

2020 年 11 月 10 日

各 位

会 社 名 株式会社農業総合研究所
代表者名 代表取締役社長 堀内 寛
(コード番号：3541 東証マザーズ)
問合せ先 取締役経営企画室長 坂本 大輔
(TEL. 03-6417-1047)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2020年10月15日（木） 13:30～14:30
開催方法	対面による実開催
開催場所	公益社団法人日本証券アナリスト協会 （新）第1セミナールーム (東京都中央区日本橋茅場町2-6-1 日経茅場町別館B1F)
説明会資料名	2020年8月期 決算説明資料

【添付資料】

説明会において使用した資料

以 上



FY2020.8 決算説明資料

株式会社農業総合研究所

<証券コード：3541>

- 1. FY2020.8 業績**
- 2. FY2020.8 活動の振り返り**
- 3. FY2021.8 活動計画（産直卸事業について）**
- 4. Topics**
- 5. Appendix**

1. FY2020.8 業績

FY2020.8 4Q ハイライト

店舗数・生産者数が着実に成長し、年間流通総額が100億円を突破
売上高、経常利益ともに昨年を上回り、増収増益を達成

KPI動向

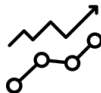
店舗数
 **1,619店舗**
(前期末比 +203店舗)

生産者数
 **9,273名**
(前期末比 +668名)

集荷場
 **92拠点**
(前期末比 ±0拠点)

業績動向

流通総額(GMV)*
 **10,862百万円**
(前期末比 114.4%)

売上高
 **3,473百万円**
(前期比 121.8%)

経常利益
 **46百万円**
(前期比 100.9%)

*流通総額：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

活動計画の進捗

活動計画：相場変動に関係なく利益水準を維持できる仕組みの確立

進捗結果：コロナ禍の影響はあったものの、着々と準備を進める

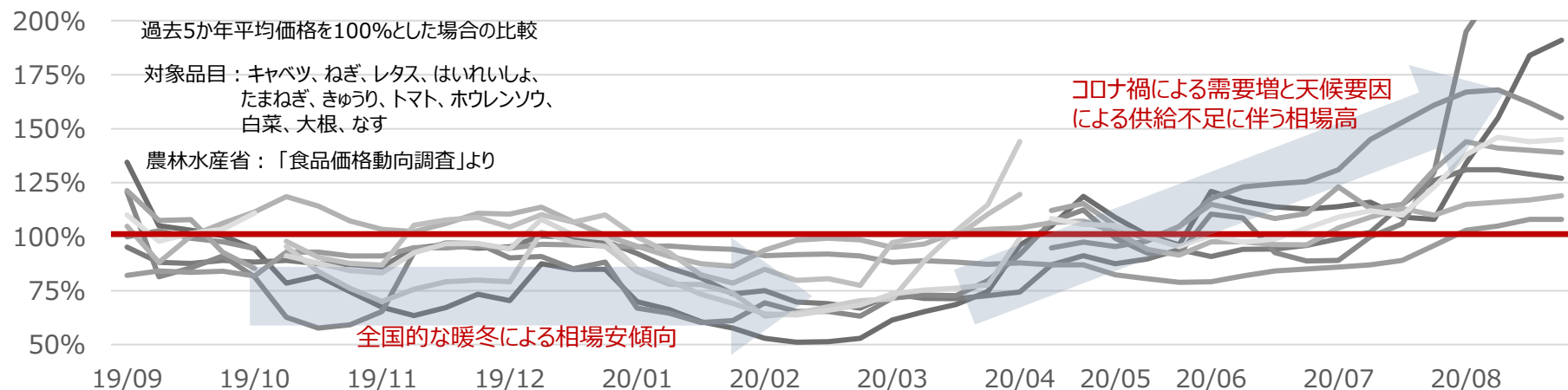
 **バラ出荷導入に向け
東京センター等で準備**

 **個建出荷手数料の
制度設計は概ね完了**

 **コロナ禍により手数料の
説明会は来期以降に延期**

相場価格と当社の取組

主な野菜の店頭小売価格の推移



【9～2月（上期）】

【3～8月（下期）】

相場状況

✓ 全国的な暖冬による相場安傾向

✓ コロナ禍と天候要因による相場高

当社への影響

✓ コンテナ単価低下による利益率の下落
✓ 単価下落による流通総額の下振れ

✓ コンテナ単価は改善したが、産地供給不足での機会損失あり

取組

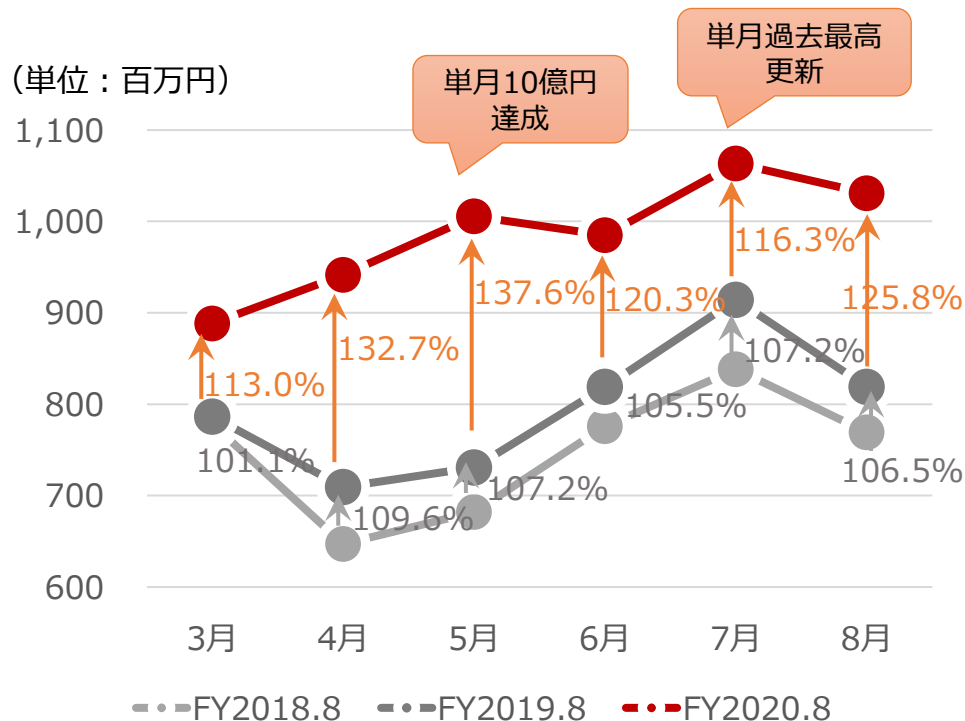
✓ バラ出荷方式の試験導入など、新たな利益率対策を実施
✓ 物流センターを活用し、物量と相場を見ながら全国から商品調達

✓ 買取委託を強化して供給量を補強。機会損失を最小化

相場高を追い風に下期流通総額は大幅に伸長

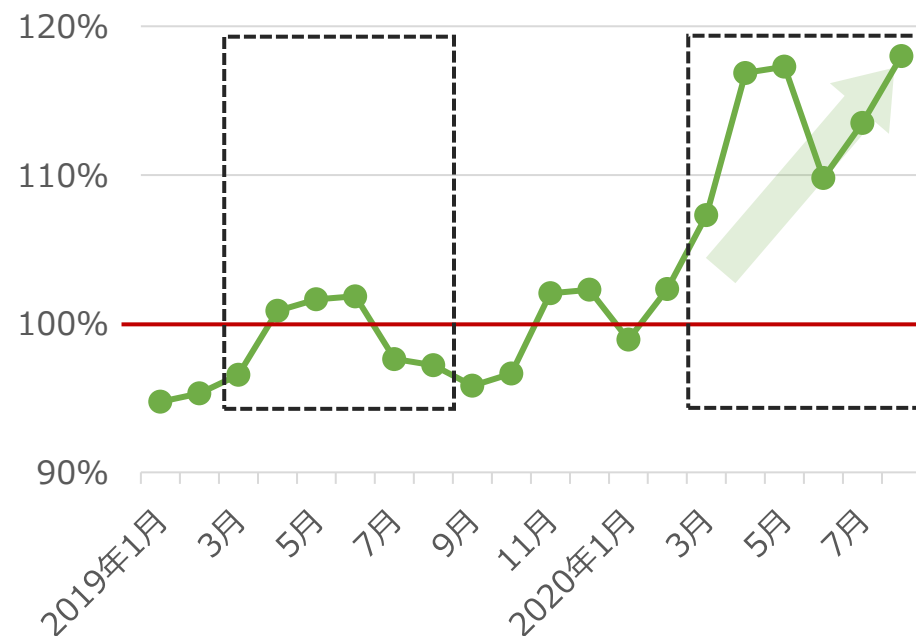
コロナ禍による巣ごもり消費等を背景にした青果需要に加え、天候要因等による相場高傾向を取り込み、3月以降は、当社流通総額が大幅に伸長

