



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

FY2025.8 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

東証グロース 証券コード：3541

2025年10月14日



- 1 FY2025.8 通期業績報告
- 2 FY2025.8 重点施策の進捗
- 3 Topics
- 4 FY2026.8 重点施策と通期業績予想
- 5 中期経営計画の進捗
- 6 Appendix



FY2025.8

4 期連続増収増益 (営業利益ベース)

流通総額・営業利益は**過去最高**を更新

株主還元**1.6億円**を実施

FY2026.8

流通総額は**180～200億円**

営業利益は**3～3.5億円**の計画

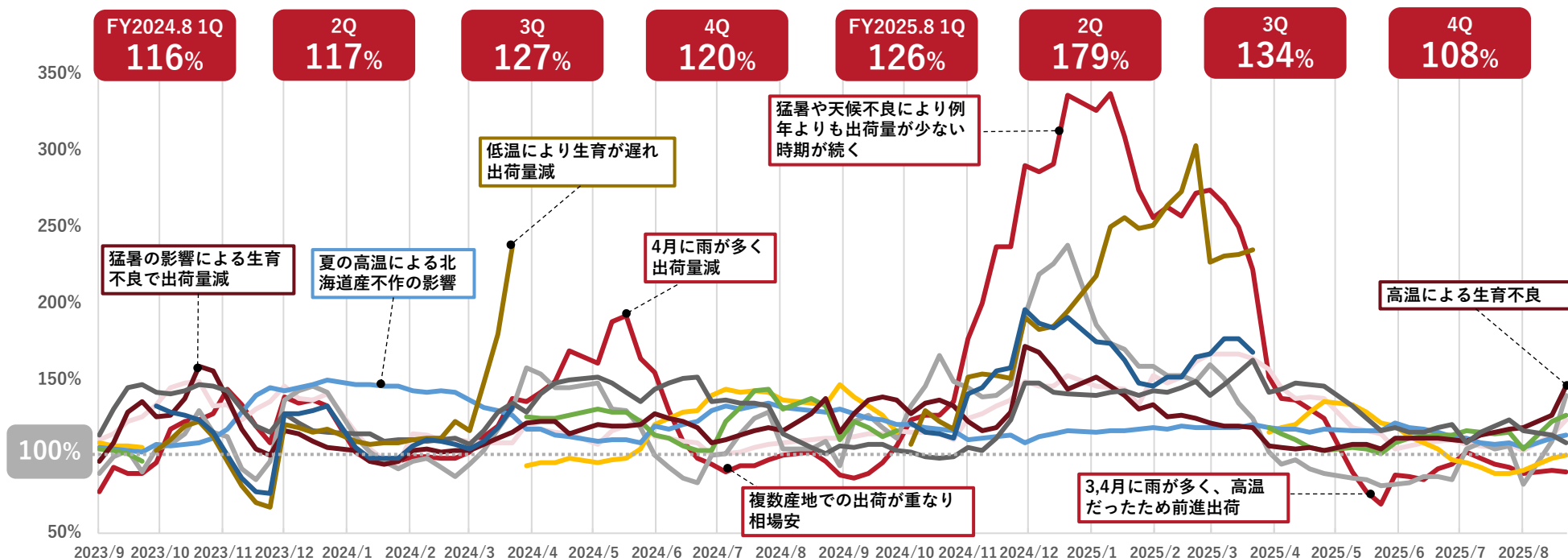
株主還元も引き続き実施を検討

FY2025.8 通期業績報告

状況	2Qまで過熱気味だった青果相場が、3Q以降沈静化し平年並みに。	
業績への影響	流通総額	相場高局面：商品点数(↓) 当社商品売価(↑) →流通総額は上振れしやすい 相場安局面：商品点数(↑) 当社商品売価(↓) →流通総額は伸びにくい
	利益率	相場高局面：コンテナ当たり売上高(↑) →物流費率が低下(＝利益率が上昇) 相場安局面：コンテナ当たり売上高(↓) →物流費率が上昇(＝利益率が下落)

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

FY2025.8 ハイライト

流通総額・営業利益ともに過去最高を更新

業績ハイライト・主要経営指標

流通総額(GMV)^{※1}

17,233百万円

(前年同期比 109.6%)

売上高

8,358百万円

(前年同期比 115.7%)

営業利益

181百万円

(前年同期比 194.2%)

農家の直売所事業

流通総額

14,442百万円

(前年同期比 108.5%)

流通点数^{※2}

65,513千点

(前年同期比 104.4%)

産直事業

流通総額

2,790百万円

(前年同期比 116.1%)

参考指標

導入店舗数 **2,246**店舗

(前期末 +140店舗)

登録生産者数 **10,419**名

(前期末 +107名)

集荷拠点数 **78**拠点

(前期末 △3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

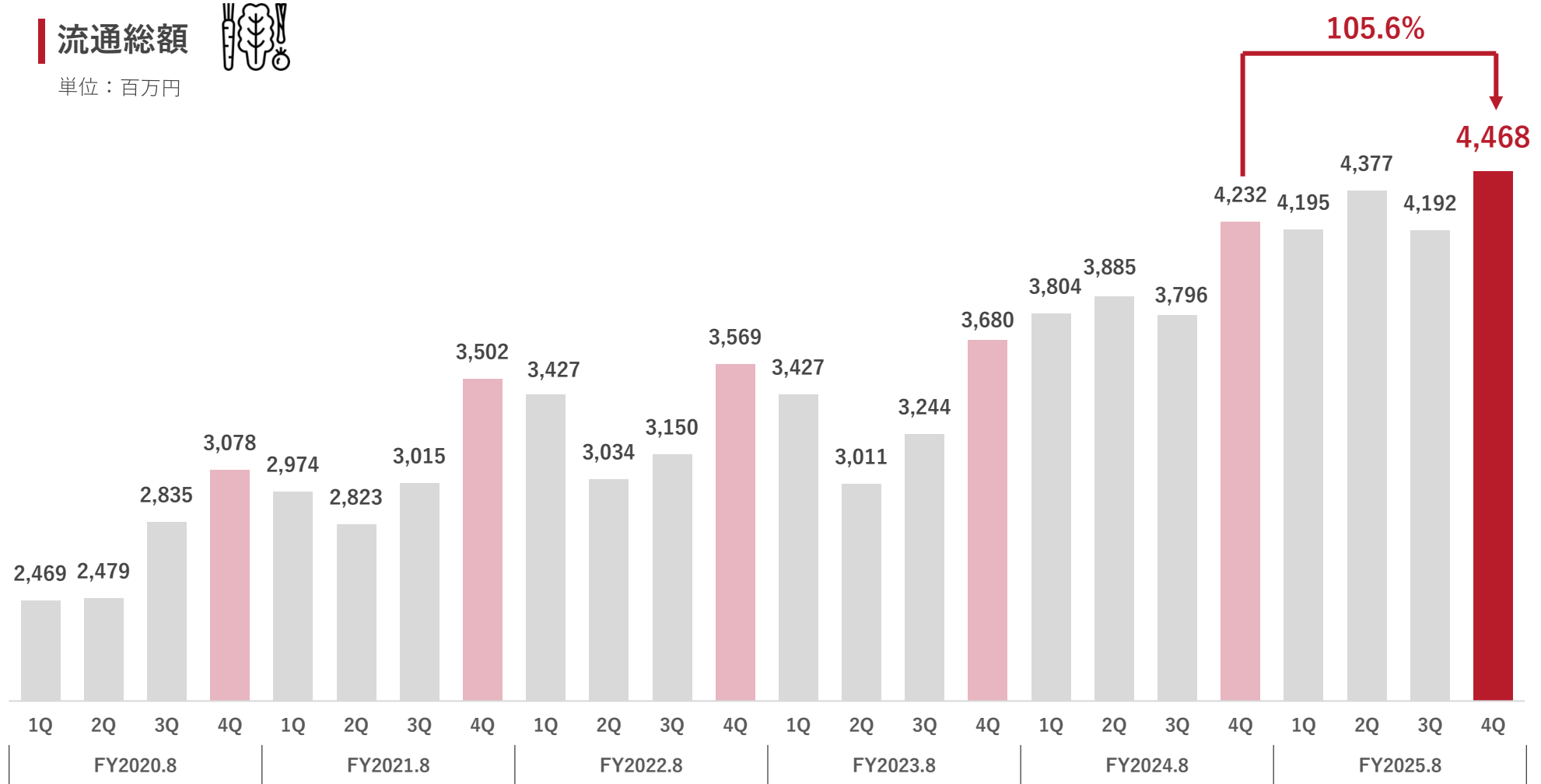


生産者委託が伸長し流通総額は最高を更新

流通総額



単位：百万円





利益率向上施策と2Qまでの相場高の相乗効果により、
営業利益は前年同期比 約2倍に拡大

単位：百万円	FY2025.8実績		FY2024.8実績		増減額	前年同期比
	累計	対流通総額比	累計	対流通総額比		
流通総額	17,233	-	15,719	-	1,514	109.6%
売上高	8,358	48.5%	7,223	46.0%	1,135	115.7%
売上総利益	3,861	22.4%	3,372	21.5%	489	114.5%
販売管理費	3,680	21.4%	3,278	20.9%	401	112.2%
営業利益	181	1.1%	93	0.6%	88	194.2%
経常利益	200 ※1	1.2%	101	0.6%	98	197.2%
当期純利益	11 ※2	0.1%	108	0.7%	▲97	10.1%
EBITDA	247	1.4%	156	1.0%	90	157.9%

※1 補助金収入等を計上

※2 特別損失及び法人税等を計上



単位：百万円

主な要因

対前年同期

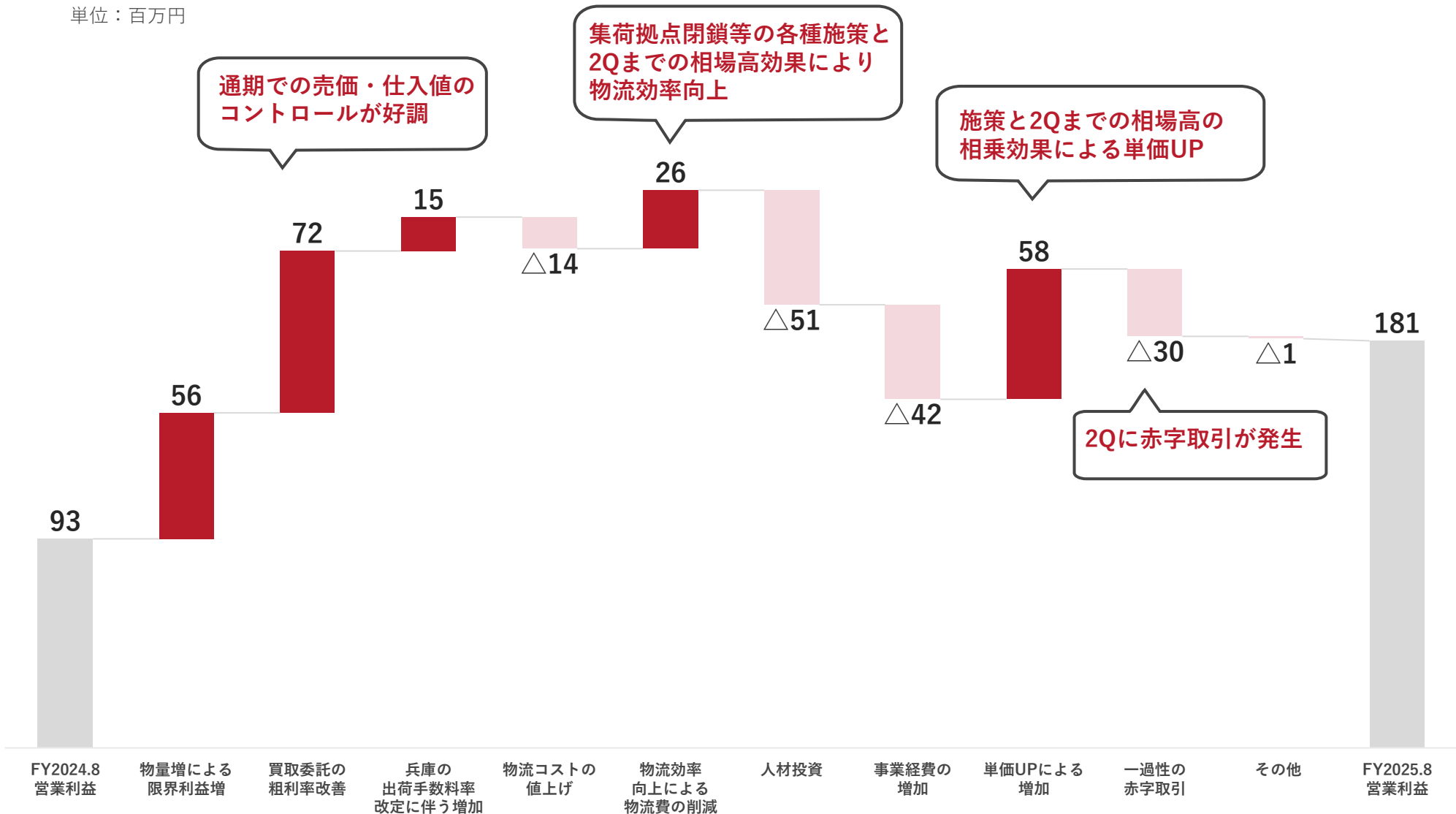
農家の直売所事業	生産者委託の拡大※	+547
	買取委託の拡大	+698
	ドラッグストアの取引縮小	▲76
	その他帳合取引の縮小	▲43
産直事業	産直卸の拡大	+205
	産直委託の拡大	+182
合計		+1,514

※取引形態の変更を含む



FY2025.8 営業利益分析

単位：百万円



関係会社株式評価損を計上し当期純利益が減少

	特損計上後	特損計上前	増減額	FY2025.8 通期予想	予想比
単位：百万円					
流通総額	17,233	17,233	-	17,000	101.4%
売上高	8,358	8,358	-	8,000	104.5%
営業利益	181	181	-	200	90.9%
経常利益	200	200	-	200	100.3%
当期純利益	11	124	△113	136	8.1%

特別損失計上の背景

関係会社（株式会社世界市場）に関しては、資金は潤沢であり事業運営に問題はないものの、経営環境の不確実性を鑑み、実質価額の回復可能性について会計監査人とも慎重に協議を重ねた結果、関係会社株式評価損114百万円を特別損失に計上



流通総額・売上高・経常利益は計画通り

	FY2025.8 実績	FY2025.8 通期予想	予想比	FY2024.8 通期実績	前期比
単位：百万円					
流通総額	17,233	17,000	101.4%	15,719	109.6%
売上高	8,358	8,000	104.5%	7,223	115.7%
営業利益	181	200	90.9%	93	194.2%
経常利益	200	200	100.3%	101	197.2%
当期純利益	11	136	8.1%	108	10.1%



FY2025.8は全ての四半期において昨対超え



営業利益



単位：百万円



単位：百万円	FY2025.8	FY2024.8	増減額	前期比
流動資産	2,104	2,011	93	104.6%
うち現預金	777	779	△1	99.8%
固定資産	453	654	△200	69.3%
資産合計	2,557	2,665	△107	96.0%
流動負債	1,614	1,336	278	120.8%
固定負債	53	296	△243	18.0%
負債合計	1,668	1,632	35	102.2%
株主資本	889	1,032	△142	86.2%
資本金	50	50	-	100.0%
資本剰余金	847	849	△2	99.8%
利益剰余金	144	133	11	108.3%
自己株式	△152	△0	△151	-
純資産合計	889	1,032	△142	86.2%
負債・純資産合計	2,557	2,665	△107	96.0%
自己資本比率	34.8%	38.7%		

