミン酸

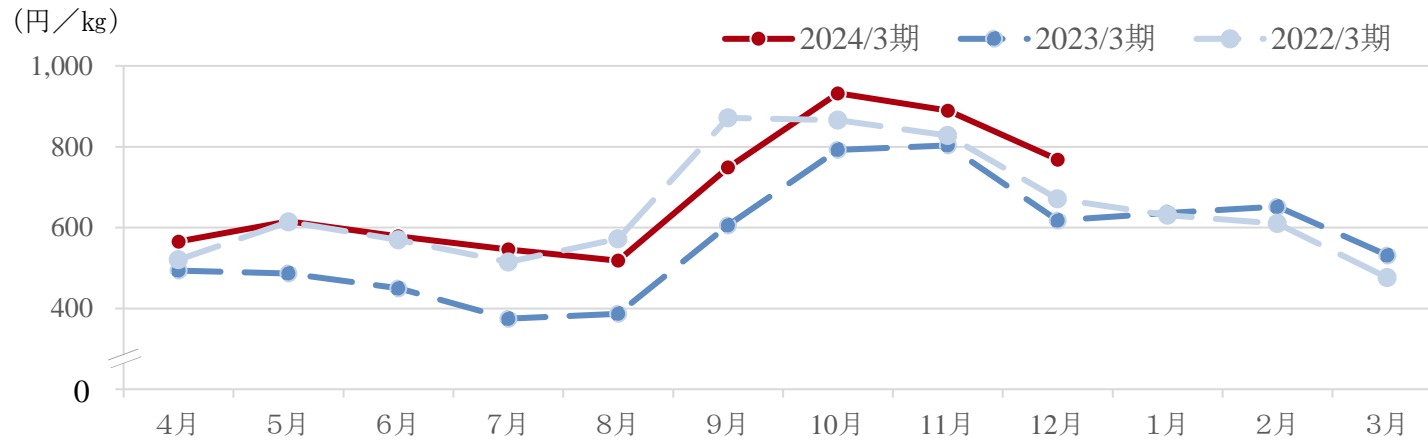
主要な旨み成分である“グアニル酸”と“グルタミン酸”を含み、肉の持つ“イノシン酸”と合わせ、旨みの相乗効果が生まれる。また、いつもの料理にプラスすることでおいしさが一層アップする。





外部環境 市場取引単価の推移

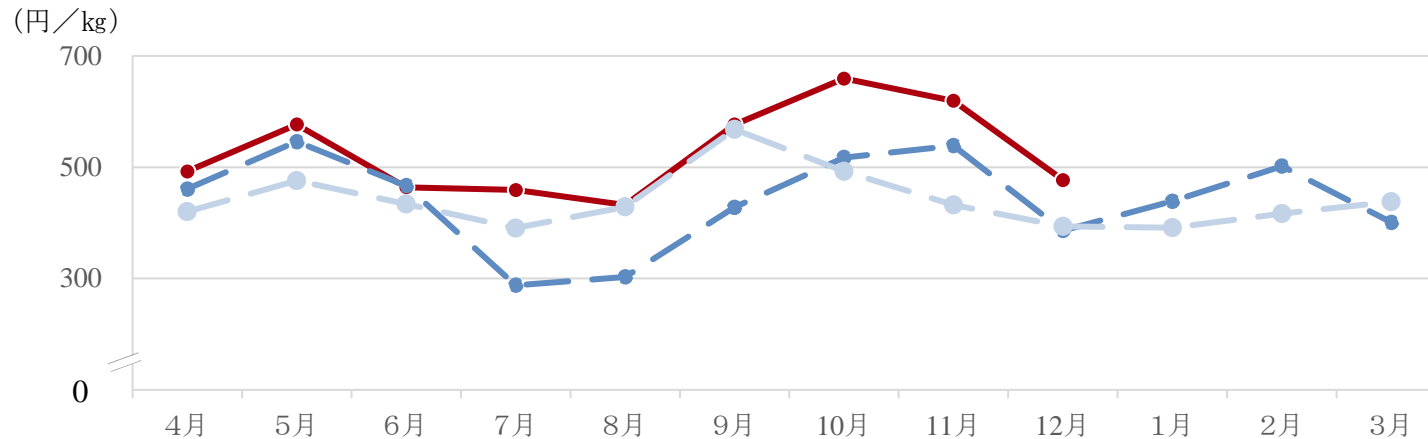
まいたけ



加重平均単価(円)