当社 流通総額推移（3－8月）



スーパーマーケット※における青果流通額 前年同月比推移

※食品を中心に扱うスーパーマーケット270社



一般社団法人全国スーパーマーケット協会：「スーパーマーケット販売統計調査資料」より

東京加工センターの移転がGMV伸長に寄与

東京加工センター移転（6/1）により買取環境が整い、下期流通総額の伸長に寄与

移転のポイント

これまでの約2倍となる日量30,000パックの加工業務が可能
共同仕入により、遠地からの物流の効率化やコストの削減を実現

- ✓ 24時間の荷受け対応
- ✓ 加工作業の増加に対応するための十分なスペースを確保
- ✓ 既存の流通網とネットワークを活かすことで外部の加工業務も受託
- ✓ 青果仲卸業者との共同仕入れによる遠地からの物流コストを削減



■ 移転場所：東京都大田区京浜島 ■ 取扱規模：日量 約30,000パック ■ 取扱品目：野菜・果物全般（予定）

決算総括（通期ベース）

旺盛な青果需要の影響もあり、流通総額は前年同期比で14.4%増
2Qからの追加投資は継続するも、流通総額の伸長により経常利益は増益で着地

単位：百万円	FY2020.8 実績		FY2019.8 実績		前年同期比	
	4Q累計	対売上高比	4Q累計	対売上高比	増減額	増減比
流通総額	10,862		9,497		1,365	114.4%
売上高	3,473		2,852		621	121.8%
委託販売	1,645		1,557		87	105.6%
買取委託	1,514		1,094		420	138.4%
卸販売	144		59		85	243.9%
その他	169		140		28	120.4%
売上総利益	2,129	61.3%	1,897	66.5%	231	112.2%
委託販売	1,645	100.0%	1,557	100.0%	87	105.6%
買取委託	335	22.1%	218	19.9%	116	153.5%
卸販売	22	15.8%	11	19.2%	11	199.6%
その他	126	74.8%	110	78.4%	16	114.9%
販売管理費	2,092	60.3%	1,853	65.0%	239	112.9%
営業利益	36	1.1%	44	1.6%	△ 7	82.7%
経常利益	46	1.3%	46	1.6%	0	100.9%

流通総額に対する
売上総利益率
…19.6%

流通総額に対する
売上総利益率
…20.0%

決算総括（半期ベース）

流通総額は下期に急増し、追加投資コストを除く実質経常利益は138百万円と伸長

【9～2月（上期）】

単位：百万円	FY2020.8 単体		FY2019.8 単体
	上期合計	対売上高比	上期合計
流通総額	4,948		4,718
売上高	1,487		
委託販売	766		
買取委託	604		
卸販売	41		
その他	73		
売上総利益	959	64.5%	
委託販売	766	100.0%	
買取委託	130	21.5%	
卸販売	7	17.1%	
その他	54	74.0%	
販売管理費	972	65.4%	
営業利益	△ 13	△0.9%	
経常利益	△ 8	△0.6%	

前年上期に対する
流通総額増減率
…104.9%

【3～8月（下期）】

単位：百万円	FY2020.8 単体		FY2019.8 単体
	下期合計	対売上高比	下期合計
流通総額	5,914		4,778
売上高	1,986		
委託販売	879		
買取委託	910		
卸販売	103		
その他	96		
売上総利益	1,170	58.9%	
委託販売	879	100.0%	
買取委託	205	22.5%	
卸販売	15	14.6%	
その他	72	75.0%	
販売管理費	1,120	56.4%	
（追加投資コスト）	（84）		
営業利益 ※	49	2.5%	
経常利益	54	2.8%	

前年下期に対する
流通総額増減率
…123.8%

※成長を加速する追加投資コストについては後述

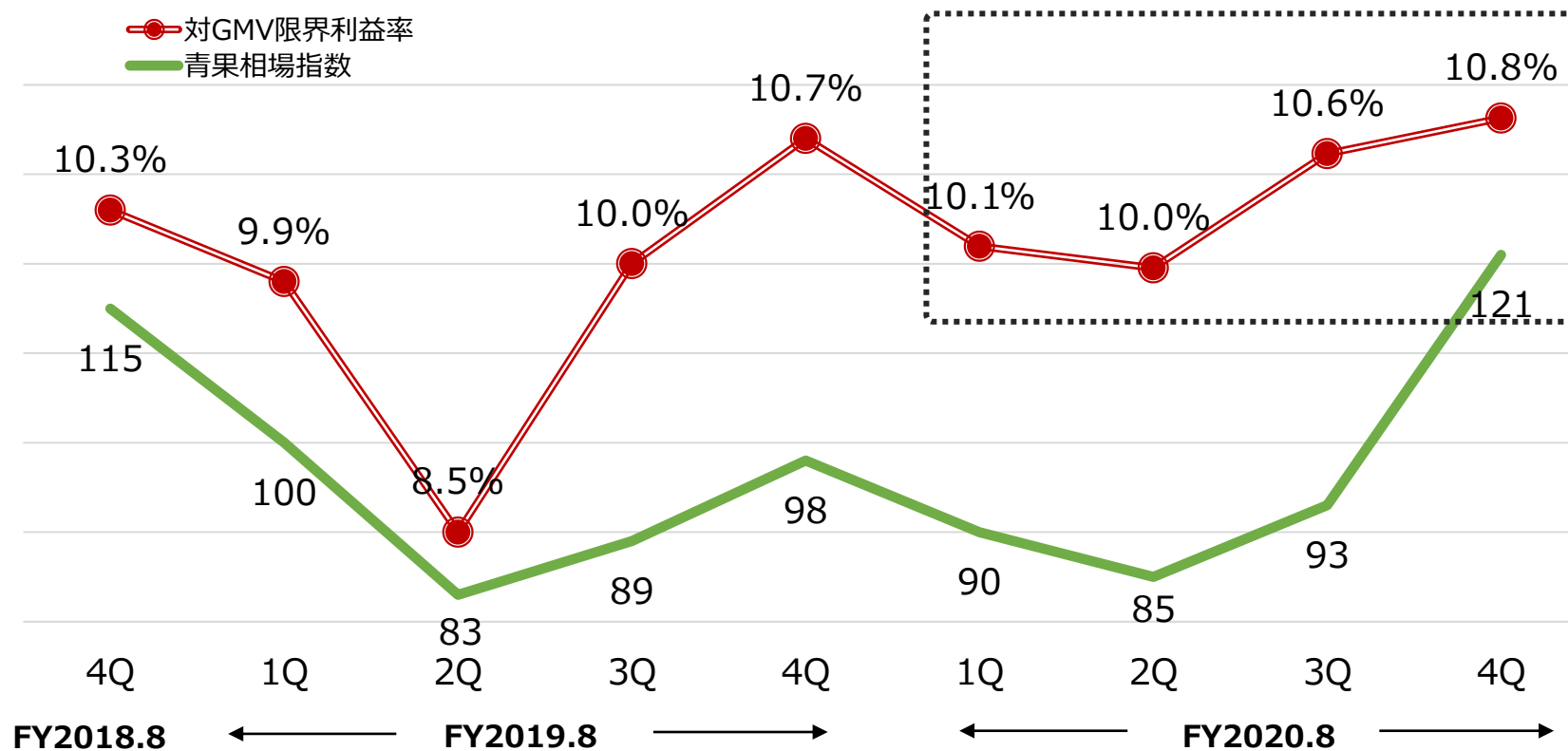
(ご参考) FY2020.8 業績計画と実績

	期初予算 (19年10月発表)	修正予算 (20年4月発表)	実績
(単位：百万円)			
流通総額 (GMV)	10,500	10,500	10,862
売上高	3,200	3,200	3,473
営業利益	60	△40	36
経常利益	60	△35	46
当期純利益	35	△27	31