単位：百万円	FY2025.8	FY2024.8	増減	主な要因
営業活動による キャッシュ・フロー	264	23	241	・経常利益 200百万円 ・減価償却費 65百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△43	△286	242	・NSKシステム開発等による支出 △29百万円 ・やさいジョブ設立による支出 △10百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△222	△31	△190	・長期借入金の返済による支出 △47百万円 ・自己株式の取得による支出 △160百万円
現金及び現金同等物 増減額	△1	△295	293	
現金及び現金同等物 期末残高	777	779	△1	
フリー・キャッシュ・ フロー※	220	△263	484	

※ 営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを合計したもの



農家の直売所 事業

買取・委託ともに堅調に推移しセグメント利益は過去最高を更新

流通総額	14,442百万円	前年同期比 108.5%
売上総利益	3,433百万円	前年同期比 113.2%
セグメント利益	824百万円	前年同期比 117.9%

産直事業

「産直委託モデル」を拡大しセグメント利益は過去最高を更新

流通総額	2,790百万円	前年同期比 116.1%
売上総利益	428百万円	前年同期比 126.0%
セグメント利益	30百万円	前年同期比 185.6%



FY2025.8 セグメント別業績（サマリー）

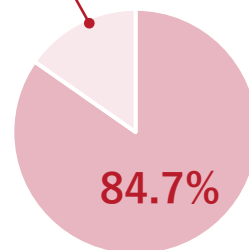
	全社			農家の直売所事業			産直事業		
	FY2025.8 累計	FY2024.8 累計	増減額	FY2025.8 累計	FY2024.8 累計	増減額	FY2025.8 累計	FY2024.8 累計	増減額
単位：百万円									
流通総額	17,233	15,719	1,514	14,442	13,315	1,126	2,790	2,403	387
売上総利益	3,861	3,372	489	3,433	3,032	401	428	339	88
販売管理費	3,007	2,657	350	2,609	2,333	275	397	323	74
セグメント利益	854	715	139	824	699	125	30	16	13
全社費用	672	621	51	-	-	-	-	-	-
営業利益	181	93	88	-	-	-	-	-	-

セグメント別流通総額構成比

農家の直売所事業

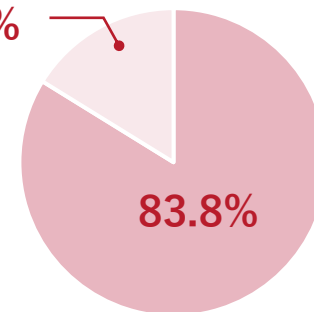
産直事業

15.3%



FY2024.8

16.2%



FY2025.8



※ 対流通総額比率は各販売方法別流通総額に対する比率

単位：百万円	FY2025.8実績		FY2024.8実績		増減額	前年同期比	備考
	累計	対流通総額比※	累計	対流通総額比※			
流通総額	14,442	-	13,315	-	1,126	108.5%	
委託販売	9,351	-	8,762	-	589	106.7%	3Q以降前年同期比での物量増加
買取委託	3,419	-	2,720	-	698	125.7%	委託の物量と品目バランスを見ながら買取量を調整
その他	1,671	-	1,832	-	△161	91.2%	ドラッグストア等の取引縮小
売上高	5,662	39.2%	4,862	36.5%	800	116.5%	
委託販売	2,015	21.6%	1,888	21.6%	126	106.7%	
買取委託	3,419	100.0%	2,720	100.0%	698	125.7%	
その他	228	13.7%	253	13.8%	△25	90.1%	
売上総利益	3,433	23.8%	3,032	22.8%	401	113.2%	
委託販売	2,015	21.6%	1,888	21.6%	126	106.7%	
買取委託	1,340	39.2%	1,001	36.8%	338	133.8%	通期で売価・仕入値コントロールが好調
その他	78	4.7%	142	7.8%	△64	55.0%	一過性の赤字取引、取引終了等の流通総額減少によるもの
販売管理費	2,609	18.1%	2,333	17.5%	275	111.8%	買取委託に係る販売手数料と物量増による物流コスト増
セグメント利益	824	5.7%	699	5.3%	125	117.9%	



農家の直売所事業

流通総額
セグメント利益

4Q単体 3,820百万円（前年同期比 105.5%）
4Q単体 232百万円（前年同期比 101.2%）

流通総額

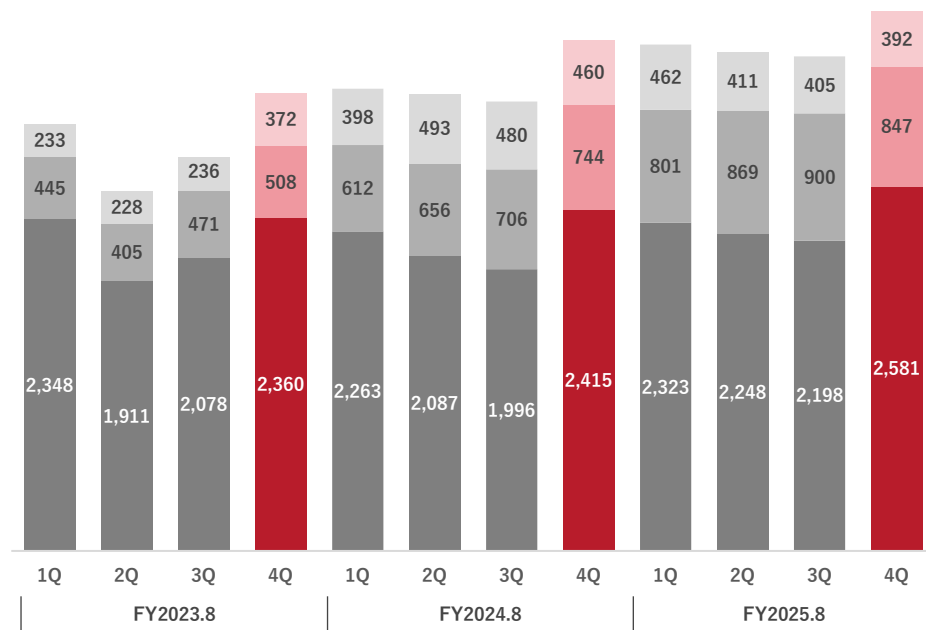
単位：百万円

■ 委託販売 ■ 買取委託 ■ その他

FY2023 累計
11,601

FY2024 累計
13,315

FY2025 累計
14,442



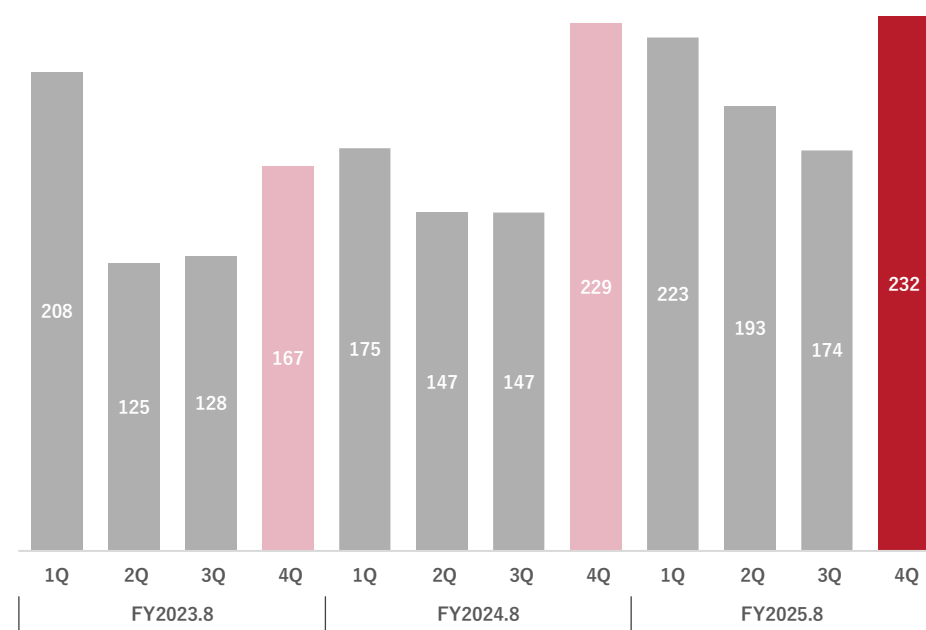
セグメント利益

単位：百万円

FY2023 累計
630

FY2024 累計
699

FY2025 累計
824

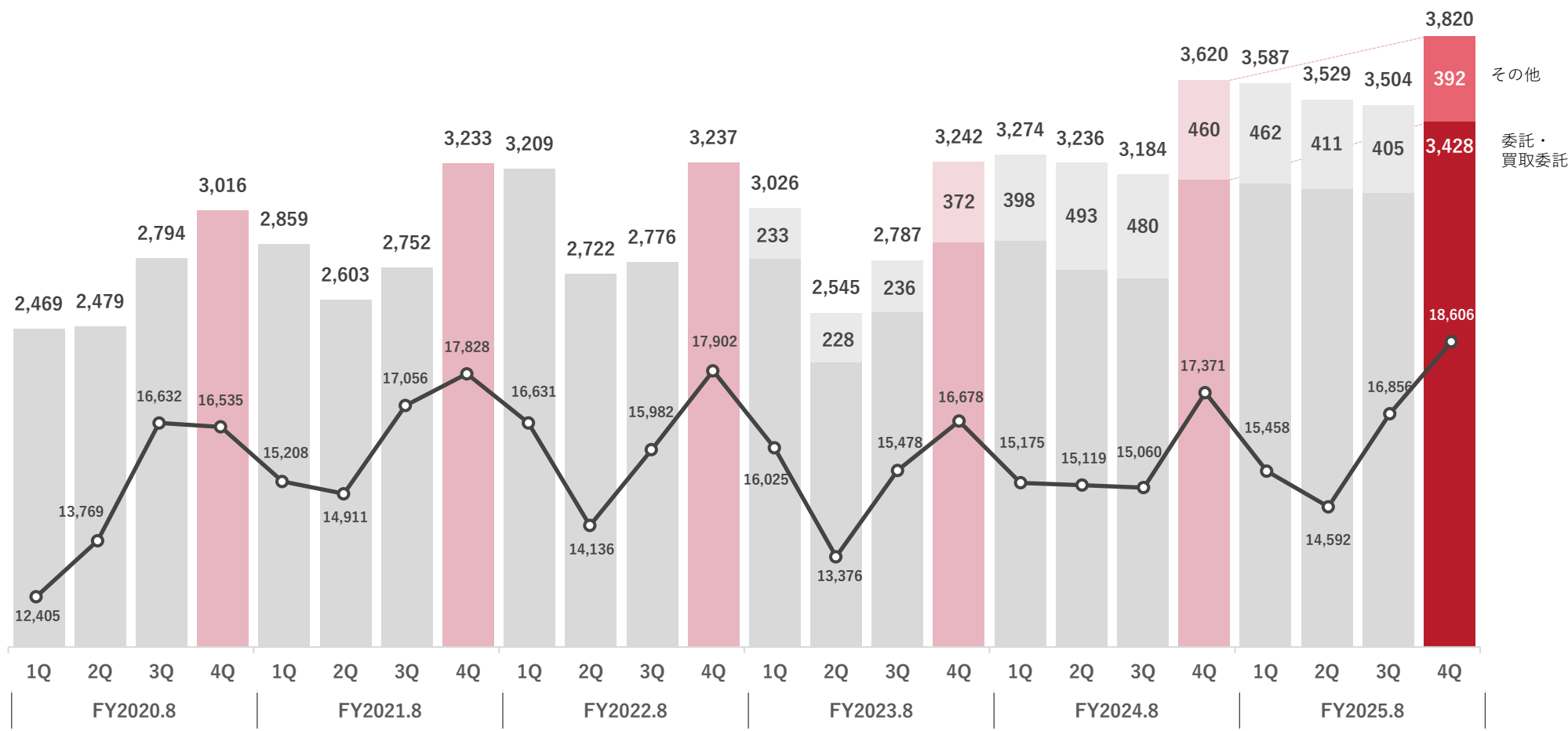


流通総額・流通点数

3,820百万円・**18,606**千点

流通総額 単位：百万円

流通点数※ 単位：千点

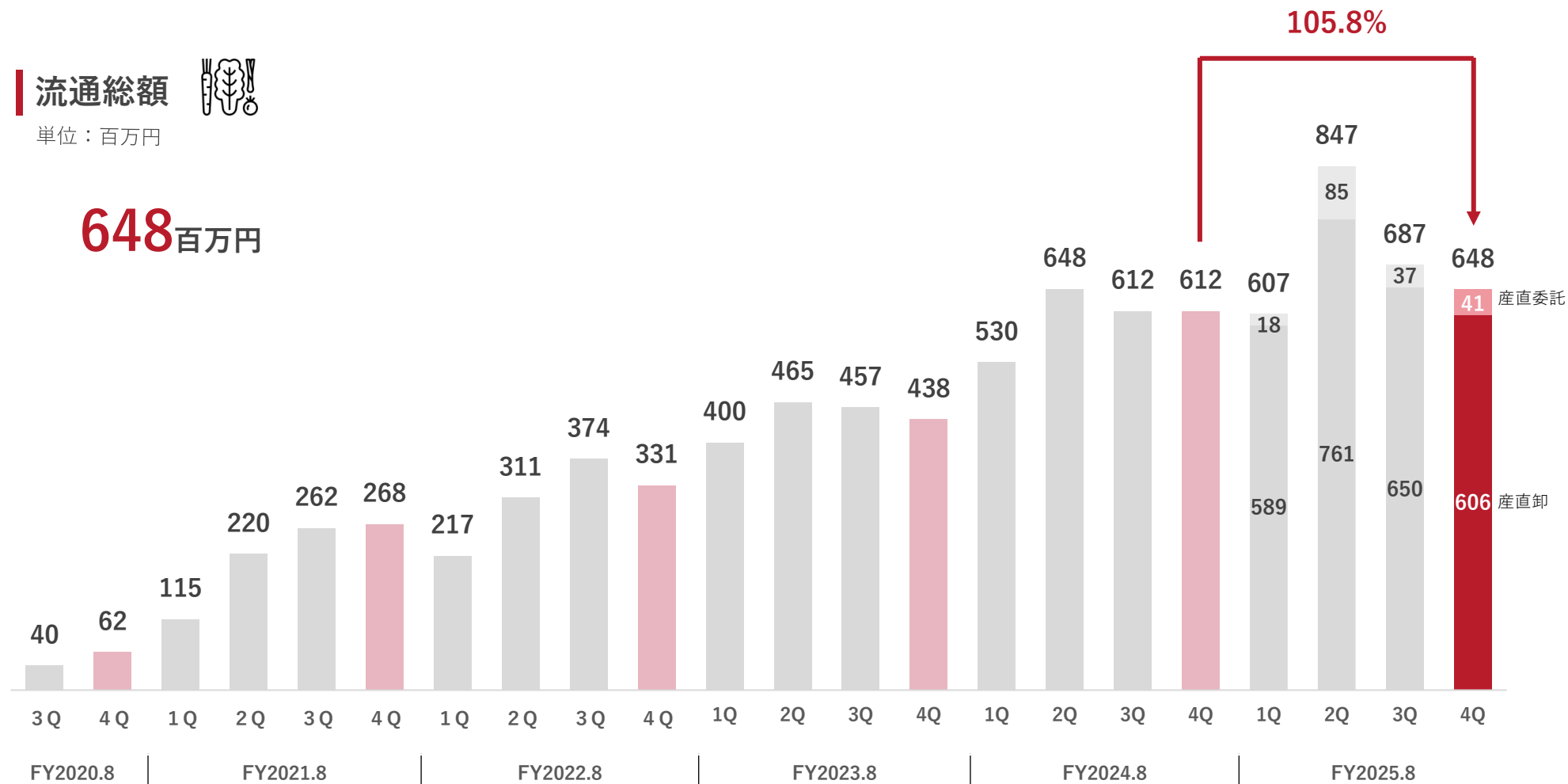


※「農家の直売所」プラットフォームを経由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数。

流通総額

単位：百万円

648百万円



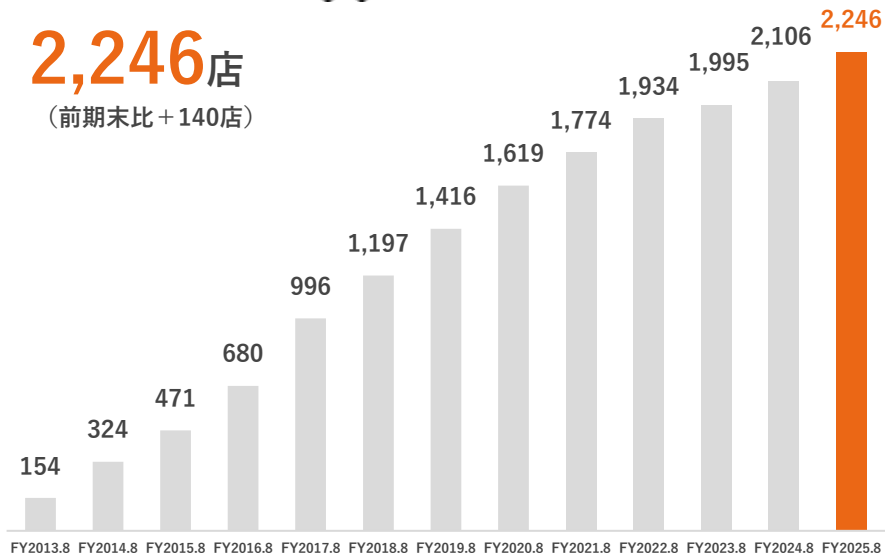


新規・既存取引先ともに導入店舗数が増加

店舗数推移

2,246店

(前期末比+140店)