	3Q 累計	通年
2024/3期	696	-
2023/3期	574	582
2022/3期	682	647

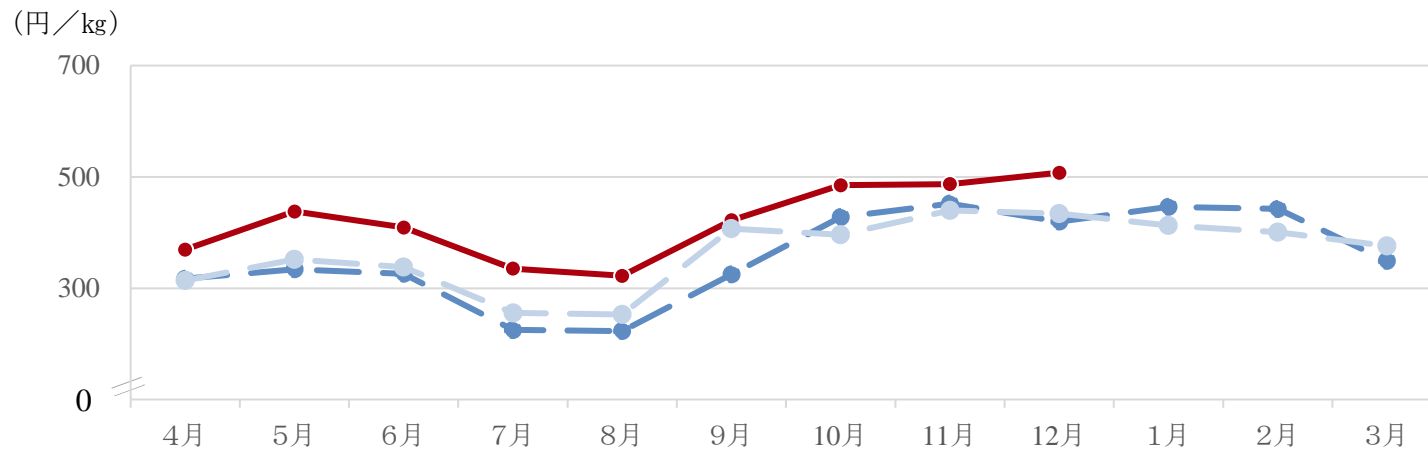
エリンギ



加重平均単価(円)