利益率実績推移

コロナ禍による巣ごもり需要と相場高の影響に加え、買取委託の利益率コントロールや需給調整などの販売率対策が奏功し、限界利益率は良化

対GMV限界利益率と青果相場の推移



※限界利益・・・粗利－（物流費・コンテナコスト等） ※青果相場・・・農林水産省「食品価格動向調査」より 平年並みを100%とした場合の比較

FY2020.8 営業利益分析

2Qからの追加投資は継続するも、流通総額の伸長により営業利益を確保

単位：百万円

通期

対GMV比率

流通総額（GMV）		10,862	
-----------	--	--------	--

売上総利益	a	2,129	19.6%
-------	---	-------	-------

主要変動費	物流費	659	
	コンテナ費	139	
	運営委託費	209	
	計	b	1,008

限界利益	c=a-b	1,121	10.3%
------	-------	-------	-------

事業経費	d	999	
------	---	-----	--

営業利益（投資前）	e=c-d	121	
-----------	-------	-----	--

追加投資	システム関連	56	
	人材採用関連	13	
	環境改善関連	15	
	計	f	84

営業利益（投資後）	g=e-f	36	0.3%
-----------	-------	----	------

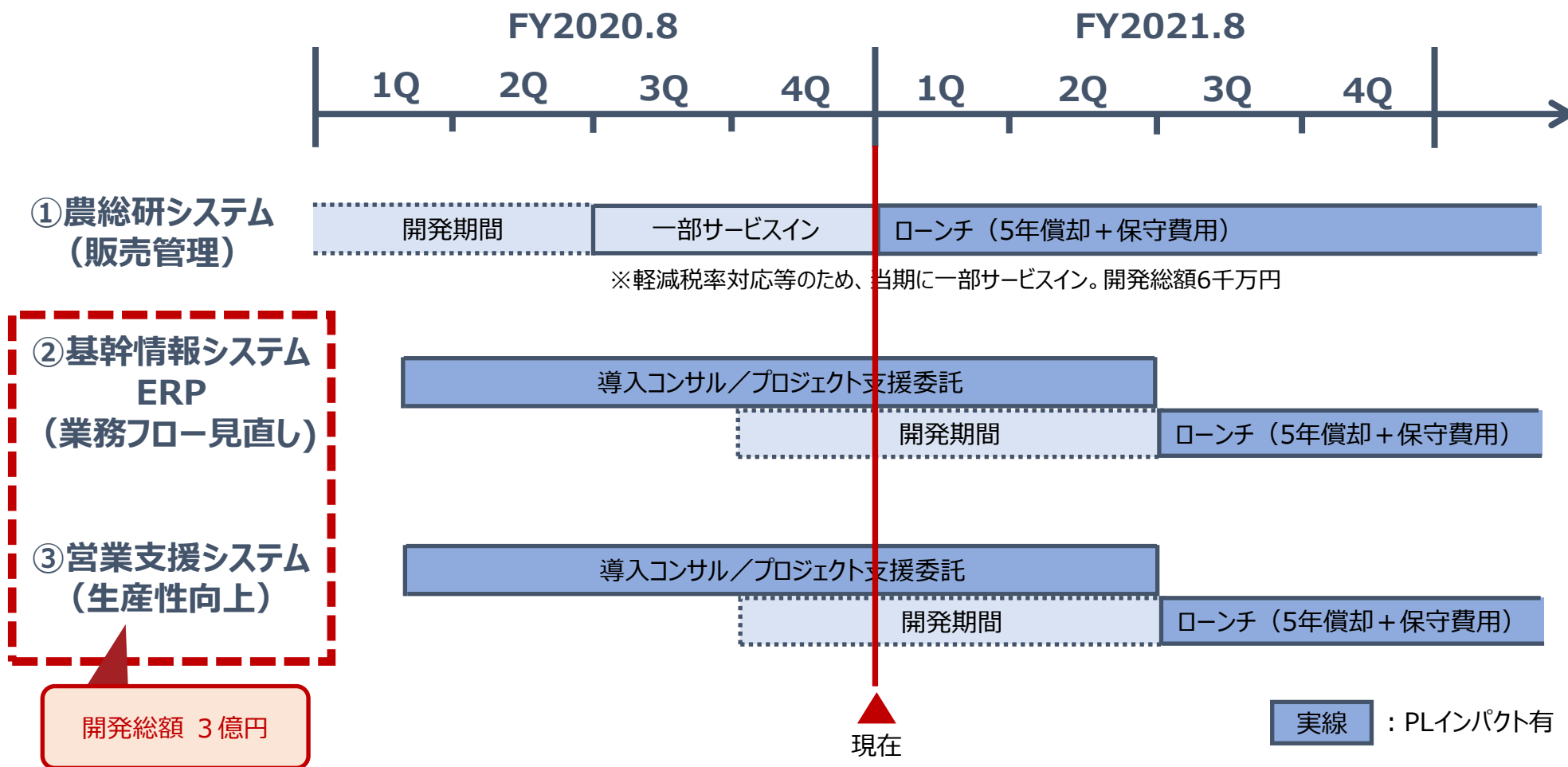
限界利益率は上期（10%）比で良化

下期の流通総額の急伸により、コスト効率が改善。
本業での営業利益は121百万円で着地

2Qから開始した追加投資を引き続き実行するも、
本業での利益確保が寄与し、投資コスト反映後の
営業利益を確保

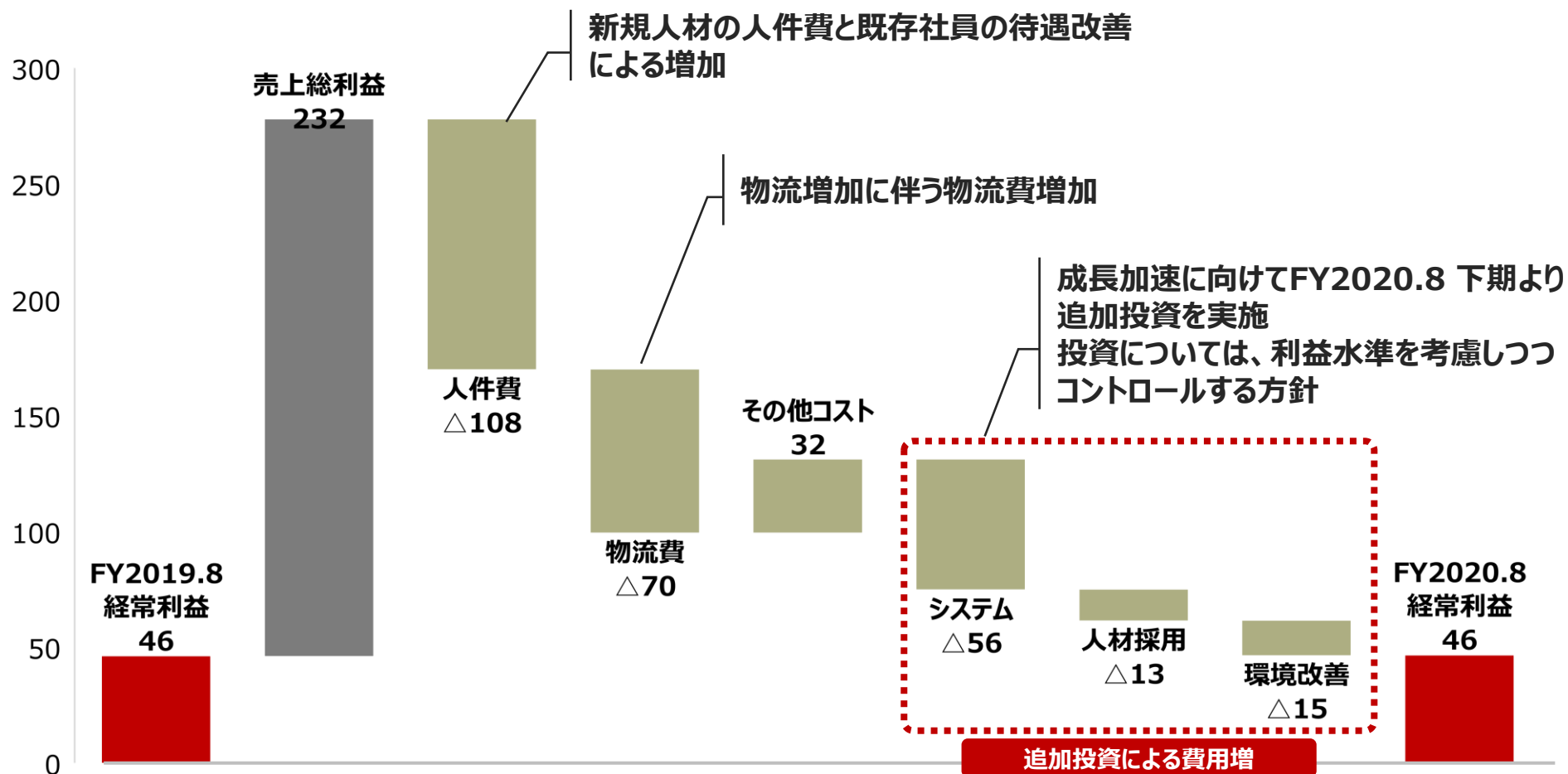
追加投資詳細（システム関連）

3か年計画で開発したシステムに加え、新たに2つのシステムを構築するため、当2Qより開発着手
当初計画どおり、FY2021.8 3Qローンチ目標で進行中

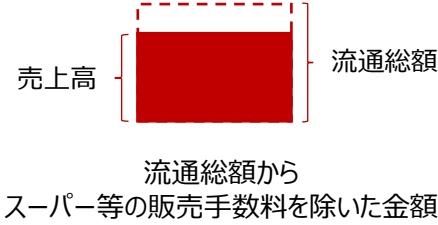
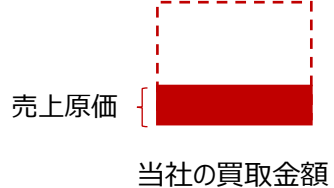
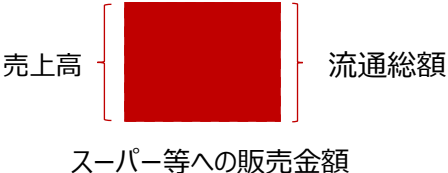
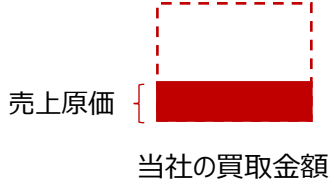