増加

前期末より189店舗増

営業活動による新規・既存取引先での増加

減少

前期末より49店舗減

取引先店舗自体の閉店による減少

「農家の直売所」導入店舗の拡大

当社取引先スーパーの
総店舗数

7,590店舗

「農家の直売所」
導入カバー率

29.6%

(前期末比▲0.9pt)

全国のスーパー店舗数※

23,039店舗

「農家の直売所」
導入カバー率

9.7%

(前期末比+0.6pt)

主要取引先 (五十音順)

イオンリテール(株)、イズミヤ・阪急オアシス(株)、
サミット(株)、(株)ダイエー、(株)東急ストア、(株)平和堂、
(株)ベルク、(株)マルエツ、(株)ライフコーポレーション ほか

新たな集荷場の開設および営業活動により生産者数が前期比で増加

登録生産者数推移



増加 前期末より455名増
集荷場開設・営業活動による増加

減少 前期末より348名減
集荷場統合・閉鎖による減少

全国に展開する登録生産者

	FY2024.8	FY2025.8	増減
北海道・東北	189	196	7
関東	2,579	2,664	85
北陸・甲信越	1,201	1,265	64
東海	318	387	69
関西	4,780	4,641	△139
中国・四国	1,037	1,057	20
九州・沖縄	208	209	1
合計	10,312	10,419	107

全国の総農家数
1,747,079戸※

当社の登録生産者カバー率

0.60%

(前期末比±0pt)



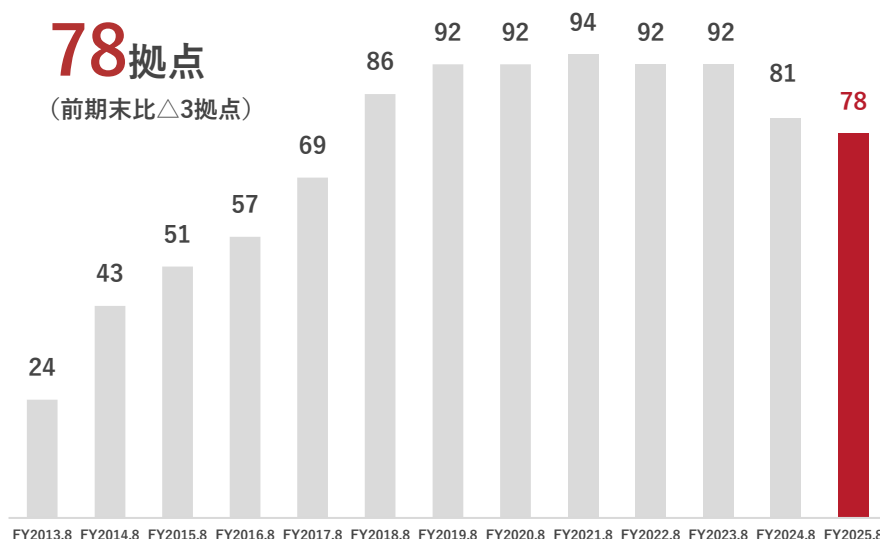
不採算の集荷拠点を中心に閉鎖し、業績へはプラスの影響

集荷拠点数推移



78拠点

(前期末比△3拠点)



増加

前期末より4拠点増
新規取引先拡大による増加

減少

前期末より7拠点減
不採算拠点の閉鎖による減少

日本全国をカバーする集荷拠点

	FY2024.8	FY2025.8	増減
北海道・東北	4	5	1
関東	17	16	△1
北陸・甲信越	10	10	0
東海	7	7	0
関西	22	19	△3
中国・四国	18	18	0
九州・沖縄	3	3	0
合計	81	78	△3

全国47都道府県
のうち



当社の導入産地
27都道府県



青果売場での委託販売「産直委託モデル」を拡大

単位：百万円	FY2025.8実績		FY2024.8実績		増減額	前年同期比	備考
	累計	対流通総額比※	累計	対流通総額比※			
流通総額	2,790	-	2,403	-	387	116.1%	
卸販売	2,608	-	2,403	-	205	108.5%	
委託販売	73	-	-	-	73	-	「産直委託モデル」導入を推進
買取委託	109	-	-	-	109	-	
その他	-	-	-	-	-	-	
売上高	2,695	96.6%	2,361	98.3%	334	114.2%	
卸販売	2,565	98.4%	2,361	98.3%	204	108.7%	
委託販売	13	18.3%	-	-	13	-	
買取委託	109	100.0%	-	-	109	-	
その他	7	-	-	-	7	-	
売上総利益	428	15.3%	339	14.1%	88	126.0%	
卸販売	373	14.3%	339	14.1%	33	110.0%	
委託販売	13	18.3%	-	-	13	-	
買取委託	38	34.9%	-	-	38	-	
その他	2	-	-	-	2	-	
販売管理費	397	14.3%	323	13.5%	74	123.0%	物量増加による物流費及び買取委託に係る販売手数料増加
セグメント利益	30	1.1%	16	0.7%	13	185.6%	



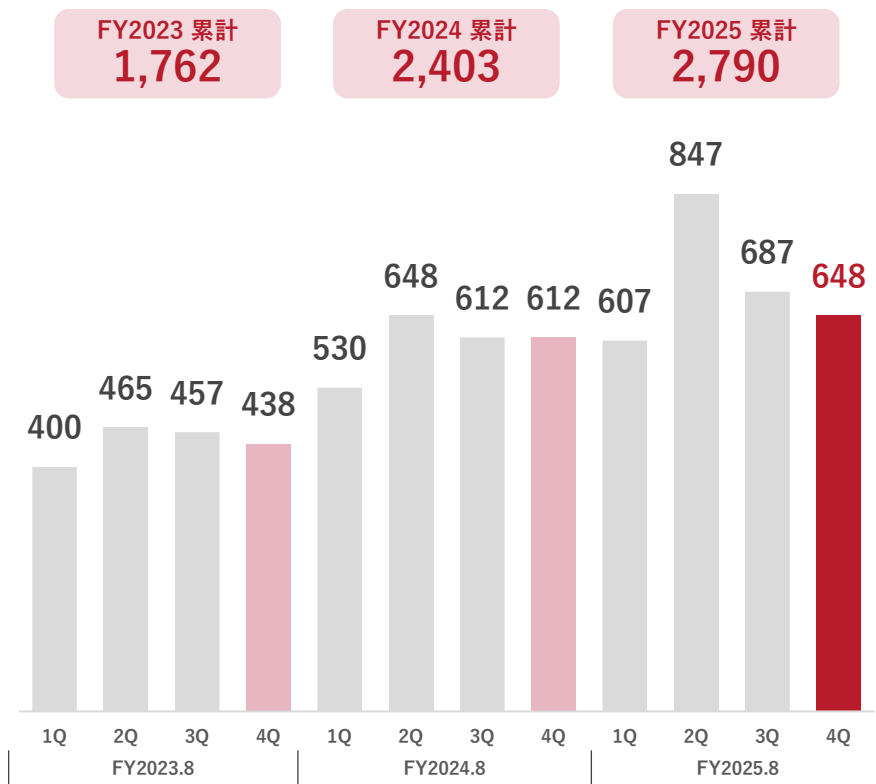
産直事業

流通総額
セグメント利益

4Q単体 648百万円（前年同期比 105.8%）
4Q単体 △5百万円（前年同期 △16百万円）

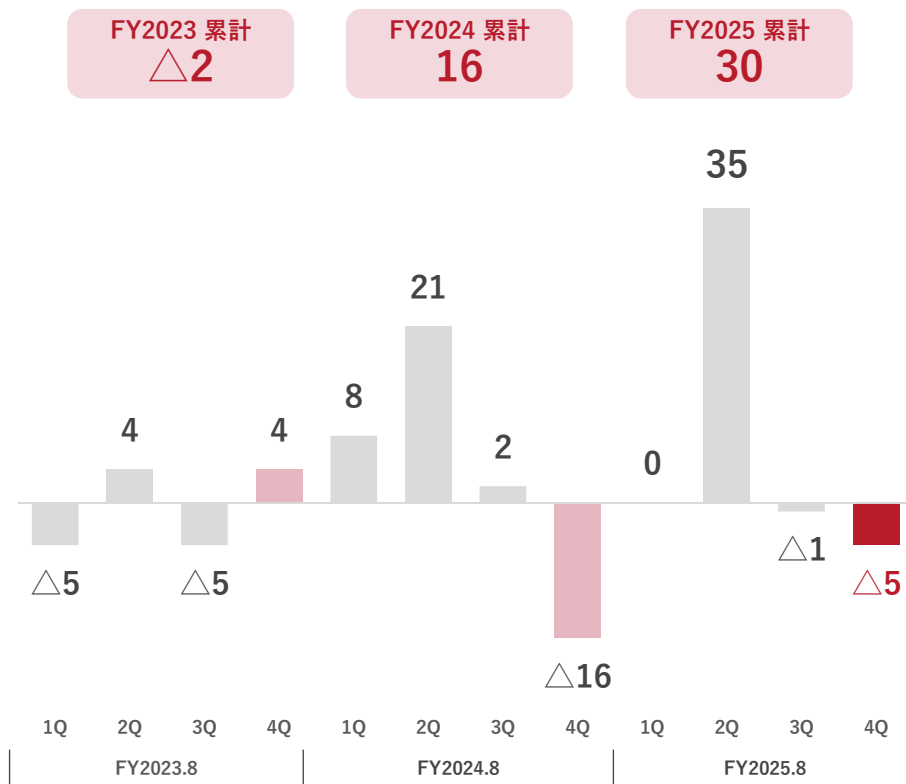
単位：百万円

流通総額



単位：百万円

セグメント利益



FY2025.8 重点施策の進捗



成長戦略		FY2025.8 重点施策	活動結果
農産物流通の拡大 既存領域	① 仕入力強化	産地との連携強化	集荷場開設・機能拡大による供給力強化 主要産地との連携強化が拡大
		市場との連携強化	新たなエリアの市場との提携
	② 物流機能の拡充	センターの開設	加工・物流機能を持つセンターの開設・拡張が 順調に進行中 (関西・中部は稼働開始、関東はFY2026に稼働予定)
	③ ITプラットフォームの 高度化	需給調整のシステム化	需要予測システムの構築中、トライアル開始 2025年5月～振分システムの試験運用開始
取扱品目の拡大 新領域		有機農産物・その他商品の 取扱拡大	取扱店舗の拡大 NTTアグリテクノロジーと加工品販売のトライアル開始
セグメントの拡大 新領域		新たな販売チャネルの拡大	ドラッグストアについては取組を再構築中
		利益率改善	生産者委託の拡大 (GMV昨対+589百万円、約50百万円の利益増) 出荷手数料の改定 (2024年10月兵庫、2025年8月中部、影響額15百万円)

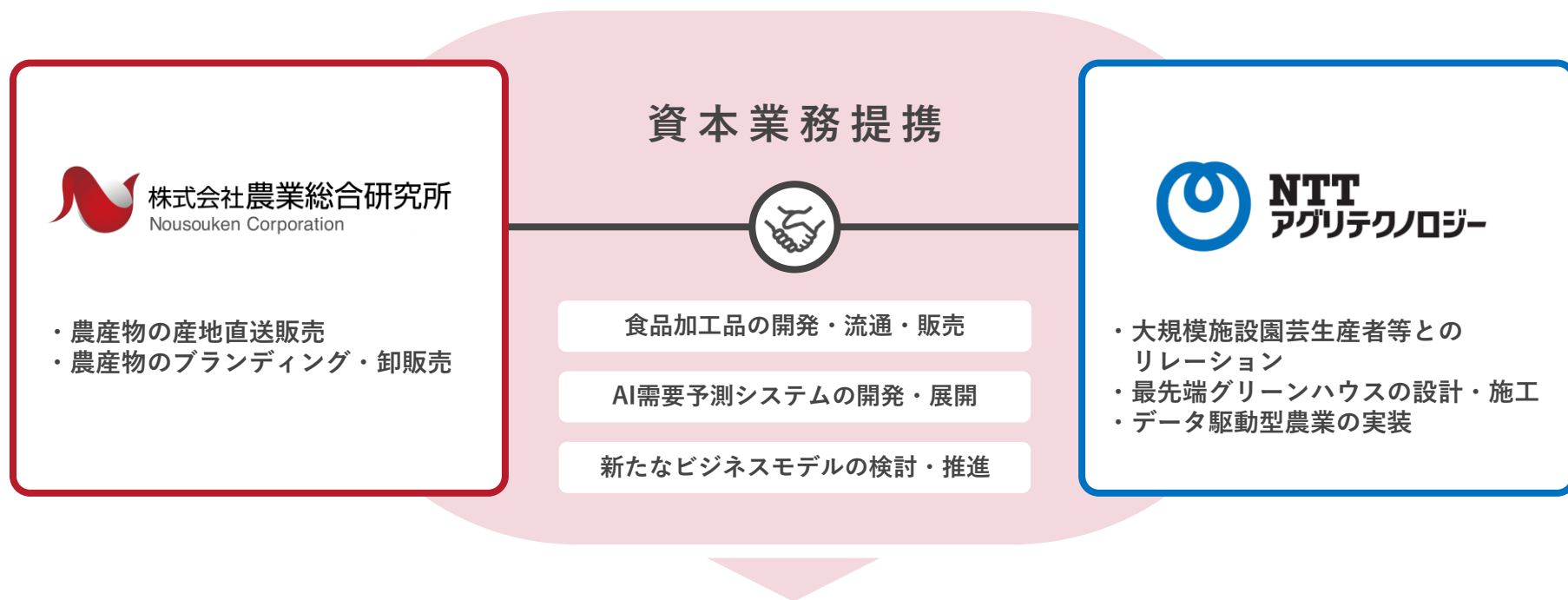
Topics



- 2024.9 株式会社NTTアグリテクノロジーと資本業務提携契約を締結
- 2025.1 自己株式の取得
- 2025.1 月間流通総額が過去最高を達成
- 2025.3 株式会社NTTアグリテクノロジーとの共同開発進捗
- 2025.4 株式会社シフラと業務提携
- 2025.6 株式会社クボタと連携協定を締結
- 2025.6 農家直送の米の集荷・販売を強化
- 2025.7 株主優待制度の新設
- 2025.7 自己株式の取得
- 2025.7 ハウス食品グループ本社との協働
- 2025.9 「できればシリーズ」 関東エリアで拡大
- 2025.9 日本農福連携協会へのスポンサード開始
- 2025.9 年間流通総額170億円突破