	3Q 累計	通年
2024/3期	527	-
2023/3期	431	434
2022/3期	448	439

ぶなしめじ



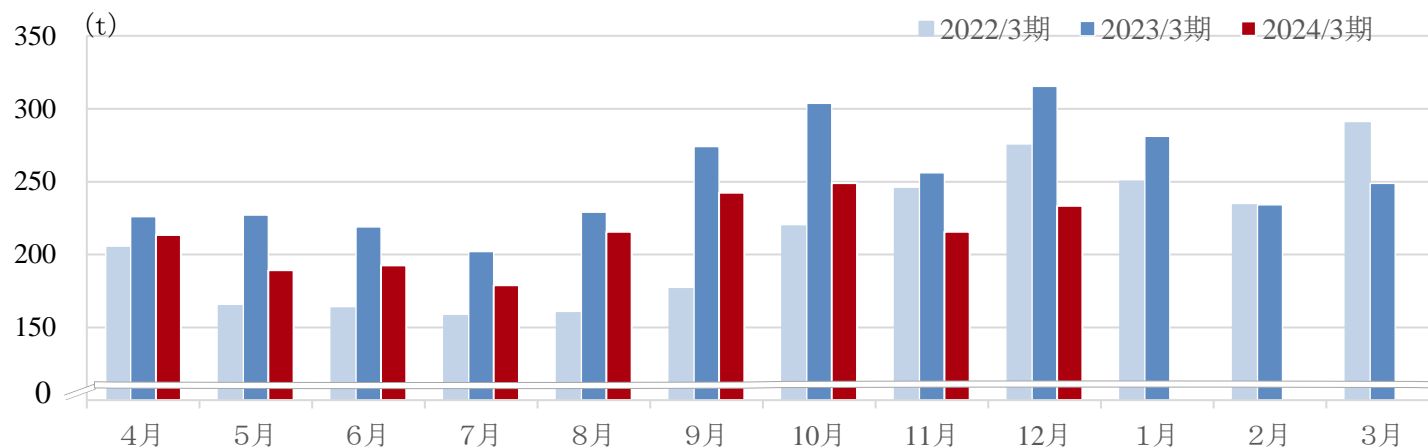
加重平均単価(円)

	3Q 累計	通年
2024/3期	427	-
2023/3期	347	363
2022/3期	360	370



外部環境 市場販売量の推移

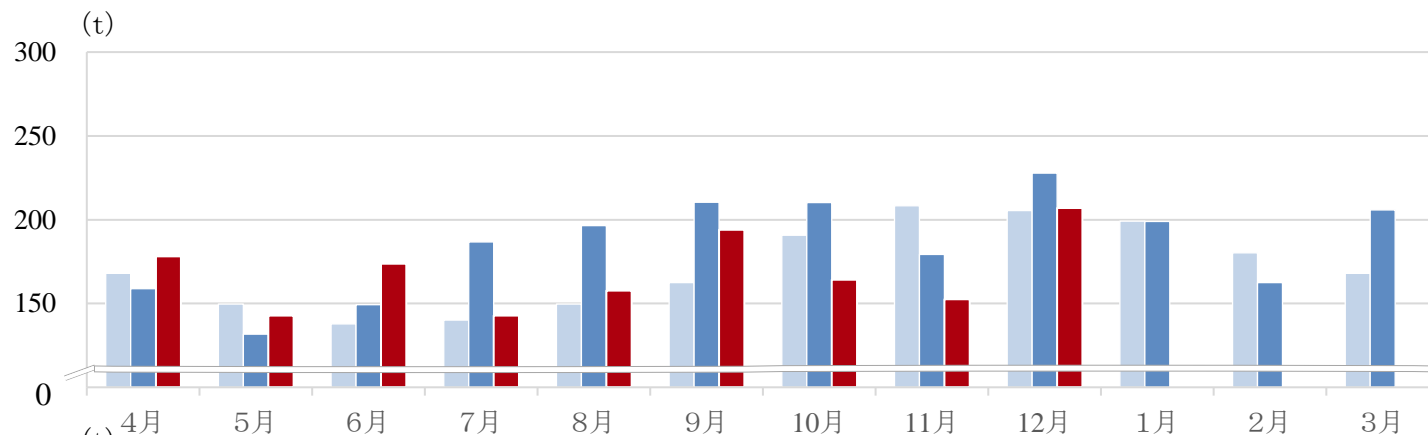
まいたけ



市場販売量(t)