経常利益分析

単位：百万円



(補足) セグメント別の会計方針

	会 計 方 針	売 上 高	売 上 原 価
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。流通総額のうち、スーパー等の販売手数料を差し引い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 { 流通総額から スーパー等の販売手数料を除いた金額 }	 売上原価 { 当社の買取金額 }
卸販売	当社が農産物を買取り、スーパー等へ販売を行う、通常の仕入れ販売。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 }

経営指標：流通総額

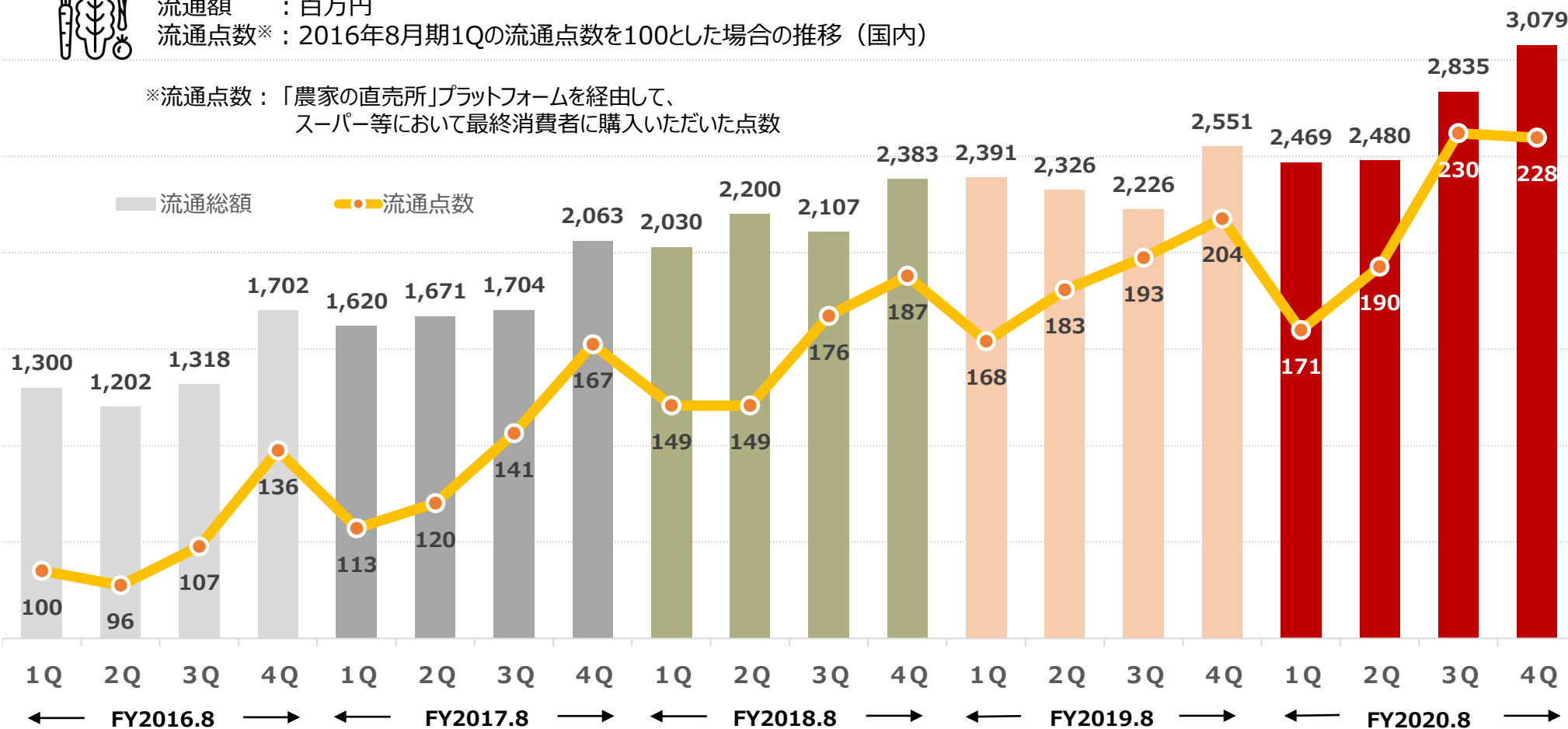
年間では100億円、四半期別では30億円の流通総額を初めて達成



流通額：百万円

流通点数※：2016年8月期1Qの流通点数を100とした場合の推移（国内）

※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



経営指標：店舗数

コロナ禍により新規取引先の営業を控えた一方で、既存取引先の店舗導入が加速

主要取引先

イオンリテール(株)、イズミヤ(株)、(株)ウオロク、
コーナン商事(株)、サミット(株)、(株)ダイエー、
(株)東急ストア、(株)阪急オアシス、富士シティオ(株)、
(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

… etc.
(五十音順)

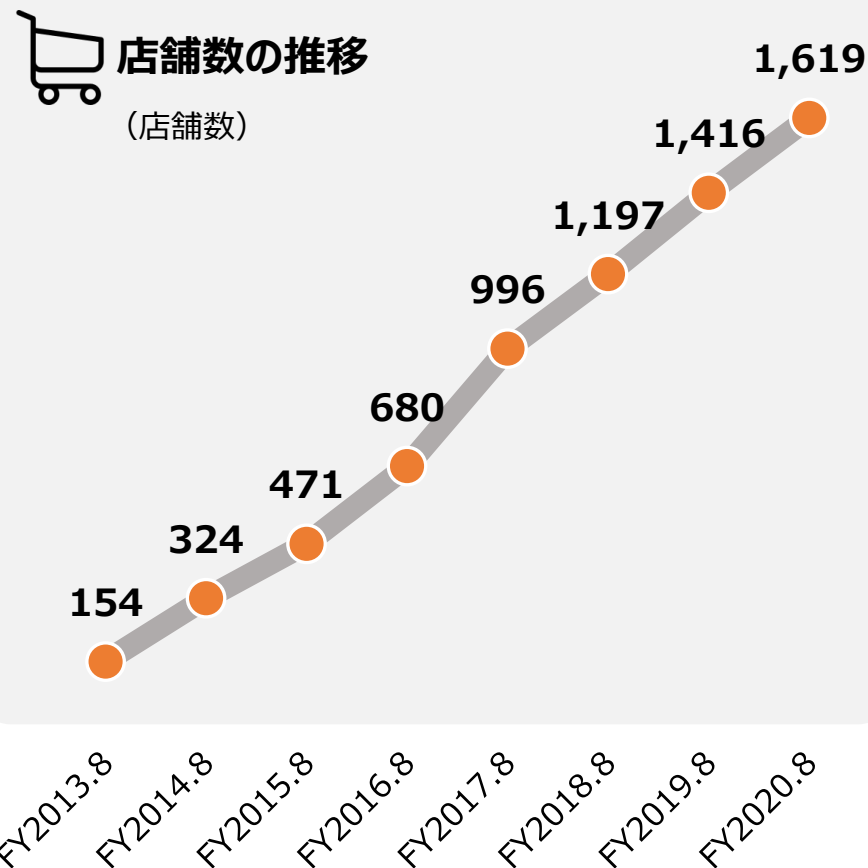
当社の全国導入率 **7.8%** (前期末+1.0%ポイント)

(全国のスーパー数：20,840店舗)

※出所：新日本スーパーマーケット協会「2019年スーパーマーケット白書」

当社取引先導入率 **26.9%** (前期末+1.5%ポイント)

※当社取引先の総店舗数に対する導入店舗の割合



経営指標：生産者数

既存集荷場を中心に登録生産者数を増やし、産地の深掘りが進む

全国に展開する登録生産者

	FY2019.8	FY2020.8
北海道・東北	177	197
関東	1,721	1,936
北陸・甲信越	915	1,011
東海	310	316
関西	4,126	4,389
中国・四国	1,056	1,097
九州・沖縄	300	327
合計	8,605	9,273