双方の強みを掛け合わせることで、 農産物を通じた新たな価値の創造を推進



農産物を通じた新たな価値の創造を実現

日本の食の
安定供給

持続可能な
農業

安心安全な国産野菜の
流通活性化



自己株買いを1月と7月に実施

利益成長＋適切な資本政策で総還元性向を高めながらROEを持続的に改善

自己株式の取得

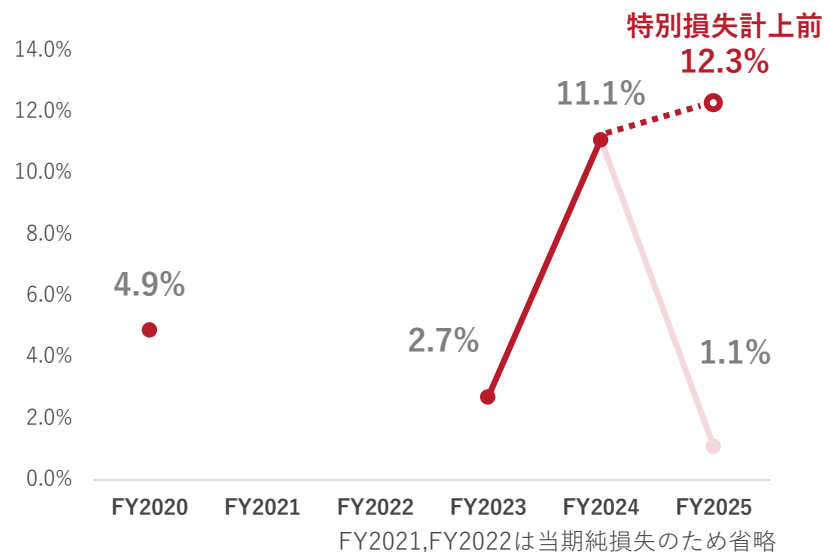
〈実施済みの自己株式取得概要〉

取得期間	2025年1月15日～1月20日
取得株数	236,900 株
取得割合	1.09%※
取得総額	69,999,700円
取得期間	2025年7月15日～7月17日
取得株数	156,500 株
取得割合	0.62%※
取得総額	89,952,500円

※2025年8月31日時点の自己株式を除く発行済み株式総数に対する割合

ROEの向上

当社が認識する株主資本コスト（10%）を上回る水準で推移



各種施策の実行により、
継続的なROE向上に取り組む



農産物の高付加価値化やフードロス削減に関する共同開発を推進

第1弾商品として3種類の国産乾燥野菜の販売を開始

お客様ニーズを元に開発

サステナビリティに
資する商品を
応援したい

ふとした時に使える
野菜をストック
しておきたい

多忙な中でも
家族に野菜を
食べさせたい

時間がない
中でも
料理はしたい



■乾燥野菜「野菜を食べる」シリーズ

各324円（税込）

「簡単・便利・手軽に、野菜を食べられる」よう
下ごしらえに手間がかかる野菜をミックス



開発背景

- ① 規格外という理由で可食でありながらも流通しにくい野菜の存在
- ② 一般家庭における賞味期限が過ぎたことによる食品廃棄の課題



規格外野菜の活用

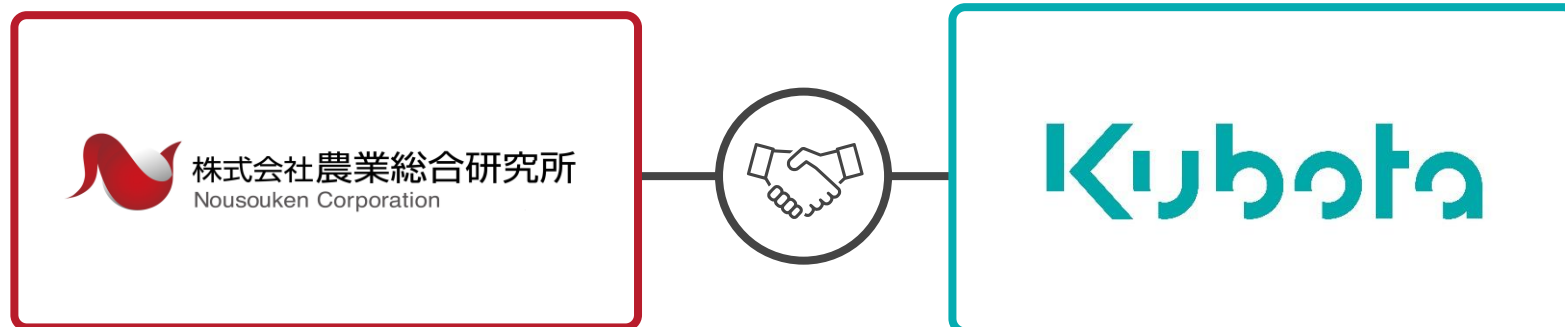


高い保存性



フードロスの削減へ

日本の農業の持続的な発展に向け
両社が保有する技術・ネットワーク・情報・ノウハウを活用し
新たな価値の共創を目指す



— 提携による取り組み —

① 農機シェアリング事業における連携



クボタが展開するシェアリングステーションを
当社集荷場の一部に設置

② 「おいしさ」を伝える新指標の検討



甘味・うま味・ジューシー感など定量的な
品質情報を実際に食べることなく計測できる
新指標を作成

会 社 名 株式会社クボタ

代 表 者 代表取締役社長 北尾 裕一

所 在 地 大阪市浪速区敷津東一丁目2番47号

会社概要 「機械（農業・産業）」、「水環境インフラ」などの事業分野システム・製品の研究開発・製造および販売、サービスの提供



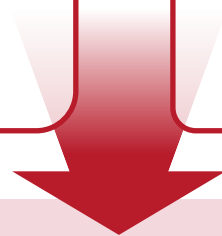
全国の生産者と消費者を結ぶプラットフォームにて 米の集荷・販売体制を強化



当社集荷拠点を活用し
集荷量を拡大
関東・関西よりスタート



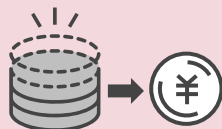
当社の
「農家の直売所」コーナー
にて販売



農家の
直売所
特徴



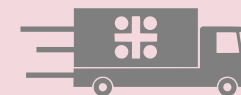
生産者



流通コストのカット
適正収益の確保



生活者



スピーディーかつ
手頃な値段で米を入手



2025年8月末を基準日とした株主優待制度を新設

保有株式数

1,000株以上



2025年8月末基準

**農家直送
みかん
5,000円相当**
2025年8月末に保有



1年以上継続保有

2026年8月31日を優待基準日として開始

**+ 新米
5,000円相当**

2025年8月末、2026年2月末、
2026年8月末に保有

株主優待詳細は [こちら](#) よりご確認ください。



株主優待品のみかんとともに リーフレット「絆のみかんのおくりもの。」をお届け

株主の皆さまへ
— 2025-2026 —

絆のみかんの おくりもの。

信頼と情熱が紡ぐ、

中西さんと及川の物語。

19年前の出会い。

創業期を支えた深い絆。

二人の出会いは19年前、中西さんが33歳、及川が31歳、まだ農業総合研究所を創業する前の八百屋時代に遡ります。

当初、中西さんのみかんは宅配便で大阪の及川の八百屋へ届けられていました。しかし、送料の負担を気遣い、中西さんは自ら和歌山から大阪まで運んでくれるようになりました。それは、及川が「通常では考えられない」と語るほどの温かい気遣いでした。

その後、及川が農業総合研究所を立ち上げ、苦勞し、やつれていた時期も、中西さんは「お前、大丈夫か?」と優しく声をかけながら、変わらず取引を続けてくれました。及川は「会社がまだ小さかった頃から、よくお付き合いくれてありがたいな」と、その絆をずっと大切にしてきました。

中西さんは、及川の成長をずっと見守ってきました。「こんなに会社が大きくなるとは思わなかった。はじめは細い糸の上を歩いているようで危なっかしかったけど、それがだんだん太くなって、時に細くなっても、そしてまた太くなって、安定していった」と、その道のりを振り返ります。

そして、今の及川を見て「ほんま頑張ったよ、この子。ほんまによかったと思うわ」と目を細めました。



次々食べなくなる中西さんの「みかん」

中西さんは「一つ食べて満足するみかんではなく、次から次へと食べなくなるみかんを作らないとだめだ」と言います。また、酸味が無いみかんは良くないという信念があり、ある程度甘酸っぱさを残すように栽培しています。

手が汚れにくく、
果実のむき方
「和歌山むき」



- ① みかんをヘタのない方から外皮ごと2つに割る。
- ② ③ さらに半分ずつ、合計4つに割る。
- ④ 分けたみかんを皮から直接実をはがすようにして食べる。

でも、細かいことは気にしないで好きなように食べてください！



株式会社農業総合研究所
和歌山県産 みかん
左…代表取締役会長 C E O 及川 智正
右…代表取締役社長 堀内 寛
中央…みかん生産者代表 中西 憲史さん

ハウス食品グループ本社の新野菜ブランド

「また明日も食べたくなる野菜」に参画

ビジネスコンセプト

「また明日も食べたくなる野菜」を
食卓へ継続的にお届けする



ハウス食品グループ本社「また明日も食べたくなる野菜」

【また明日も食べたくなる野菜】の特徴

- ・生産者が、手間ひまと愛情を込めて育てたこだわりの野菜
- ・産地の地理的特徴や、土地の気候や風土に合う野菜
- ・おいしさを裏付けるストーリーが見える野菜
- ・カレー&サラダに合う野菜（メニューに合わせた野菜の提案）

当社協働内容

生産者との連携・野菜の選定

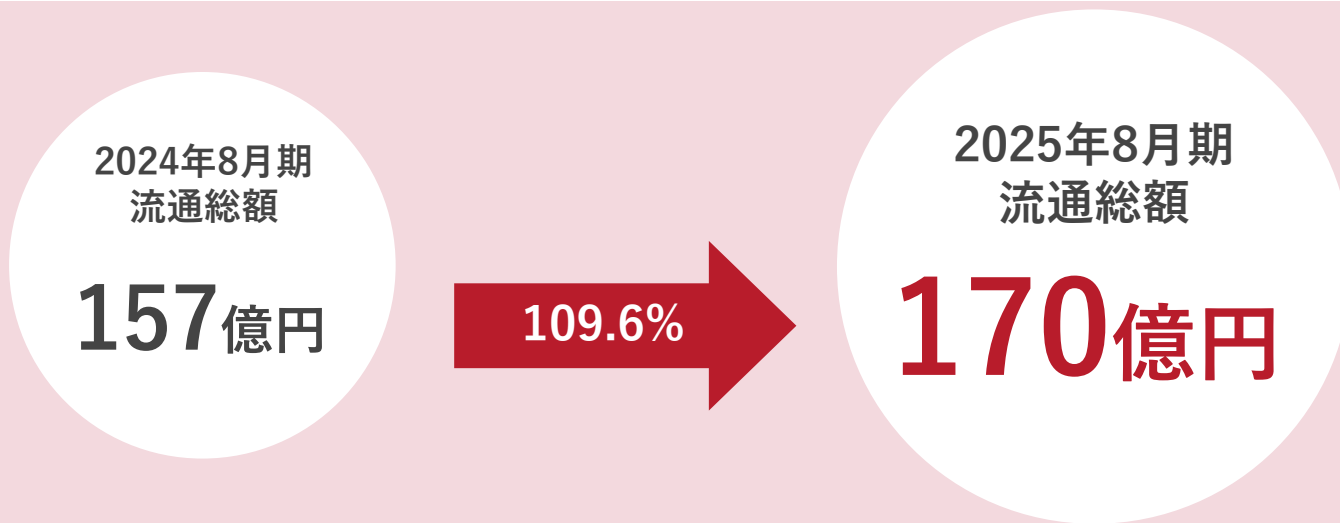
全国の生産者ネットワークと知見を活用。
ブランドコンセプトに合致する
魅力的な野菜を選定。

販売チャネルの拡大

全国のスーパーマーケット等への
販売ネットワークを活用。
安定的に生活者の皆様の食卓へお届け。

年間流通総額が170億円を突破

「農家の直売所事業」「産直事業」ともに過去最高



増加要因

- 地道な営業活動による成果

生産者及びスーパーへの営業活動により、季節ごとに品目バランスを考慮した農産物の集荷、新規顧客の獲得や催事での売り場拡大に加え、回転率の高い魅力的な売り場を設置

- 相場高の継続

年間を通じて平年比を上回り、当社の青果物の売価も高水準で推移

- 産直委託モデルの拡大

産直委託モデルを複数のスーパーに導入、産直事業の流通総額が拡大。

FY2026.8 重点施策と通期業績予想



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
→ JA・市場との連携強化
- ② 物流機能の拡充
→ 機能拡張型センターの開設
- ③ ITプラットフォームの高度化
→ AI需要予測システムの開発



単位：百万円	FY2026.8 通期予想	FY2025.8 通期実績	前期比
流通総額	18,000~20,000	17,233	104.4%~116.1%
売上高	8,500~9,500	8,358	101.7%~113.7%
営業利益	300~350	181	165.0%~192.5%
経常利益	300~350	200	149.5%~174.5%
当期純利益	185~215	11	-