	3Q 累計	通年
2024/3期	1,930	-
2023/3期	2,252	3,016
2022/3期	1,768	2,543

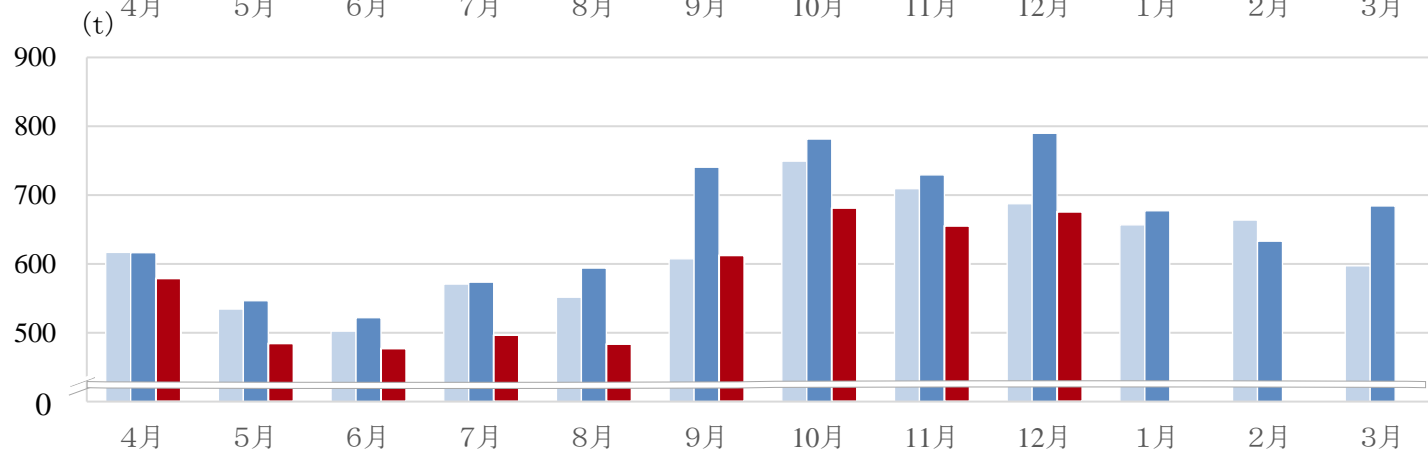
エリンギ



市場販売量(t)