全国の総農家数：2,155,082戸のうち

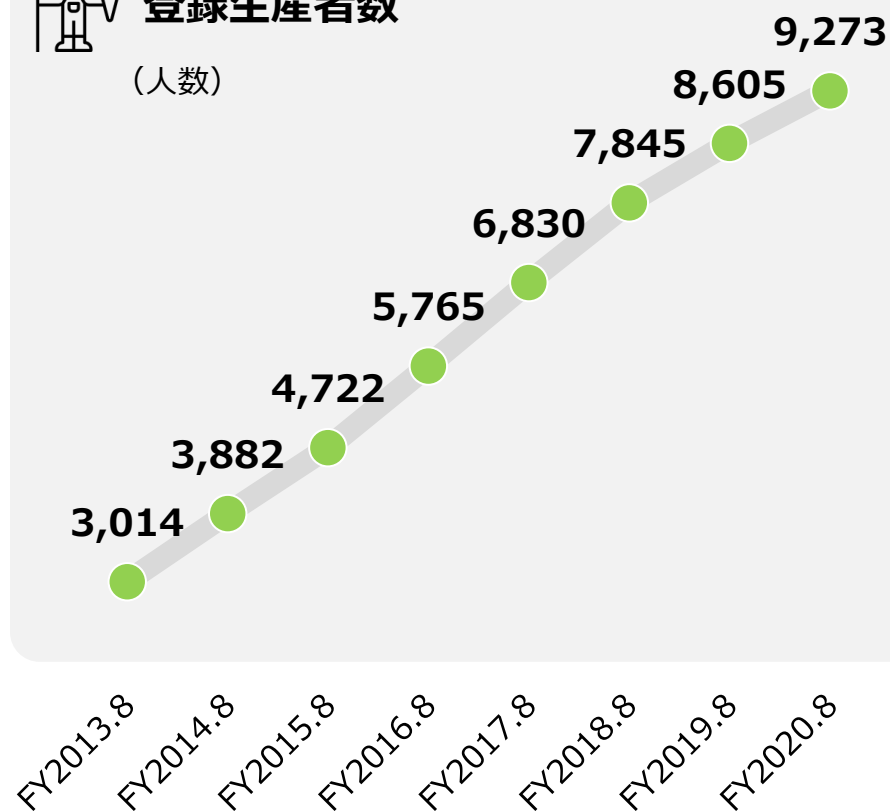
※出所：農林水産省「2015年農林業センサス」

当社の全国登録率 **0.43%**



登録生産者数

(人数)



経営指標：集荷拠点数

6カ所の新規開設の一方で、統廃合による既存集荷場の再編を実施

全国に展開する集荷拠点

	FY2019.8	FY2020.8
北海道・東北	7	6
関東	18	17
北陸・甲信越	11	11
東海	8	8
関西	21	22
中国・四国	16	17
九州・沖縄	11	11
合計	92	92

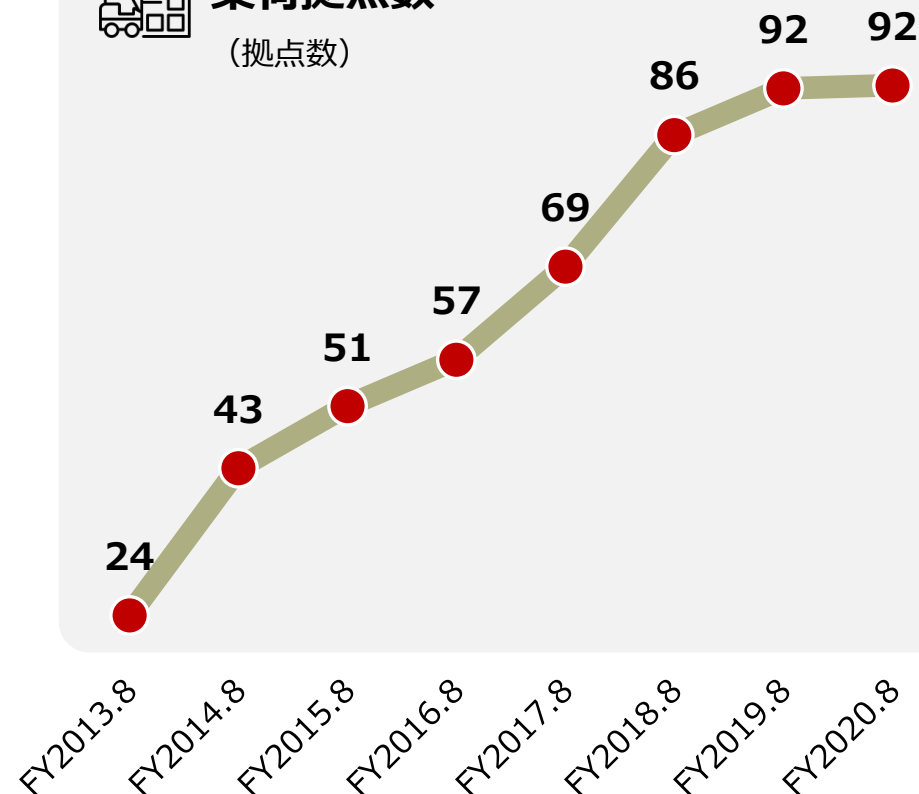
全国の47都道府県のうち

当社の導入産地 **33都道府県**



集荷拠点数

(拠点数)



2. FY2020.8 活動の振り返り

FY2020.8 活動計画

相場変動に関係なく利益水準を維持できる仕組みの確立

設定計画

1

出荷手数料を料率負担
から個建負担に変更



2

バラ出荷方式の導入と
業務受託の本格開始



進捗状況

✓ 制度設計は概ね完了するも、
コロナ禍の影響で説明会は
実施できず

✓ 集荷場での試験運用結果を
踏まえ、物流拠点で展開準備

バラ出荷方式※の本格導入に向けた拠点整備

バラ出荷方式の本格導入と業務受託の開始に向け、6月に移転した東京加工センター及び大阪摂津物流センターの2大拠点で準備



バラ出荷対応の拠点として、
取扱量が順調に増加。
FY2021も整備・強化を進める



当センターへの追加投資に加え、
有力事業者との連携も視野に
バラ出荷対応に着手

※バラ出荷方式

これまで生産者が行う必要のあった、
袋詰め・シール貼り・商品振分を当社
に委託できる、さらに自由度の高い出
荷方式

バラ出荷
トライアル

2019年10月～千葉県内集荷場でバラ出荷を試験運用

バラ出荷方式により、コンテナ当たりの販売額やアイテム数を伸ばし、物流コストの削減効果を確認

コンテナ当たり販売額
(前年同月比)

20%アップ

物流費&コンテナ費用
(前年同月比)

15%削減

重層化の取組み

FY2020.8 計画		FY2020.8 実績
販売側		
プロパー販売	本格展開	ブランディングも含めた卸提案で、プロパー売場での売上を拡大
彩直（外食）	取扱い店舗の拡大	コロナ禍の影響もあり、小売(プロパー販売)にリソース集中
米事業	(株)神明との事業提携を発表	2020年産から本格的に取扱開始
生産者側		
資材販売	商品ラインナップの拡充	生産者への契約販売提案を開始
種苗提案	本格展開	資材販売にリソースを集中し、生産者への契約販売提案に注力
加工受託	事業化に向けサービスの立上げ	トライアルでは生産者から高評価 サービスイン前にコロナ禍で中断
人材支援	(株)アグリメディアとの事業提携を発表	生産者向け人材紹介を継続中