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。



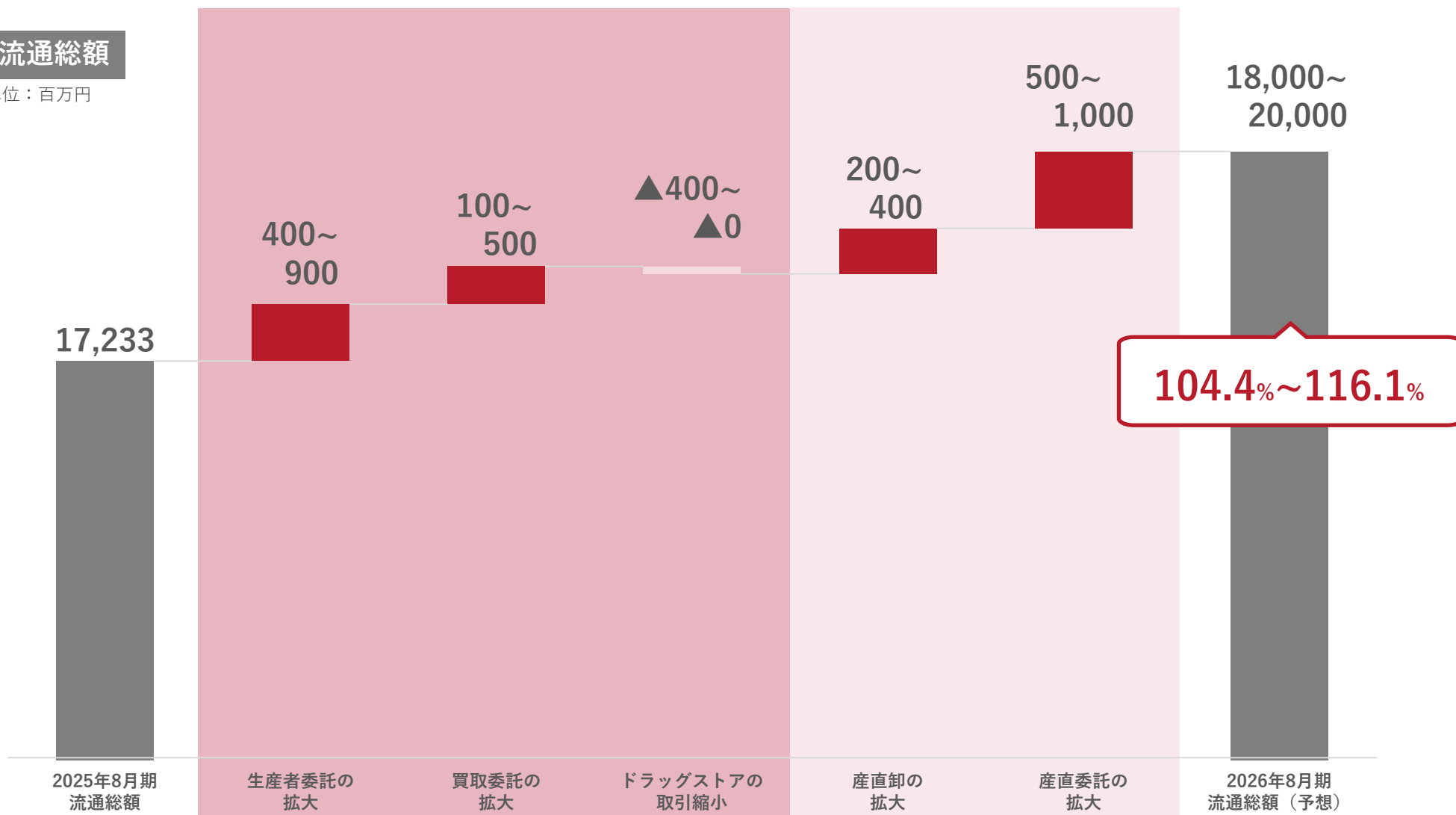
産直委託の拡大を中心に両事業ともに着実な成長を目指す

農家の直売所事業

産直事業

流通総額

単位：百万円

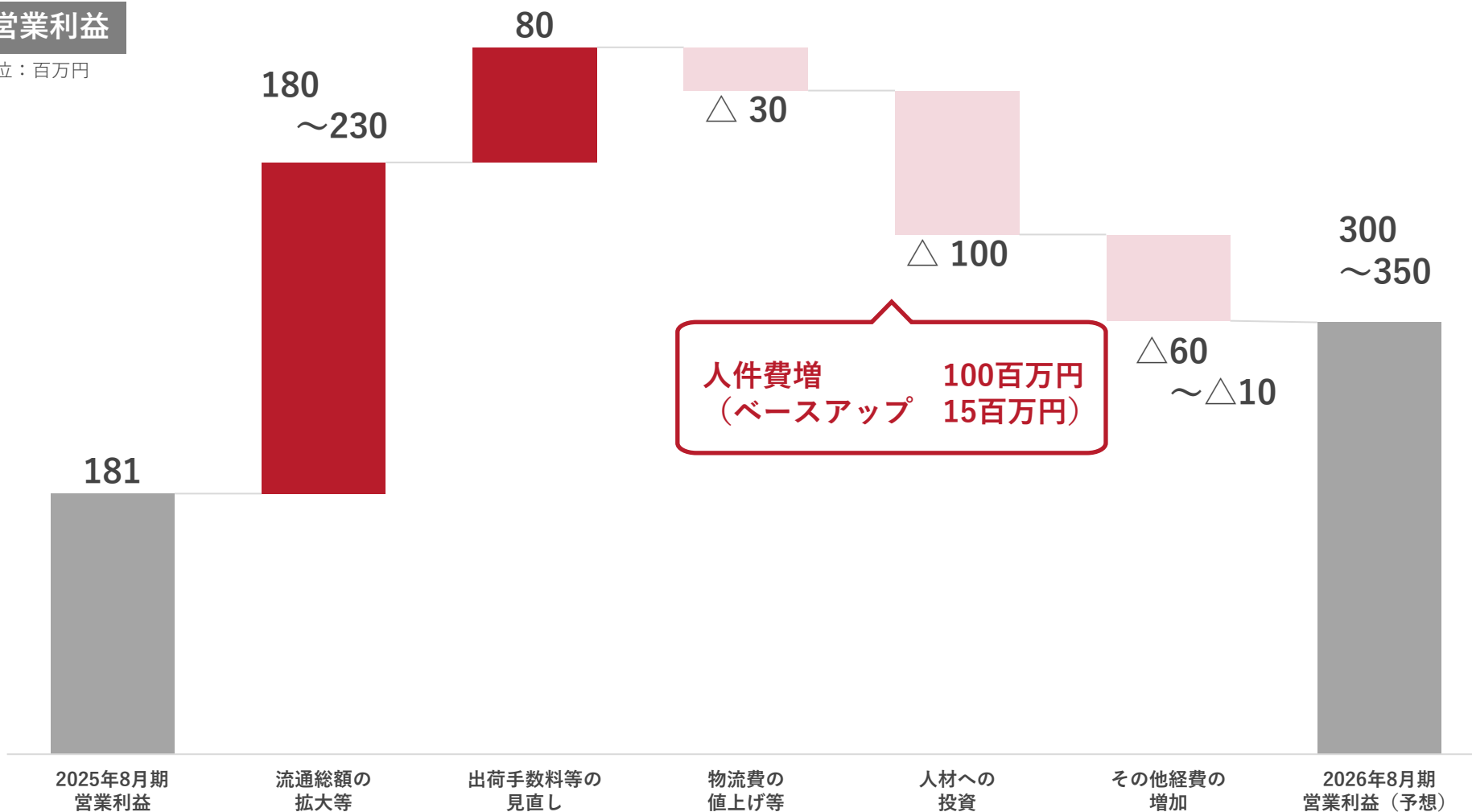




流通総額を伸長し、投資を行いつつ増益を目指す

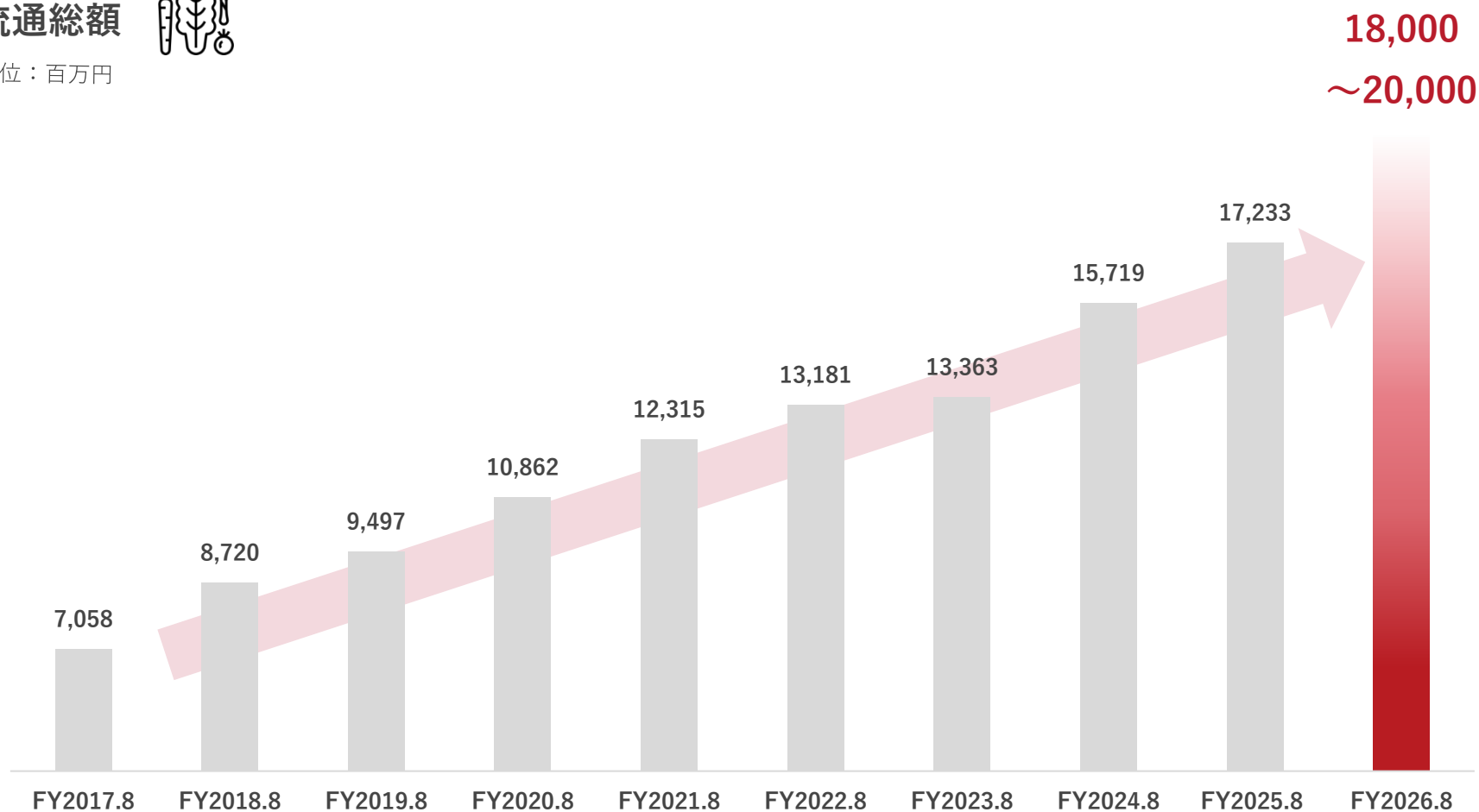
営業利益

単位：百万円

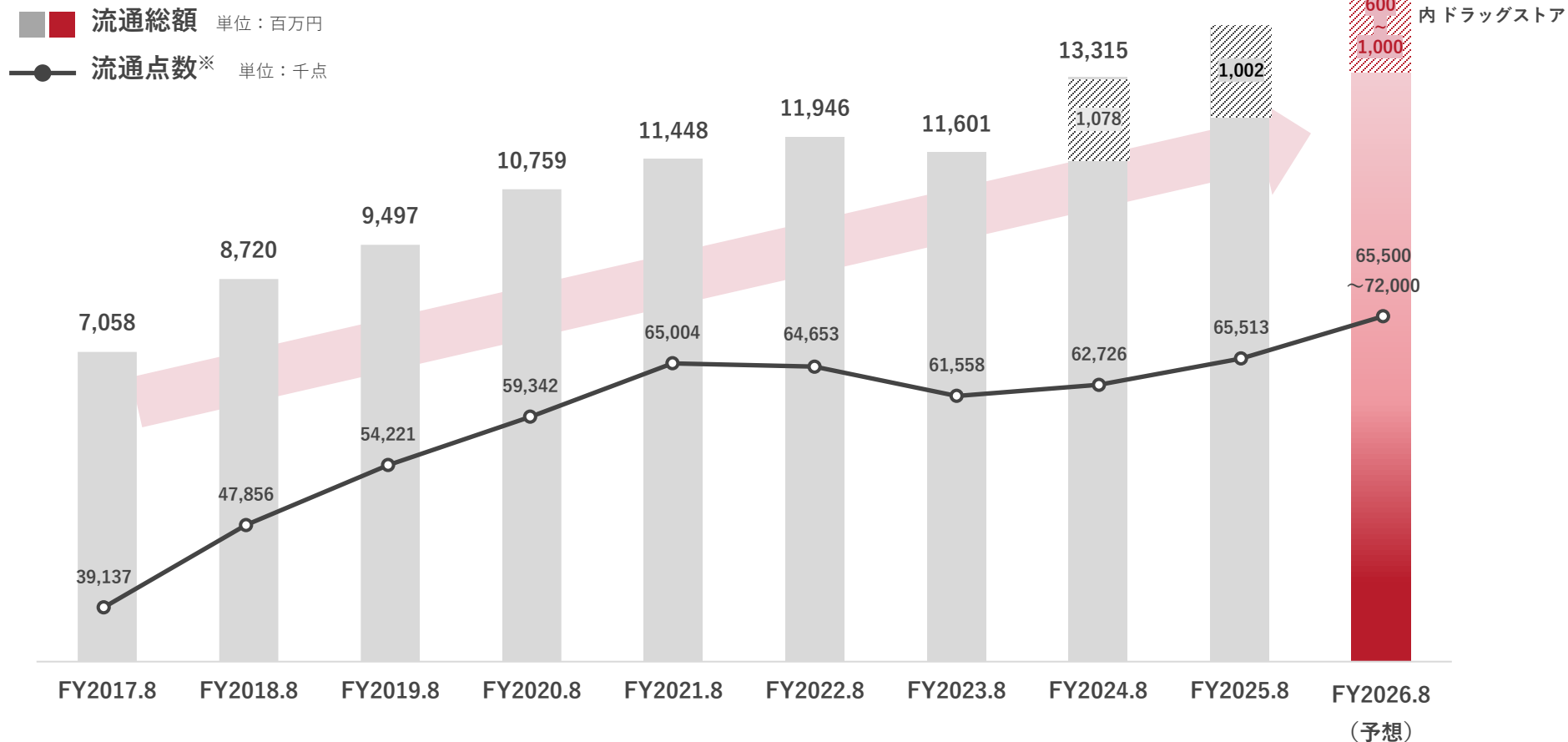


流通総額

単位：百万円



流通総額・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



流通総額

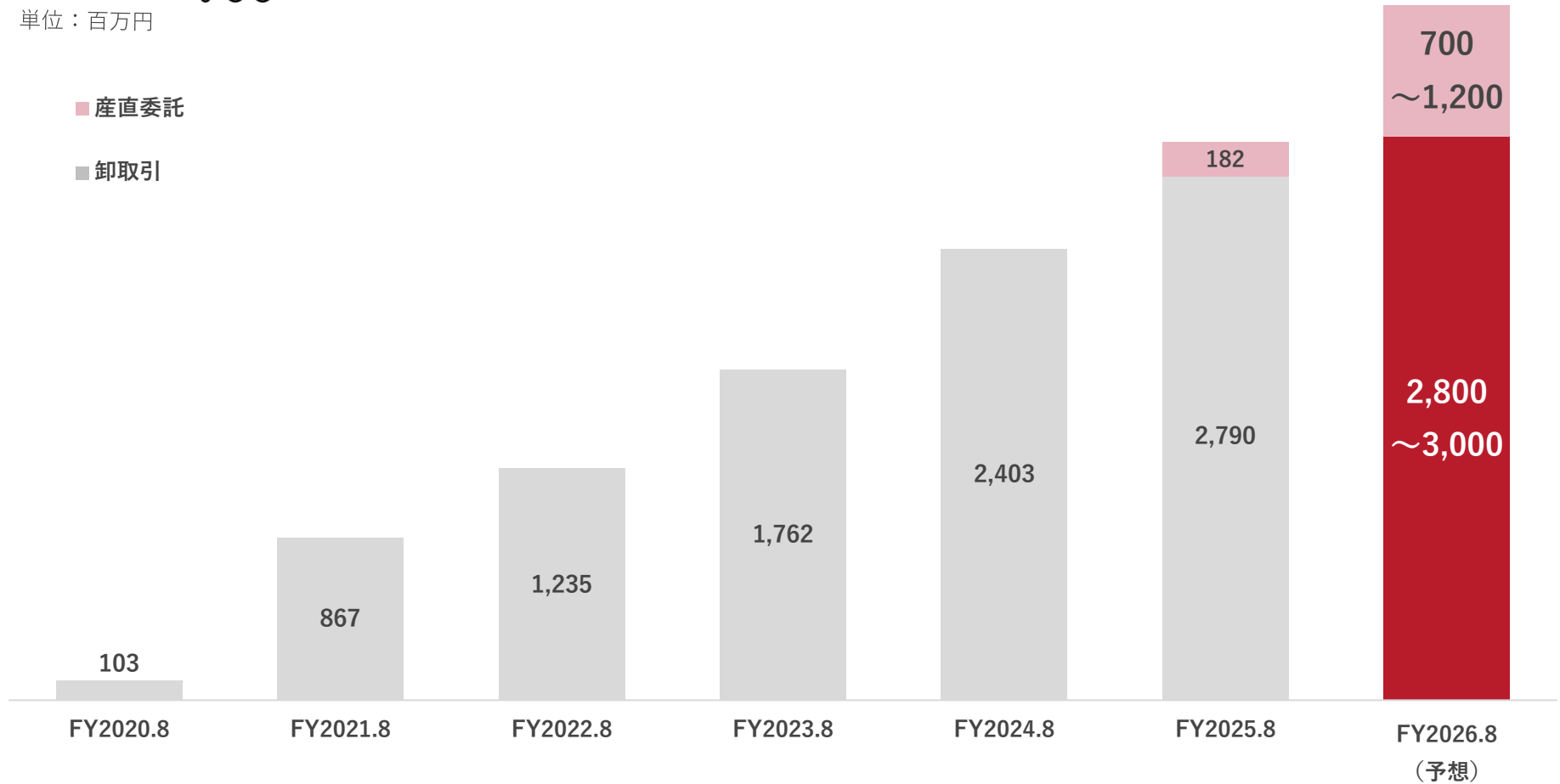


単位：百万円

■ 産直委託

■ 卸取引

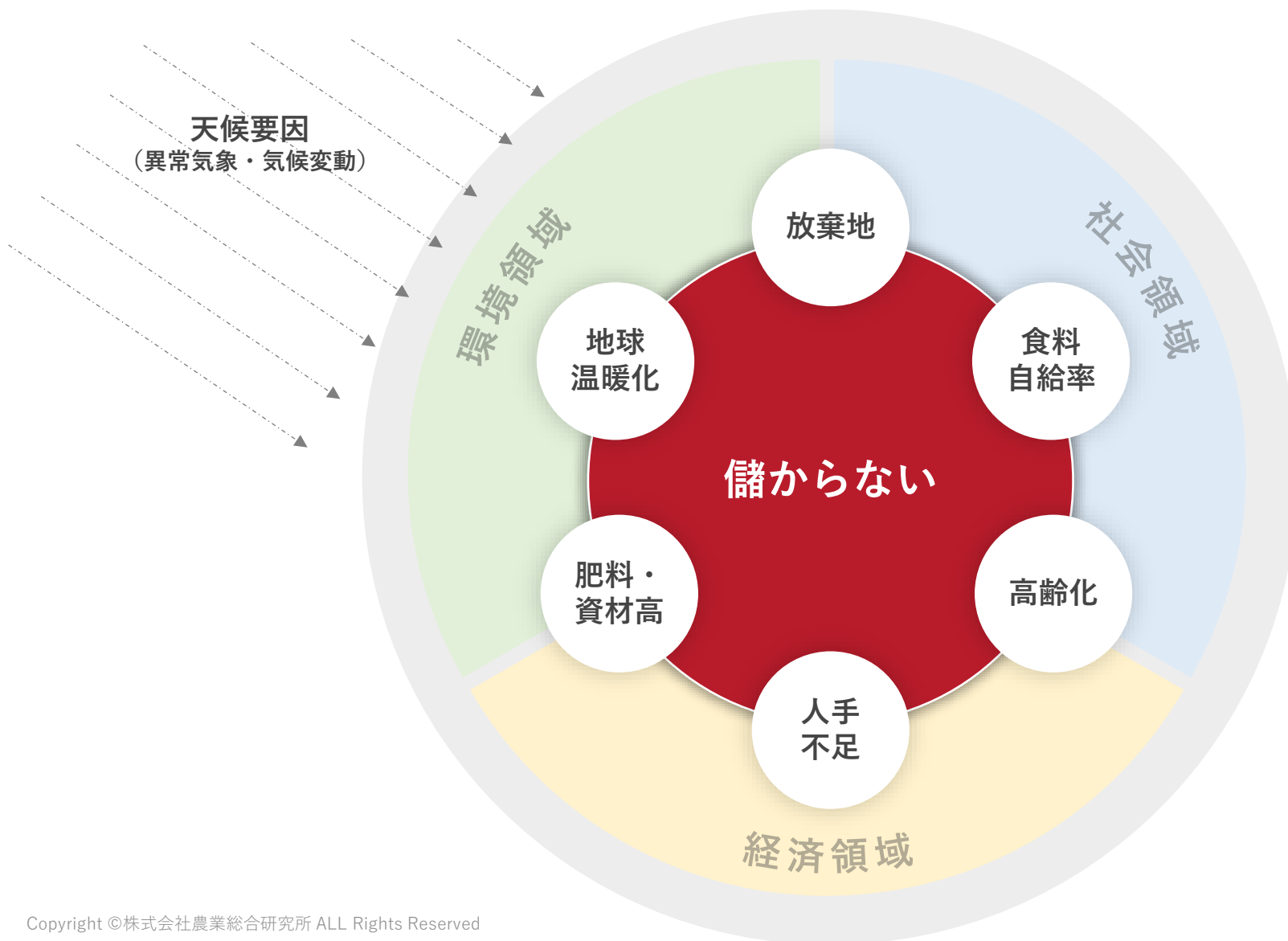
産直委託を拡大



中期経営計画の進捗

「中期経営計画2025-2027」の全ページは [こちら](#) からご参照いただけます。

農業における課題の根幹は「儲からない」こと





第1フェーズ ～FY2024

農家の直売所事業の確立、産直卸事業の立ち上げ

第2フェーズ FY2025～FY2030

農業を儲かる仕組みに

需給の見える化と
需給を繋げるプラットフォームの構築

本中期経営計画

産直委託モデルの展開
AI需要予測システムの開発

第3フェーズ FY2031～

AI需給調整プラットフォームの確立と開放



中期経営計画2025-2027の位置づけ

第1フェーズ

農家の直売所事業の確立
産直卸事業の立ち上げ
導入店舗数の伸びによる
GMV拡大

中期取り組みテーマ 農業を儲かる仕組みに

第2フェーズ

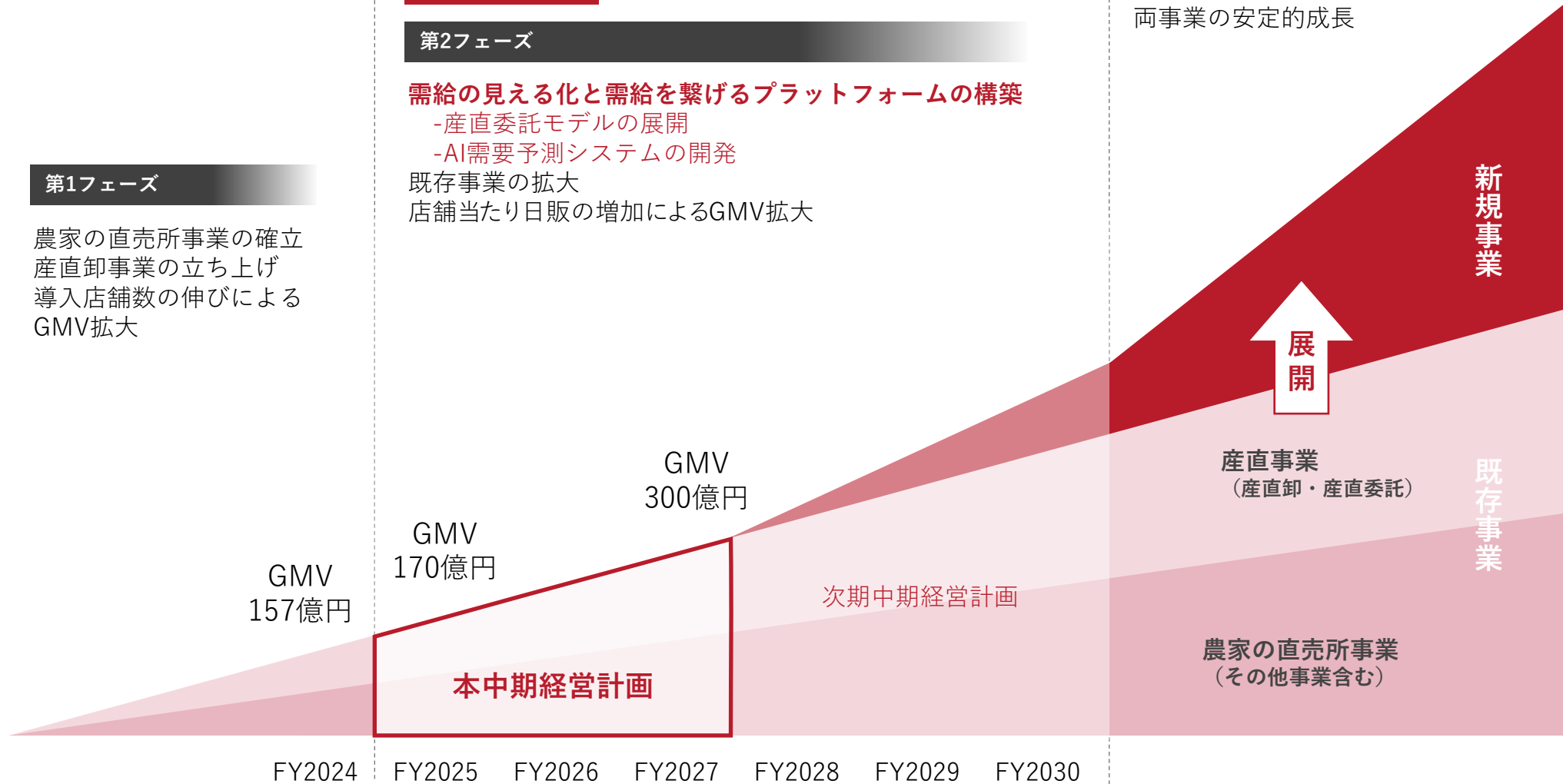
需給の見える化と需給を繋げるプラットフォームの構築

- 産直委託モデルの展開
- AI需要予測システムの開発

既存事業の拡大