	3Q 累計	通年
2024/3期	1,513	-
2023/3期	1,650	2,217
2022/3期	1,513	2,060

ぶなしめじ

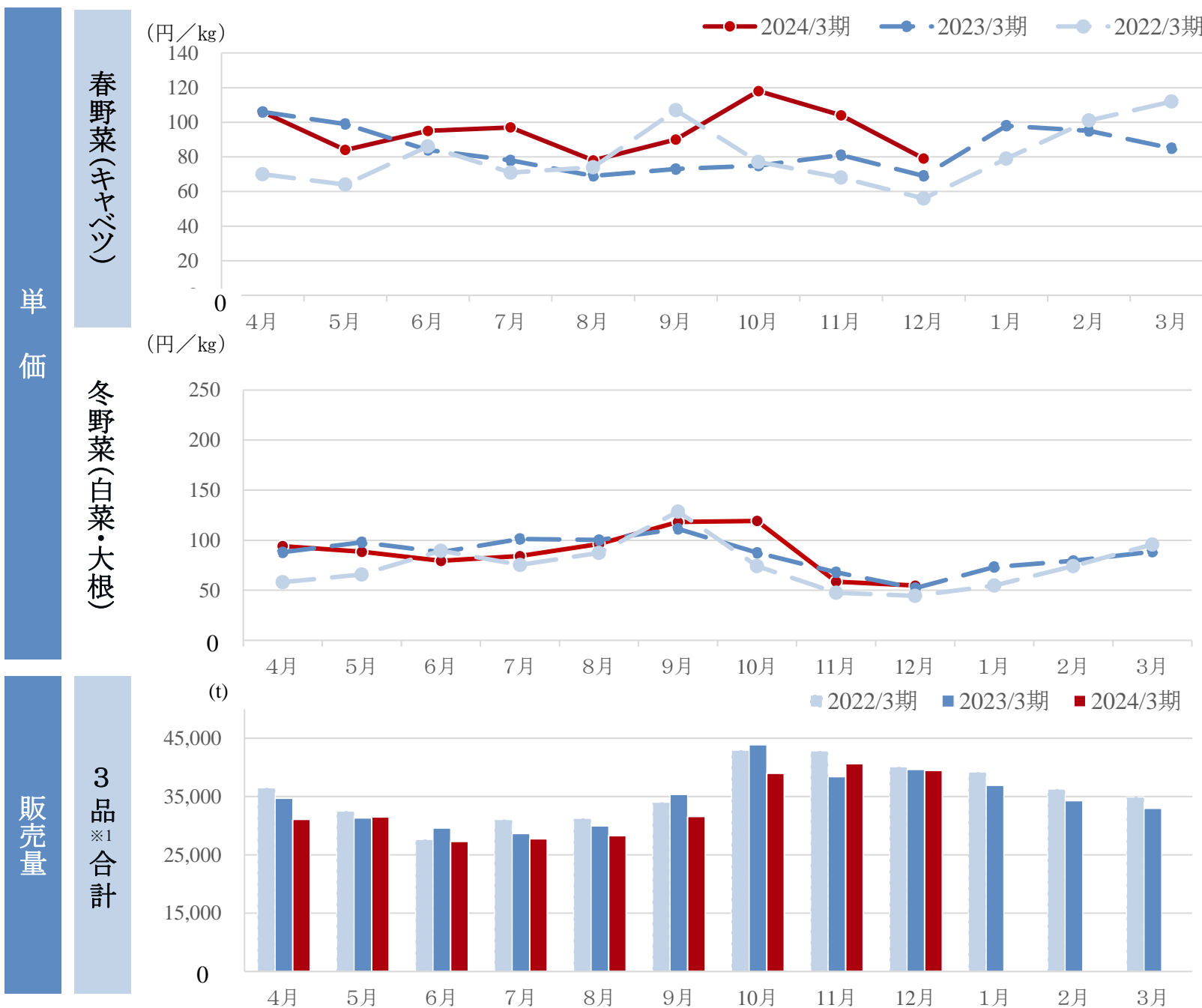


市場販売量(t)

	3Q 累計	通年
2024/3期	5,147	-
2023/3期	5,893	7,887
2022/3期	5,530	7,448



外部環境 季節野菜の市場取引推移



加重平均単価(円)

	3Q 累計	通年
2024/3期	95	-
2023/3期	82	84
2022/3期	75	80

加重平均単価(円)

	3Q 累計	通年
2024/3期	86	-
2023/3期	85	83
2022/3期	71	71

市場販売量(t)

	3Q 累計	通年
2024/3期	296,771	-
2023/3期	311,345	415,476
2022/3期	318,896	429,335

※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)



配当政策

業績上方修正を受け期末配当の増配を予定しているが、金額については下半期の実績及び来期以降の成長戦略投資に関する資金ニーズ等を総合的に勘案して検討する

2023年3月期	1株当たり配当金	年間配当	20円00銭
		中間配当	14円00銭
		期末配当	6円00銭
	配当性向		67.5%
2024年3月期 (予想)	1株当たり配当金	年間配当	2円00銭
		中間配当(確定)	1円00銭
		期末配当(増配予定) ※1	1円00銭
	配当性向		65.4%

※1 増配予定額が未定につき、当初配当予定額を記載しております

当社のキャッシュ・
アロケーション方針

『成長投資での企業価値向上と、持続可能な株主還元の実現』

- 企業価値向上に向けた戦略と必要投資の実行
 - ✓ 既存事業の更なる効率化に必要な投資
 - ✓ 非既存領域(海外インオーガニック、新規事業)の実現に向けた投資
- 持続可能な株主還元
 - ✓ 必要投資及び約定弁済後のキャッシュフローや、当期純利益を考慮
 - ✓ 現中計策定時の配当性向(30%以上)も踏まえて、各期の配当水準を設定
 - ✓ 中期的には企業価値向上で株主様への更なる還元を目指す



株主優待について

2023年3月期より株主優待の内容を拡充、今期も引き続き同様の内容で株主還元を継続する

株主優待

対象となる
株主さま

優待内容

贈呈時期
及び方法

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月末日に、同じ株主番号にて、連続して株主名簿に記載された状態)

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

※1 優待製品の構成が写真の内容と一部異なる場合があります

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



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