プロパー売場向け提案に
確かな手ごたえ

産直卸事業

「農家の直売所事業」と
並ぶ事業に成長させる

生産者向けシステム「農直」に
組込む

「農直」の機能拡張をしつつ、
周辺事業として、生産者向け
サービスを拡充していく

3. FY2021.8 活動計画 (産直卸事業について)

持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにする

『生活者を豊かにする』とは…

生活者に『おいしい』を届けること

顔が見える・鮮度が高い・安心安全
こういう商品を生活者に食べてもらうこと

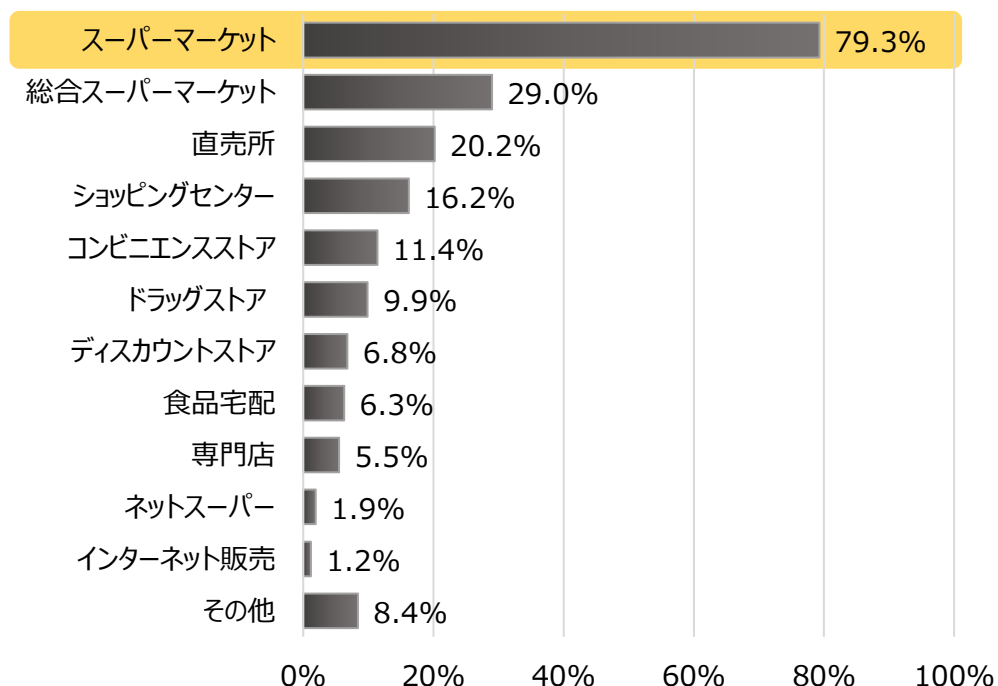


社会インフラとして、
生産者と生活者が繋がる、
農産物流通プラットフォームの展開



生活者の青果購入はスーパーマーケットの利用が圧倒的

生活者の野菜購入場所



出典：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」）

スーパーマーケット青果売場の市場規模



出典：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）

※スーパーマーケット青果売上高より当社推計

農家直送商品をスーパーマーケットのすべての青果売場に提供

農家の直売所事業

青果売場内の産直コーナー向け事業
委託販売を行う流通プラットフォームを提供



直売コーナー
(青果売上割合 10%*)

産直卸事業

青果売場内の青果コーナー向け事業
顔が見える安心安全な商品を卸販売にて供給



青果コーナー
(青果売上割合 90%*)

*スーパーマーケットの青果売上全体に占める売上割合（当社調べ）

FY2020.8 下期から
先行投資による強化

わたしたちが大切にしていること



100% 農直

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。

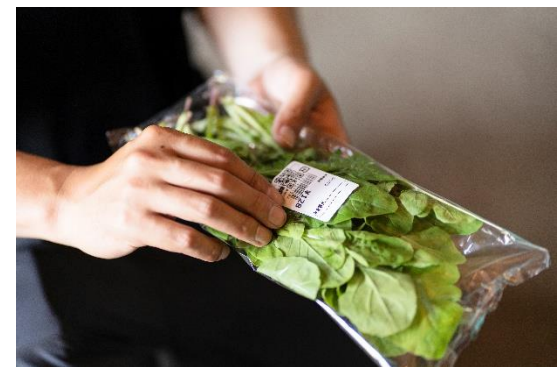
健康が大切。

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。



(再掲) セグメント別の会計方針

会 計 方 針

売 上 高

売 上 原 価

農家の直売所 事業

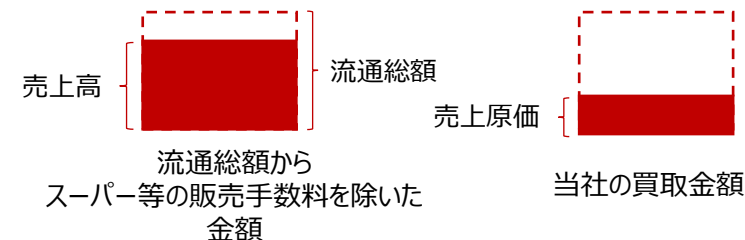
委託販売

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。



買取委託

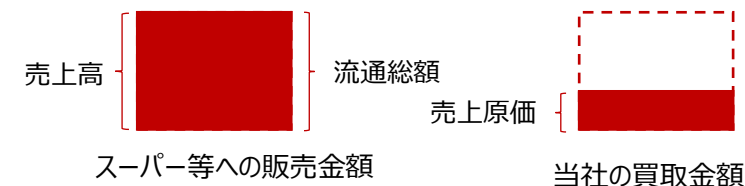
当社が農産物を買取り、スーパー等で委託販売を実施。そのため当社が在庫リスクを負う。消費者の需要を見越した値付けにより、少ないロス率が特徴。流通総額のうち、スーパー等の販売手数料を差し引いた金額を売上高に計上し、買取仕入高を売上原価に計上。



産直卸事業

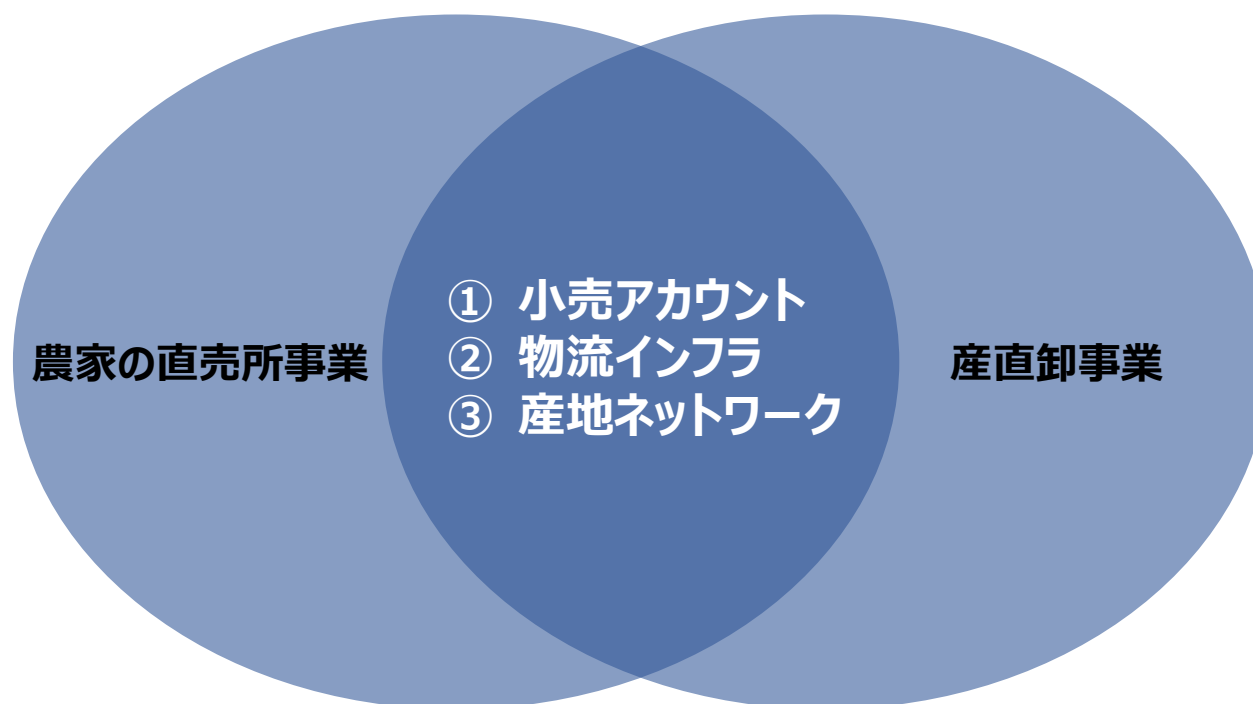
卸販売

当社が農産物を買取り、スーパー等へ販売を行う、通常の仕入れ販売。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。



農家の直売所事業で培ったアセットの活用

通常の水果売場は、マーケットサイズが大きい一方で、スーパーからの差別化需要が高い
「農家の直売所事業」で培ったアセットを活用することで、差別化ニーズに対応できる産直卸事業を
既存顧客を中心に展開する



大型生産者との取引強化

品質・数量ともに安定的に出荷できる大型生産者向け出荷先として、年間通して契約出荷ができる売場の確保が必要
今後、大型生産者の登録がさらに増加すると見込まれるなかで、「産直卸事業」により大型生産者向けサービスを加速する

経営耕地面積規模別農業経営体数の推移（2005年比較）

（単位：全国の経営体数）

	2005年	2010年	増減率	2015年	増減率
5ha未満	1,915,705	1,577,354	-17.7%	1,272,253	-33.6%
5ha以上20ha未満	72,187	75,870	5.1%	77,625	7.5%
20ha以上50ha未満	15,727	18,783	19.4%	19,677	25.1%
50ha以上100ha未満	4,897	5,857	19.6%	6,121	25.0%
100ha以上	864	1,220	41.2%	1,590	84.0%