店舗当たり日販の増加によるGMV拡大

第3フェーズ

AI需給調整プラットフォームの
確立と開放
両事業の安定的成長



農家の直売所事業

生産者と生活者を直接つなげる
産直流通プラットフォーム



- ・スーパー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産直流通プラットフォームを提供

産直事業（産直卸）

スーパーの青果売場に
顔が見える安心安全な商品を提供



- ・スーパー内の青果売場向け事業
- ・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

それぞれの良いとこどりをした流通が、産直委託モデル

新規

産直委託モデル

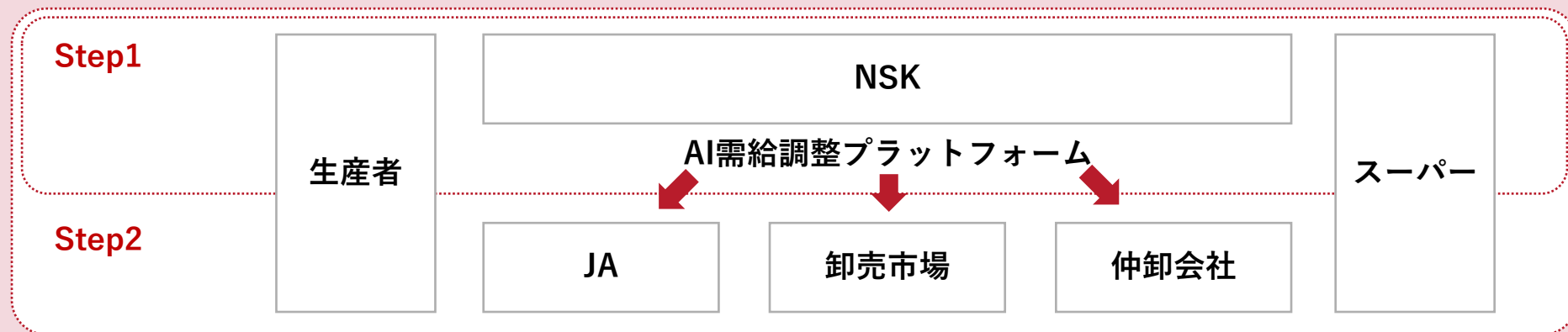
全員がメリットを享受できる仕組み

｜特徴

- ・委託販売（レベニューシェア）
- ・大量/安定販売が可能
- ・事務処理が簡便

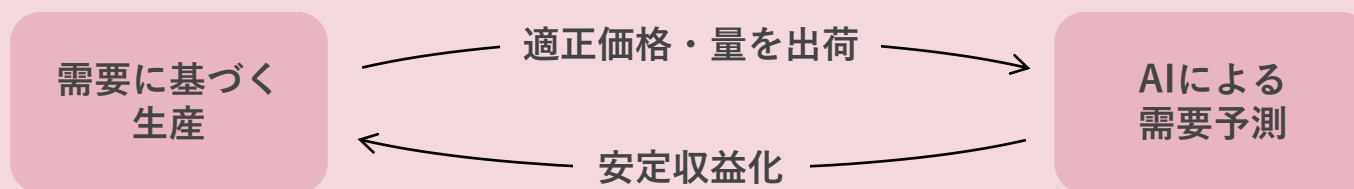
目指す姿

需給の見える化により適正価格販売を実現する仕組み



ITプラットフォームによる需給コントロール

(AI需要予測は生活者にとって必要な価格・量を予測し、精度を高めるツール)



業界全体で需給バランスの最適化による適正価格販売を実現することで、
農業の持続可能な成長と課題解決に貢献する



GMV

300億円

農家の直売所事業

150億円

産直事業

100億円

その他事業 ※

50億円

営業利益

4.5億円

総還元性向

30%

(配当 + 自社株買い)

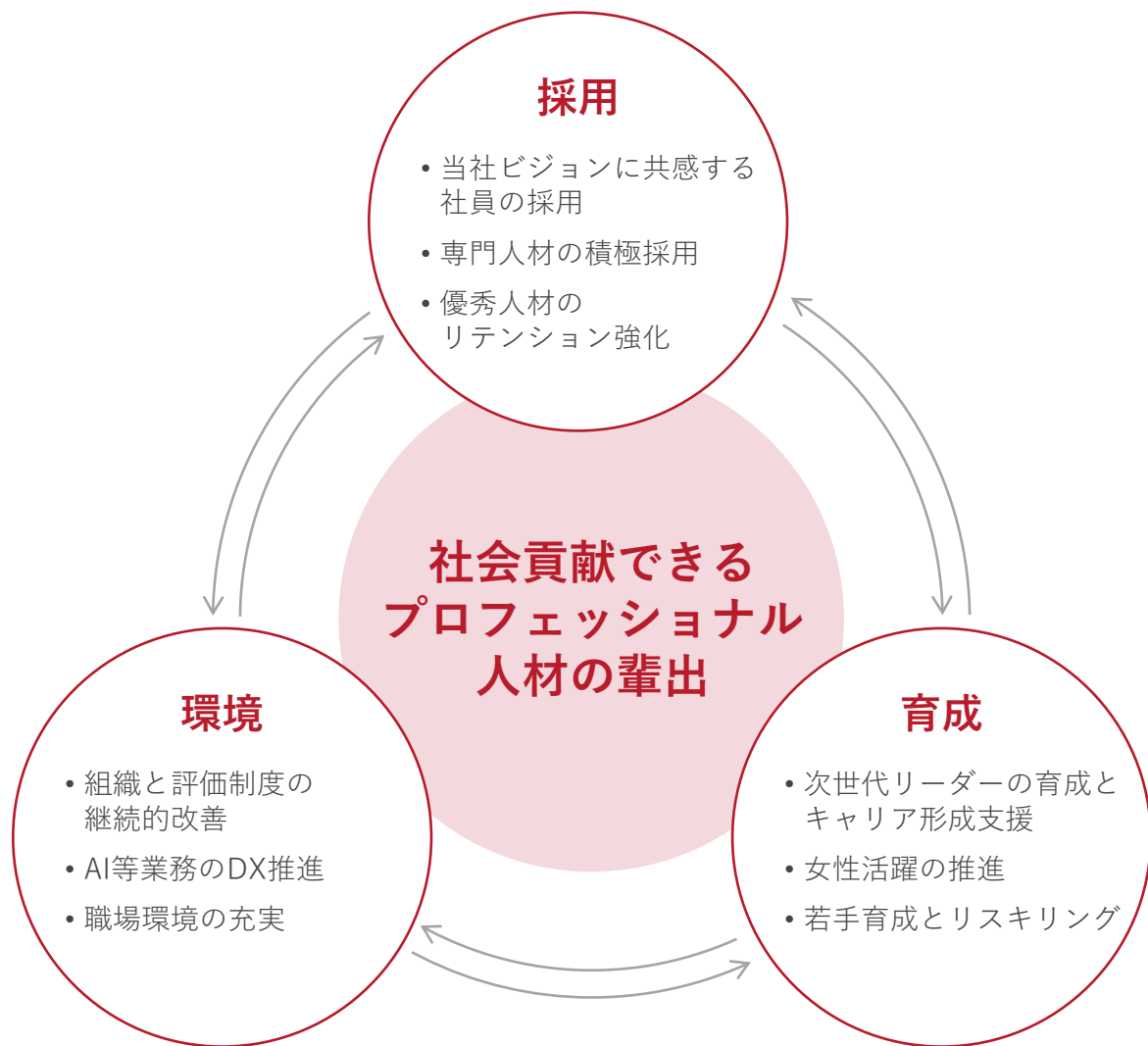
ROE

20%

※ドラッグストアなどスーパー以外の事業

	項目	FY2025.8時点の進捗	FY2026.8以降の方針
次世代型プラットフォーム	産直委託モデル	・ 導入スーパー・取扱品目の拡大 ・ 他社商品の取扱開始 ・ 農産物流通会社と連携	・ 導入スーパー・取扱品目の拡大 ・ 他社商品の取扱拡大 ・ JA/市場/仲卸との連携深化
	AI需要予測システム	・ AI需要予測システムはβ版のトライアル運用を開始	・ 本格導入に向け注力

項目	人材投資	設備投資	システム投資
内容	・社会貢献できるプロフェッショナル人材の輩出 ・継続的な賃金アップ	・機能拡張型センターの新設 ・集荷場の拡充	・産直委託システムの開発 ・AI需要予測システムの開発
計画	1.5億円	1.5億円	2 億円
FY2025.8 進捗	・人件費アップ	・機能拡張型センターの開設（関西、中部）	・AI需要予測システムβ版のトライアル運用
	0.5億円	0.1億円	未支出 (共同開発中のため)



FY2027 目標

人的生産性* … **+30pt向上**
(FY2024比)

対GMV人件費率 … **5%以内**

年間賃上げ率 … **CAGR+5%**
(FY2024比)

* 人的生産性
(営業利益+人件費+償却費) ÷ 人件費



機能拡張型センター構想

● 目的

物流センターに加工センターの機能を具備するとともに、生産者からの出荷受入や店舗直送機能を追加することで、集荷力や物流効率の向上を目指す

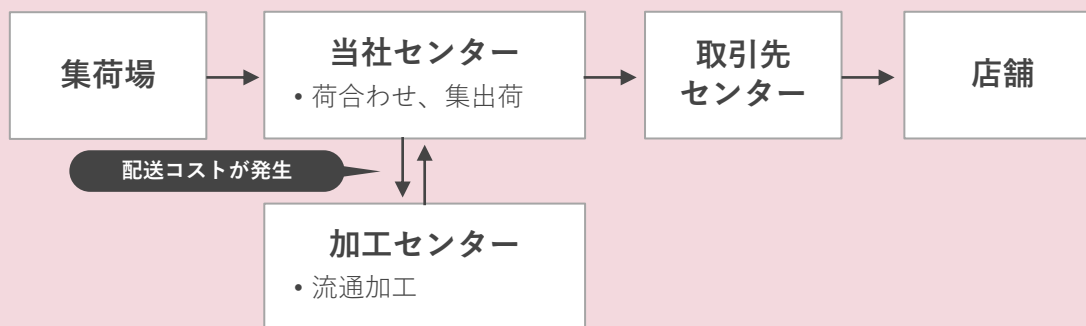
● 予定エリア

関東、関西

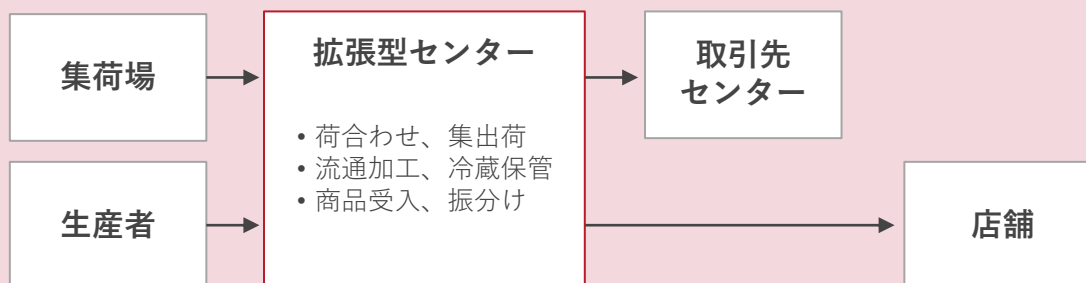
● 予算規模

FY2027までに1.5億円程度

● 従来型センター

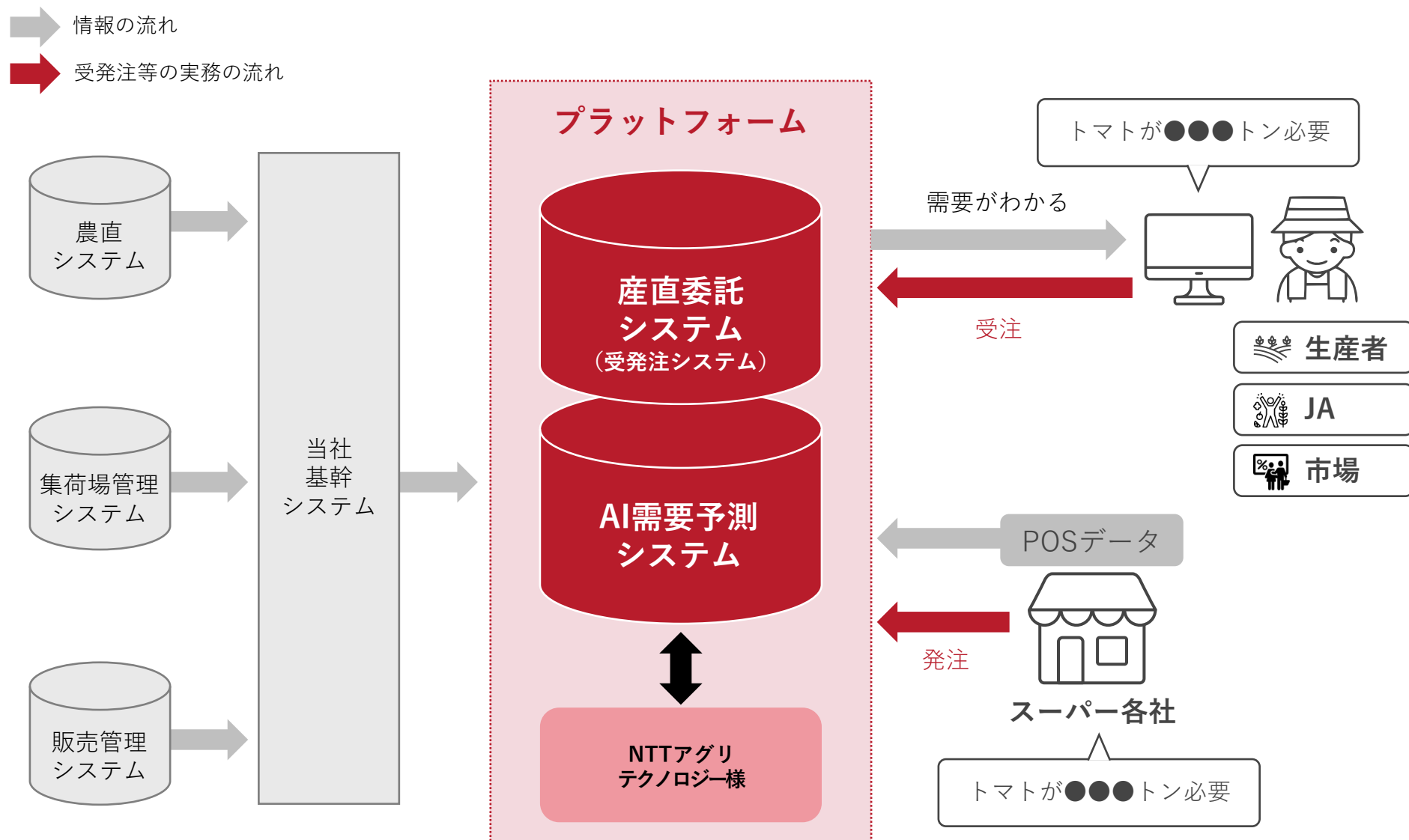


● 機能拡張型センター





AI需給調整プラットフォームの基礎を築く



FY2027目標

資金創出・調達

●2024年8月末 現預金※

9.8億円

●3年間の営業CF

10～15億円

2025年8月末 2.6億円

●3年間の借入増域

▲1.5～2億円

2025年8月末 ▲0.6億円



資金分配

●投資計画・M & A

5～15億円

2025年8月末 0.6億円

●3年間の株主還元

1～3億円

2025年8月末 1.6億円

●2027年8月末 現預金※

10～20億円

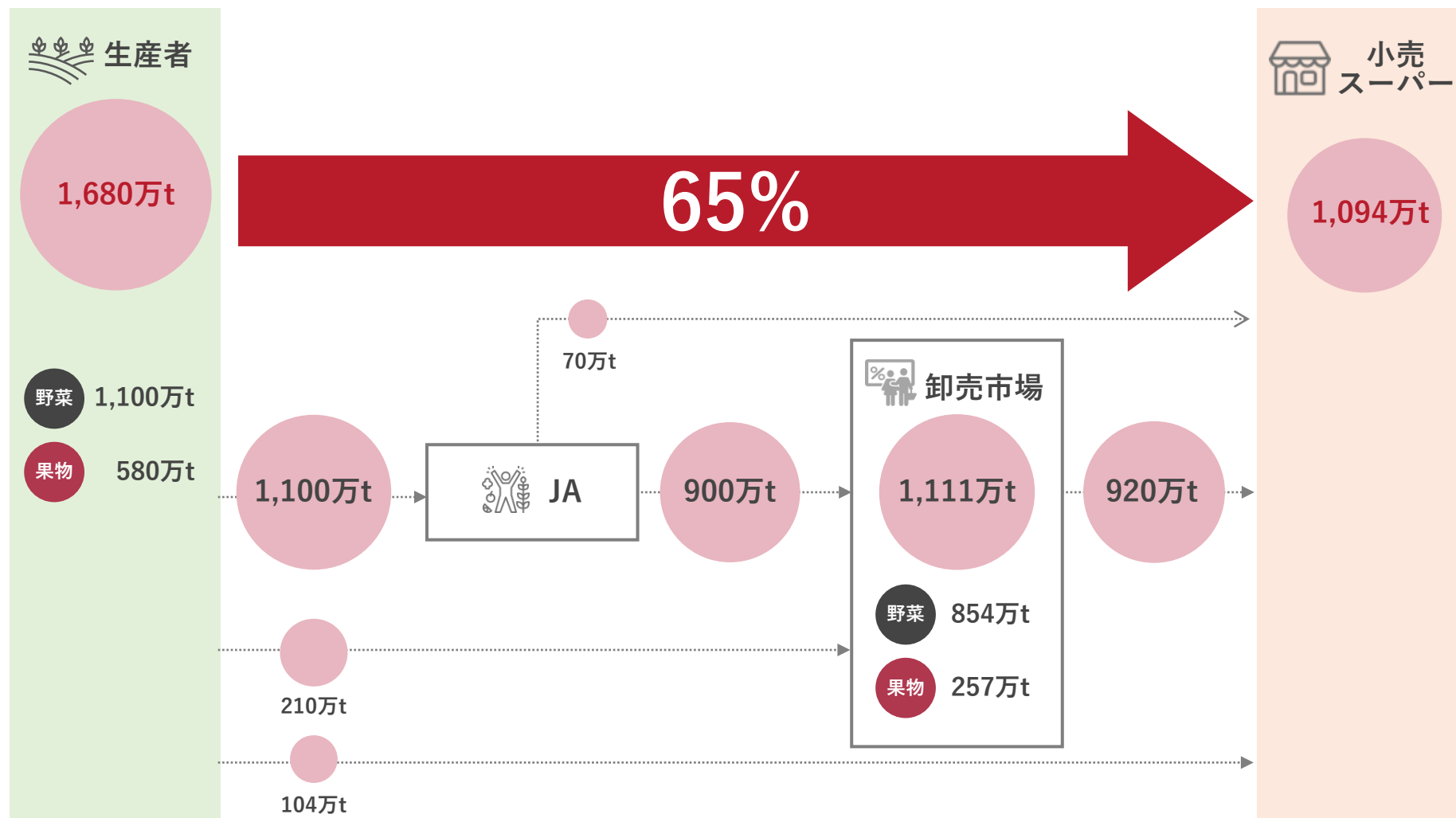
2025年8月末 9.7億円

※現預金と株式以外の有価証券

Appendix



青果流通のメインはスーパーマーケット



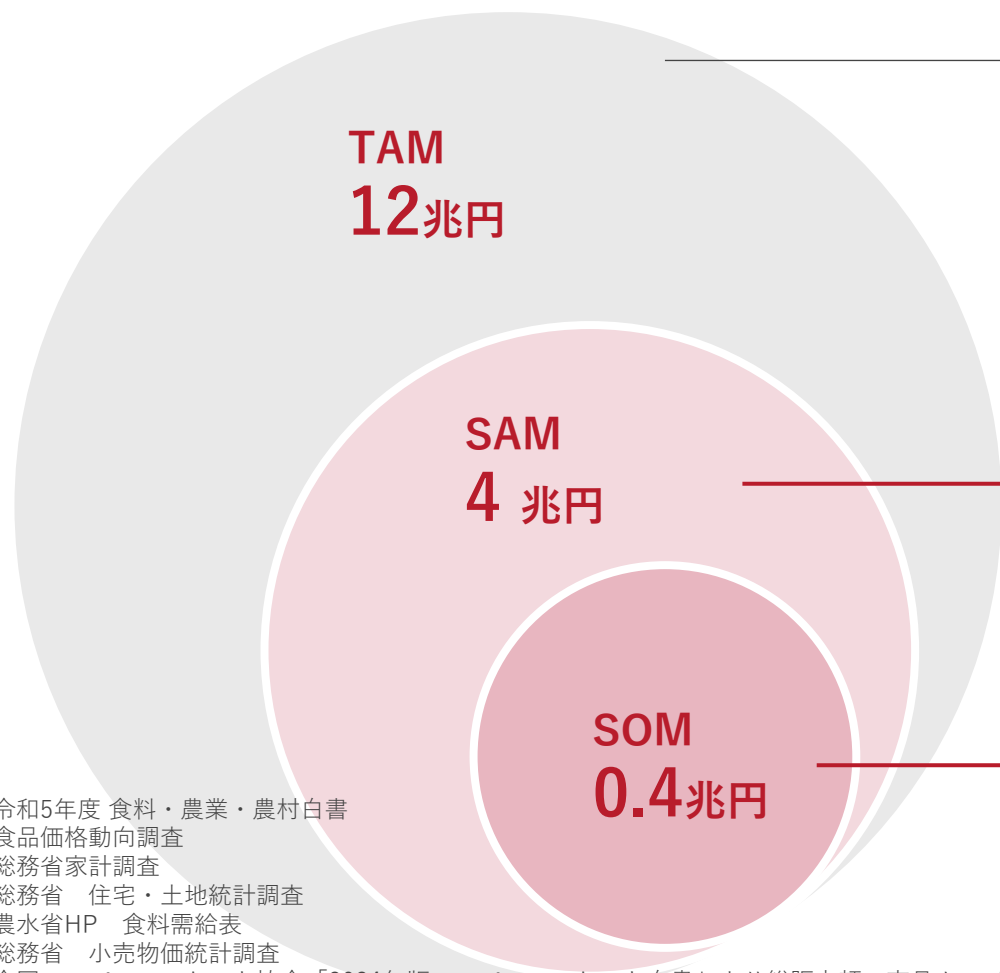
農水省「令和5年度 青果物卸売市場調査」

農水省「令和4年度 食品流通段階別価格形成調査」

農水省「令和5年度 卸売市場データ集」

より当社推定

当社事業領域はスーパーにおける青果流通全体をカバー



野菜、果実、米の年間販売価格合計

野菜	5.5兆円	1人当たり年間野菜消費量 88.1kg※1 日本総人口 1億2,500万人 (2022年10月1日) 主要野菜8品目平均価格 500円/kg※2
果実	1.8兆円	世帯当たり生鮮果物年間支出 32,099円※3 総世帯数 5621.5万世帯※4
米	5.1兆円	1人当たり年間米消費量 50.9kg※5 日本総人口 1億2,500万人 (2022年10月1日) コシヒカリ店頭小売価格 4,018円※6