増加傾向にある
大型生産者への
アプローチを強化

出典：農林水産省「農林業センサス」

物流インフラ GMV拡大に伴うセンターオペレーションの高度化

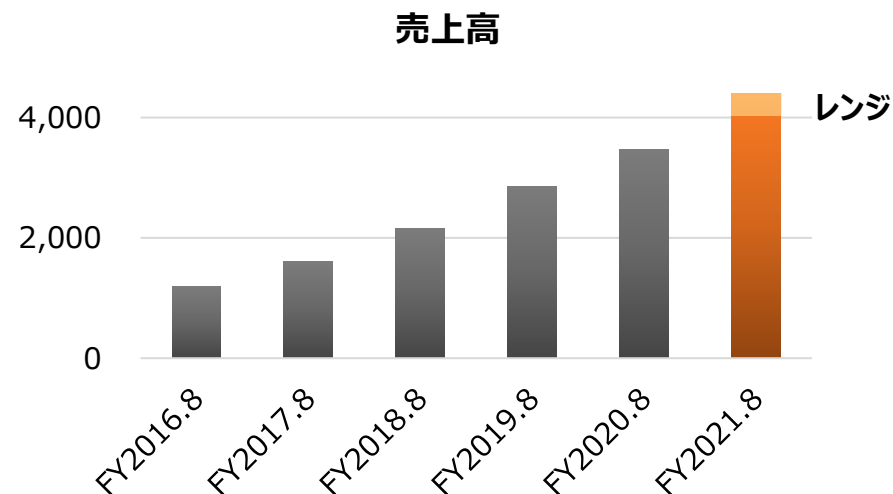
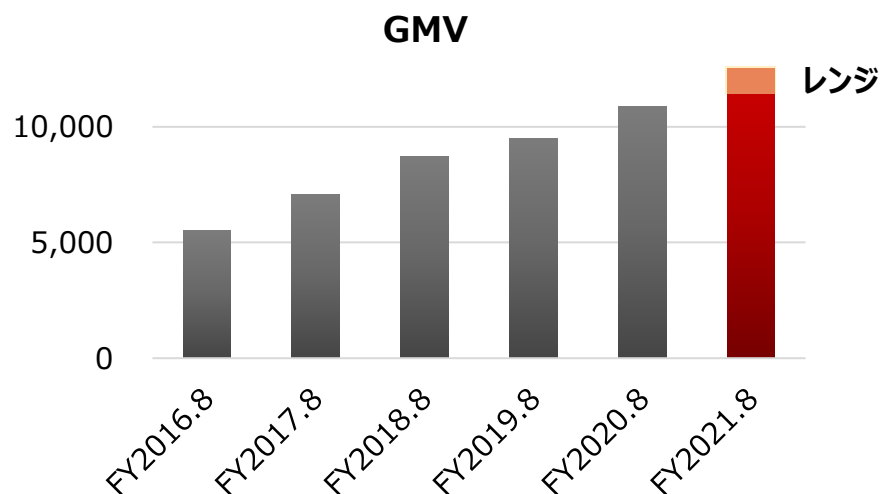
バラ出荷方式の本格導入に加え、「産直卸事業」で大ロット商品の取扱いに伴い、加工センターで行っている現行のマニュアルオペレーションでは作業コスト（人件費）の増大化やDay1流通が困難になることが予想されるため、東京加工センター設備を強化する

システム開発 出荷販売データを活用した農産物の需給調整

当社に蓄積された過去の出荷販売データからスーパーマーケットにおける需要予測を割り出し、各店舗に適切な品目・数量を出荷することにより、バラ出荷方式の効果を高めると同時に、「産直卸事業」のシステム基盤とする

FY2021.8 業績計画

(単位：百万円)	FY2020.8 実績	FY2021.8 計画	増減率
流通総額 (GMV)	10,862	11,500 ～12,500	105.9% ～115.1%
売上高	3,473	4,000 ～4,400	115.2% ～126.7%



コロナ禍により事業環境および消費者行動が流動的であるため、利益計画については非開示とさせていただきます

4. TOPICS

第三者割当増資による5.6億円の資金調達

農産物流通プラットフォームの高度化を目的とした設備投資やシステム開発を目的に下記の通り第三者割当による新株式の発行で約5.6億円を調達



第三者割当の概要

項目	概要
発行新株式数	755,700株（発行済総数：21,014,500株）※2020年10月14日時点
発行価格並びに総額	1株につき741円（総額：559,973,700円）
割当予定先及び株数	東日本旅客鉄道株式会社（割当株数：134,900株）
	株式会社福ソノリク（割当株数：134,900株）
	株式会社農林漁業成長産業化支援機構（割当株数：485,900株）
払込期日	2020年11月4日

資金使途

- ✓ 物流加工センターの機能拡張
- ✓ システム開発
- ✓ 集荷拠点の整備・立上げ運営費用

資本業務提携契約の締結

東日本旅客鉄道との資本業務提携

目的： 農作物の集荷場の整備を通じて、生産者にとって利便性の高い出荷環境を提供。またJRE MALLによる販路の拡大を通じて、鮮度の高い農作物を販売できる農産物流通プラットフォームの高度化を図る

- ① 駅および駅周辺施設などを活用した集荷場の整備
- ② 小売店舗およびJRE MALLでの農産品の販売拡大

FUKUOKA SONORIKU との資本業務提携

株式会社 福岡ソノリク

目的： 資本業務提携契約の締結を通じて、第三者割当増資を実行するとともに、物流インフラにおける豊富な実績を兼ね揃えた同社との業務連携により、下記2点を軸に早期に高品質・高機能なプラットフォームを構築

- ① 西日本エリアにおいて、福岡ソノリクが所有または管理する倉庫や物流拠点を活用
- ② 当社登録生産者の近隣集荷場からスーパーマーケット等の物流拠点への輸送業務

農産物の緊急買取り支援を実施

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、取引先の休業などにより被害を受けた生産者の農産物を買取ることで支援
当社の販売拠点があるスーパーマーケットで「生産者応援キャンペーン」を実施

■買取概要

- ① 対象農家：新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、取引先の休業などにより生産販売額の減少等の被害を受けた生産者（個人、法人）
※当社の登録生産者以外も対象
- ② 対象地域：全国の都道府県
- ③ 期間：2020年4月30日（木）～6月30日（火）
- ④ 対象農産物：小売店で販売可能な全ての青果類
※当社の品質基準があり



株式会社神明との業務提携契約の締結

業務提携の目的

野菜・果物の取扱量拡大

神明グループは、東果大阪株式会社、大同印岡山大同青果株式会社、株式会社成田市場青果等中心とした野菜・果物の強い集荷インフラを保有し、農総研は海外市場を含む、野菜・果物の幅広い販売網を構築

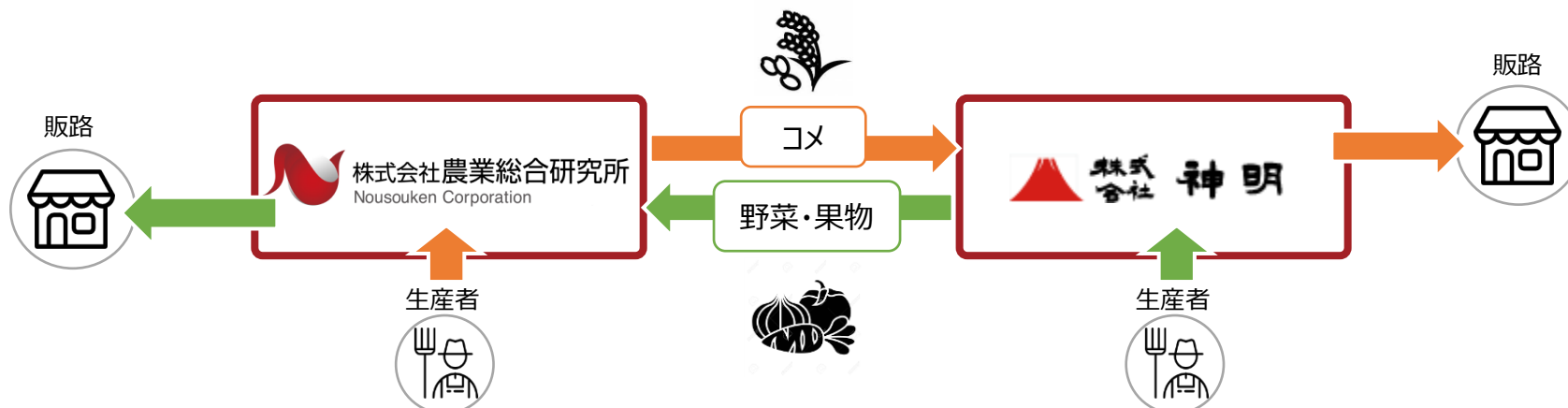
これら両者のインフラを相互利用することで、野菜・果物の取扱量拡大を目指す

コメの集荷ビジネスの協働

神明グループは、コメ流通において広範囲にわたる販売網を構築し、農総研は野菜と果物を中心に集荷する集荷場を全国に展開

農総研が集荷場でコメの集荷を開始し、神明の販売網を利用することで、コメの流通量拡大を推進

スキーム図



株式会社delyとの業務提携契約の締結

業務提携の目的

せっかく鮮度のよい野菜なんだから・・・

「どのように食べたらいいの？」「おすすめのレシピは？」「農家さんの食べ方は？」

生活者から多く寄せられる、このような声にお応えするため・・・

国内 No.1 レシピ動画サービス  kurashiru とのタイアップ企画を実現

商品イメージ



- ✓ これまでは、レシピ内容や商品にレシピを付けるかどうかの判断は生産者任せだったため、限定的な展開だった
- ✓ 他方、実際に商品にレシピを付けると、販売率が上がる傾向を確認

本タイアップにより、販売促進を強化

5. Appendix

会社概要（2020年8月現在）

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17番地4

資 本 金 214百万円

主 な 事 業 内 容 「農家の直売所」事業（委託販売システム・買取委託販売・卸販売）

従 業 員 数 231名（役員・パート含む）

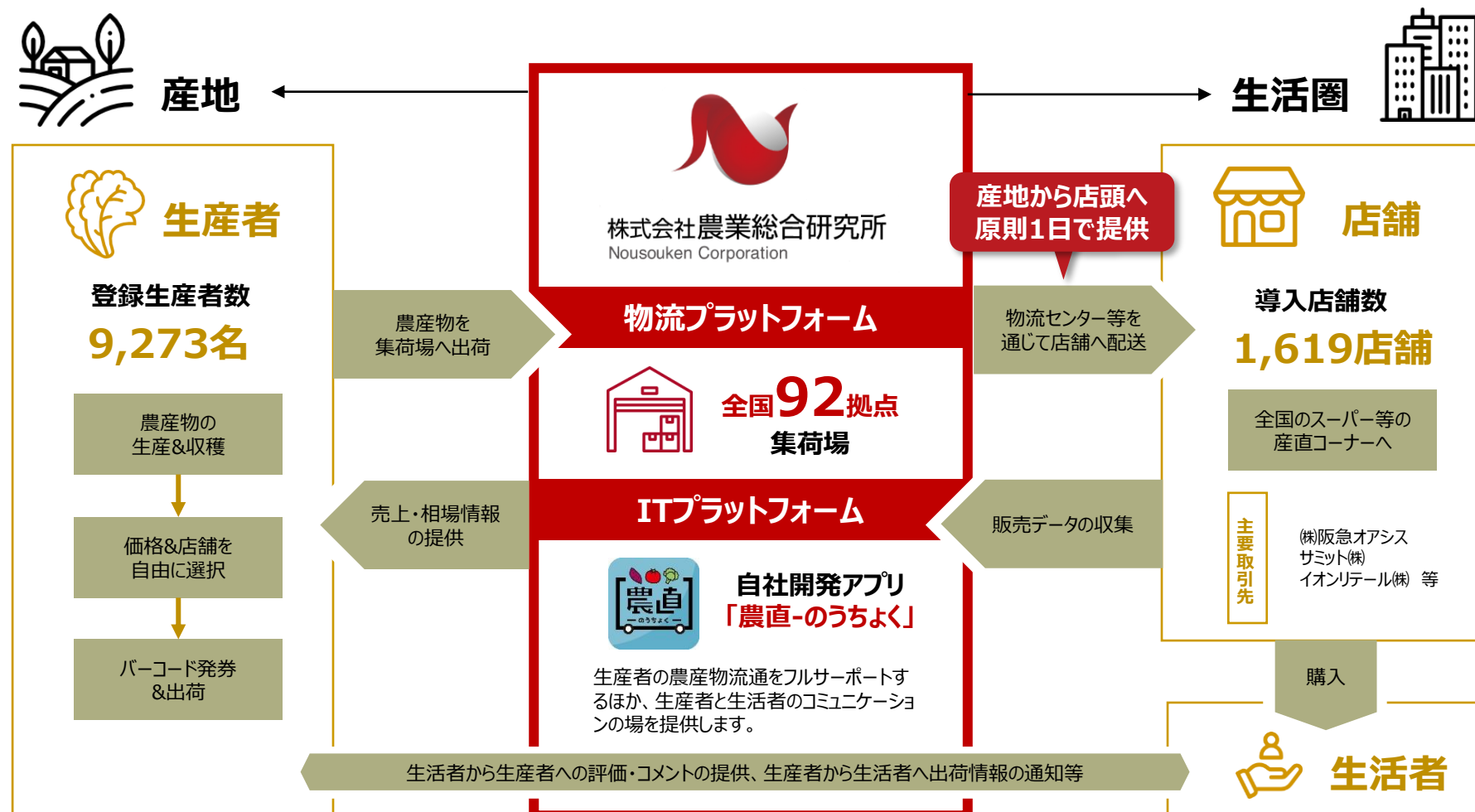
上 場 市 場 東証マザーズ（証券コード：3541）

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

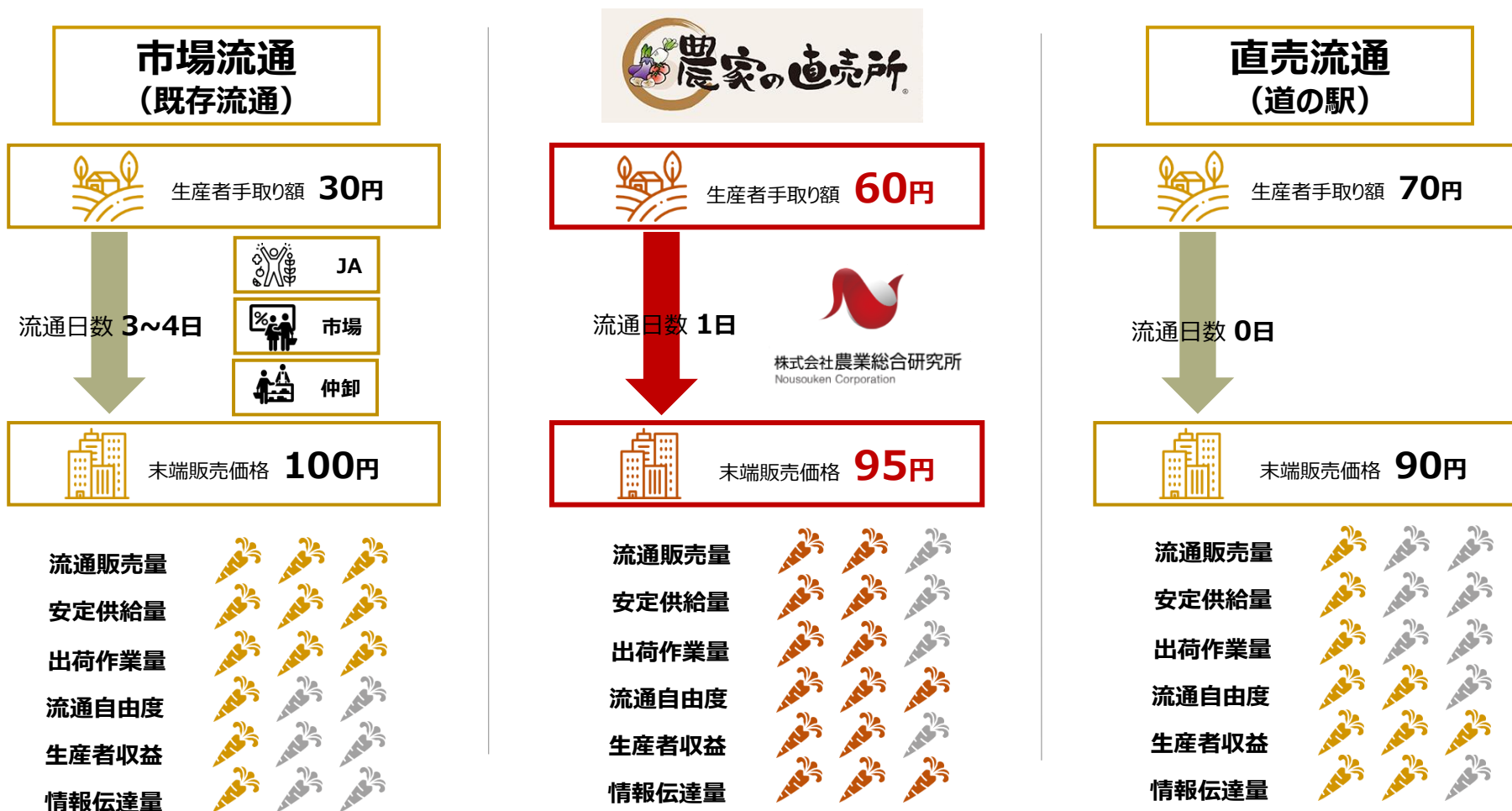
「農家の直売所」について

「物流」×「IT」 新しい農産物流通プラットフォーム



農産物流通の比較

市場流通と直売流通の中間となる「農家の直売所」



将来見通しに関する注意事項

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。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

FY2021.8の予想値につきましては、新たに算出した予想値または決算において差異が生じ、当該差異が開示基準に該当する場合は、速やかに開示をいたします。

本発表に関するお問合せ

株式会社農業総合研究所 IR担当
TEL：03-6417-1047 Mail：ir@nousouken.co.jp