スーパー内 青果売場 ※7

対象事業： 産直事業

スーパー内 産直コーナー ※8

対象事業： 農家の直売所事業

※1 令和5年度 食料・農業・農村白書

※2 食品価格動向調査

※3 総務省家計調査

※4 総務省 住宅・土地統計調査

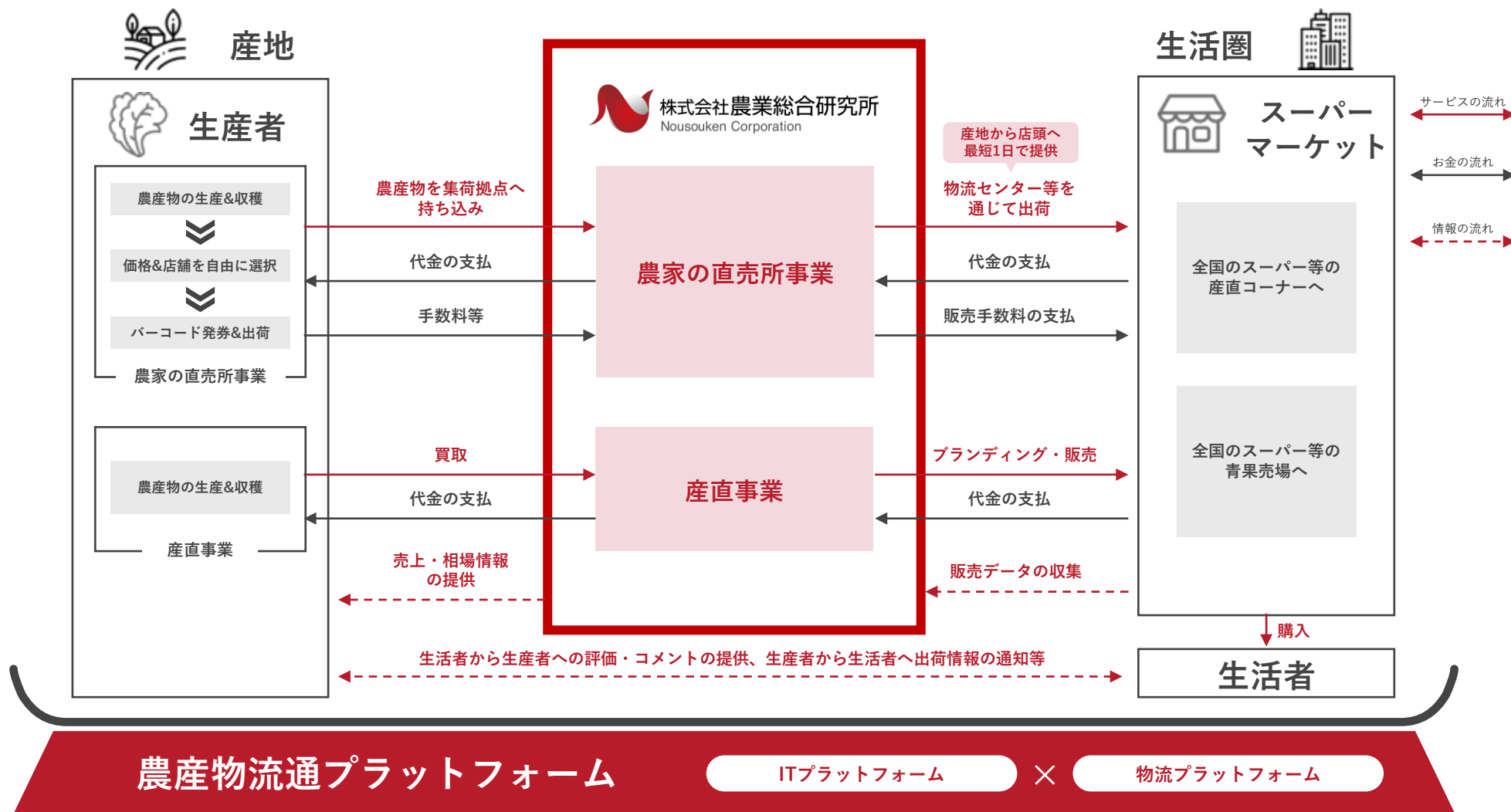
※5 農水省HP 食料需給表

※6 総務省 小売物価統計調査

※7 全国スーパーマーケット協会「2024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

※8 当社独自のヒアリング結果により青果売場全体の10%程度を産直コーナーの市場規模と推計

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



スーパーの青果売場を主軸に事業を展開

農家の直売所事業

生産者と生活者を直接つなげる
産直流通プラットフォーム



- スーパー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産直流通プラットフォームを提供

産直事業

スーパーの青果売場に
顔が見える安心安全な商品を提供



- スーパー内の青果売場向け事業
- 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

くしまアオイファームの

生活者がスーパーでさつまいもを選ぶ時に知りたいこと、
「ほくほく系なのか、ねっとり系なのか、どんな食感の
さつまいもなのか、特に甘さが強いのはどのさつまいもなのか」。
それを好みの食感や甘さの程度によって選べるようにブランディ
ング。生産者に取材した情報を元に「食感のオノマトペ」と
「食感インジケーター」で一目でわかるように表現し、
生活者が知りたい情報を視覚で楽しく伝えるシリーズに。

「ほくほく/ねっとり食感シリーズ」



ベーシック 定番品種

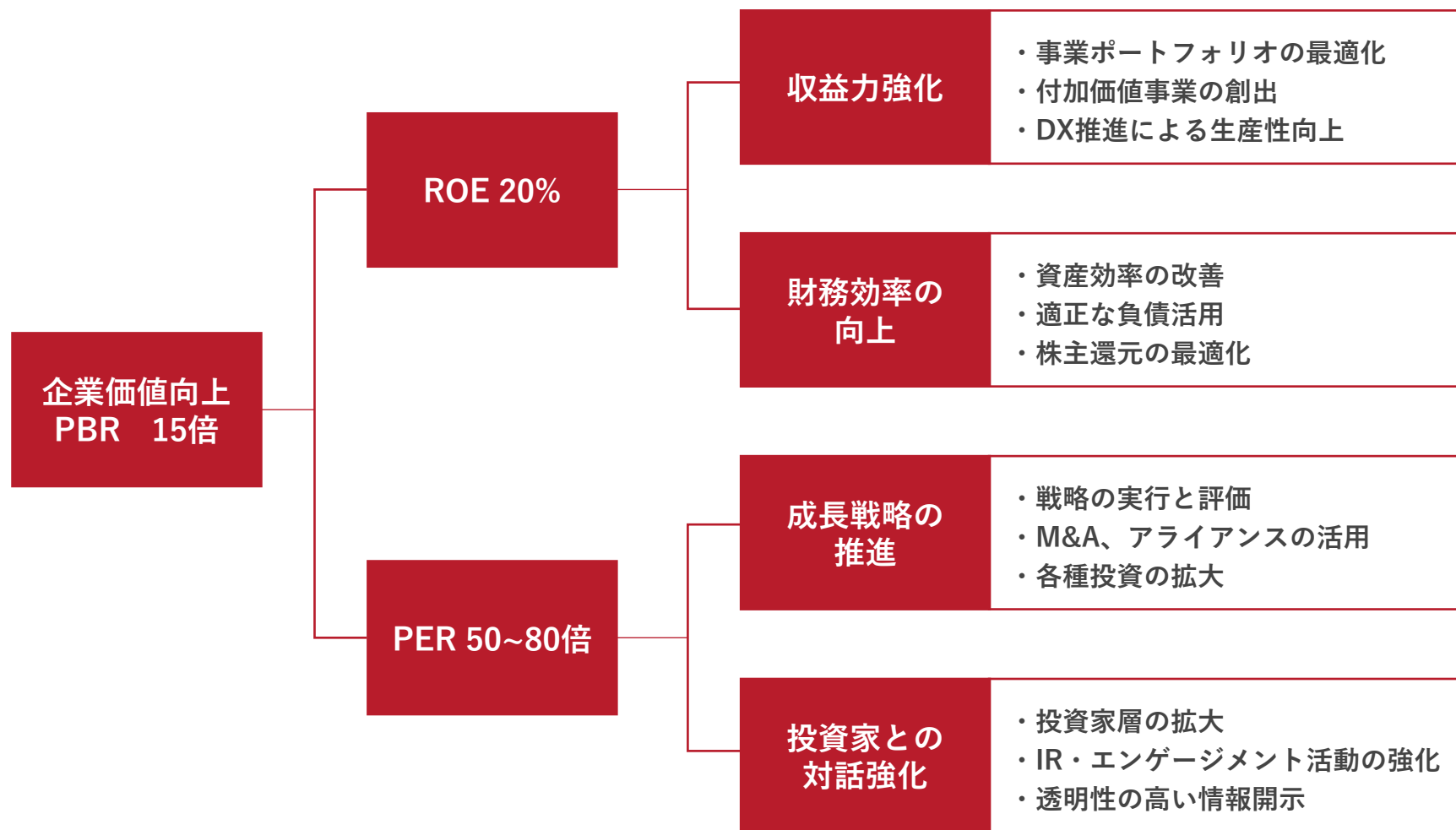
ハウス食品と共同販売

産地、時期によって味わいが変わる辛みが少ないたまねぎ
（ハウス食品で辛み成分のピルビン酸を測定）を年間通して
生で食べることができる商品。サラダにおすすめということが
押し付けがましくなく、サラダで食べたくなるネーミングに。
また、商品名に各地の方言も入れ、産地をわかりやすくし、
産地リレーした際にも楽しく産地を知ることができる。
各生産者おすすめのたまねぎサラダに合う食べ方も掲載。





中長期的な成長と株主価値の最大化に向けて各種施策に取り組む



ESG経営を通じて持続可能な農産業の実現と企業価値の向上に取り組む

環境

Environment

産直流通の推進による 環境負荷低減

独自の物流網とITプラットフォームを活用し、生産者から生活者への最短・低コストな流通を実現。これにより、輸送に伴うCO₂排出量の削減に貢献しています。

食品ロスの削減

規格外品や余剰生産物も積極的に取り扱い、食品ロスの削減に寄与しています。

社会

Social

生産者の所得向上と地域活性化

当社事業を通じて、農業を儲かる仕組みに発展させることで、所得向上と地域経済の活性化を支援しています。

安全・安心な農産物の提供

生産者との契約において、農薬使用基準の遵守や栽培履歴の明示をルール化し、生活者に安全で新鮮な農産物を届けています。

ガバナンス

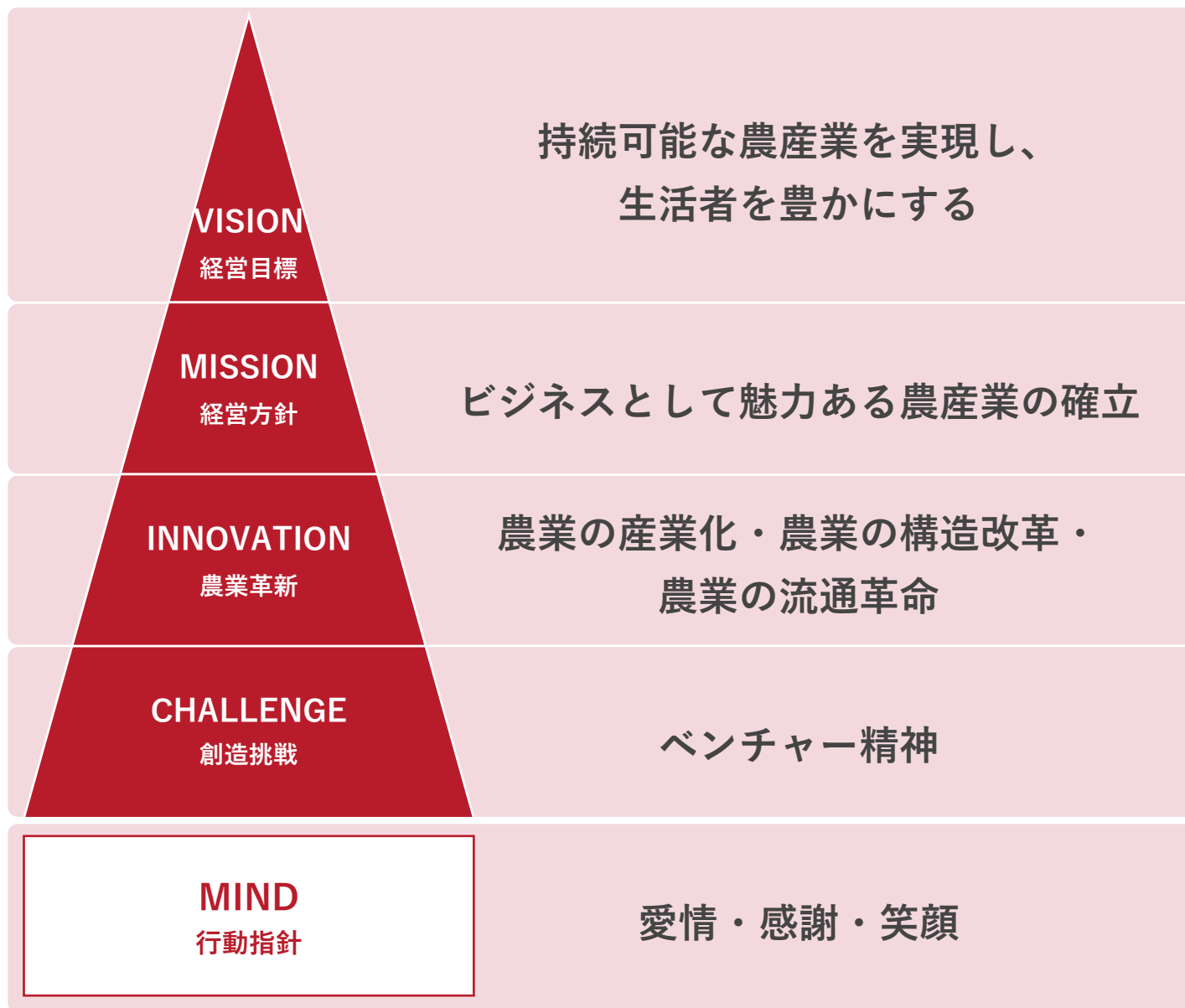
Governance

コーポレート・ガバナンスの強化

全社的な内部統制の整備・運用を通じて、リスク管理やコンプライアンスの徹底を図っています。

ステークホルダーとの対話促進

株主や取引先、生産者など、多様なステークホルダーとの積極的なコミュニケーションを図り、信頼関係の構築に努めています。





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	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、産直事業
従業員数	292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

		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。スーパー等で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。	売上高 スーパー等での販売金額	売上原価 当社の買取金額
産直事業	卸販売	当社が農産物を買取り、ブランディングした上でスーパー等へ販売を行う、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。一部顧客は流通総額からリベート分を差し引いて売上高としている。	売上高 スーパー等への販売金額	売上原価 当社の買取金額
	委託販売	ブランディングした上でスーパー等の青果売場にて委託販売を行う。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、ブランディングした上でスーパー等の青果売場にて委託販売を実施。スーパー等で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。	売上高 スーパー等での販売金額	売上原価 当社の買取金額



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。

本資料のアップデートは今後、本決算の発表後を目途として開示を行う予定です。なお、次回の開示は2026年8月期決算発表時を予定しております。

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