



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

FY2025.8 2Q（中間期）決算説明資料

東証グロース 証券コード：3541

2025年4月14日



- 1 FY2025.8 2Q業績報告
- 2 FY2025.8 2Q主要指標の推移
- 3 Topics
- 4 FY2025.8 重点施策と通期業績予想
- 5 Appendix

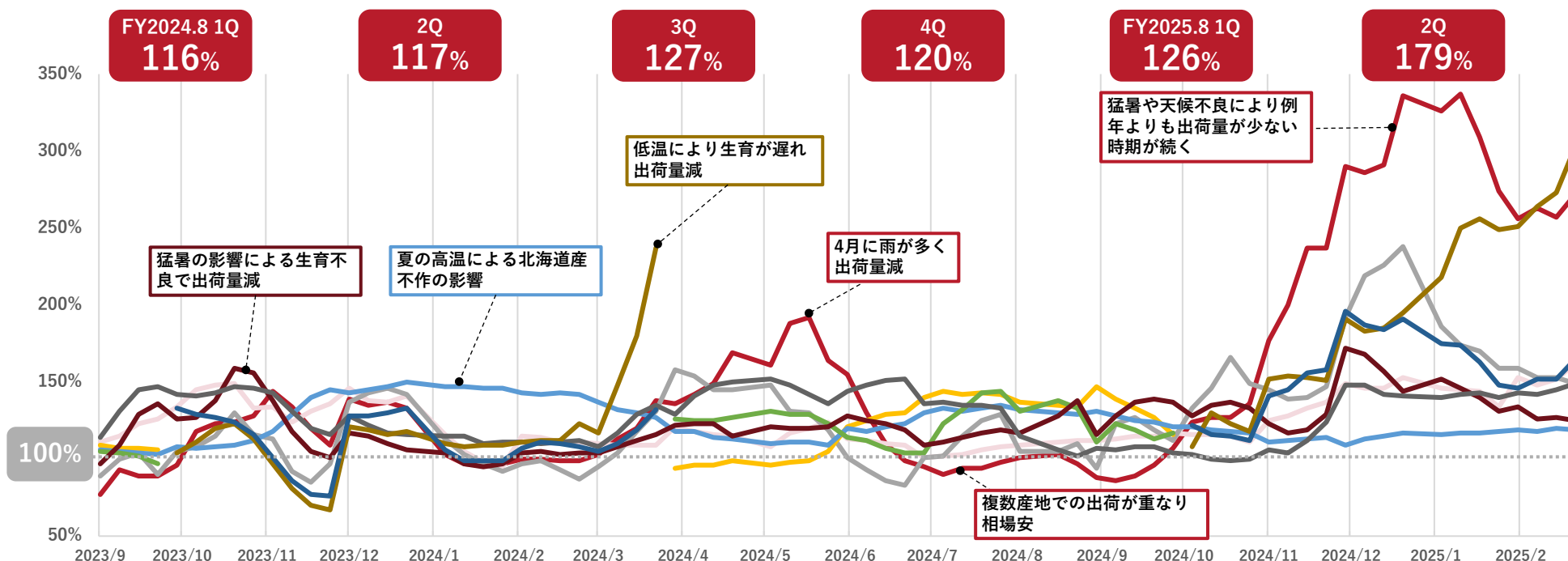
各種施策と相場高の相乗効果により
流通総額・営業利益は2Q単体・累計ともに
過去最高を更新

FY2025.8 2Q業績報告

状況	多くの品目で相場高が継続、一部品目の値上がりが特に顕著	
業績への影響	流通総額	相場高局面では商品点数が集まりづらくなるものの、当社の商品売価は上昇傾向となり、 流通総額は上振れしやすい環境 となる
	利益率	物流費はコンテナ当たりの従量課金であるため、相場上昇などによってコンテナ当たり売上高が上昇すれば、 物流費率が低下（＝利益率が上昇） する

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 2Qハイライト

流通総額・営業利益ともに伸長し過去最高を更新

業績ハイライト・主要経営指標

流通総額(GMV)^{※1}

8,572百万円

(前年同期比 111.5%)

売上高

4,132百万円

(前年同期比 118.4%)

営業利益

134百万円

(前年同期比 251.8%)

農家の直売所事業

流通総額

7,117百万円

(前年同期比 109.3%)

流通点数^{※2}

30,050千点

(前年同期比 99.2%)

産直事業

流通総額

1,454百万円

(前年同期比 123.4%)

参考指標

導入店舗数 **2,163**店舗

(前期末 +57店舗)

登録生産者数 **10,443**名

(前期末 +131名)

集荷拠点数 **79**拠点

(前期末 △2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

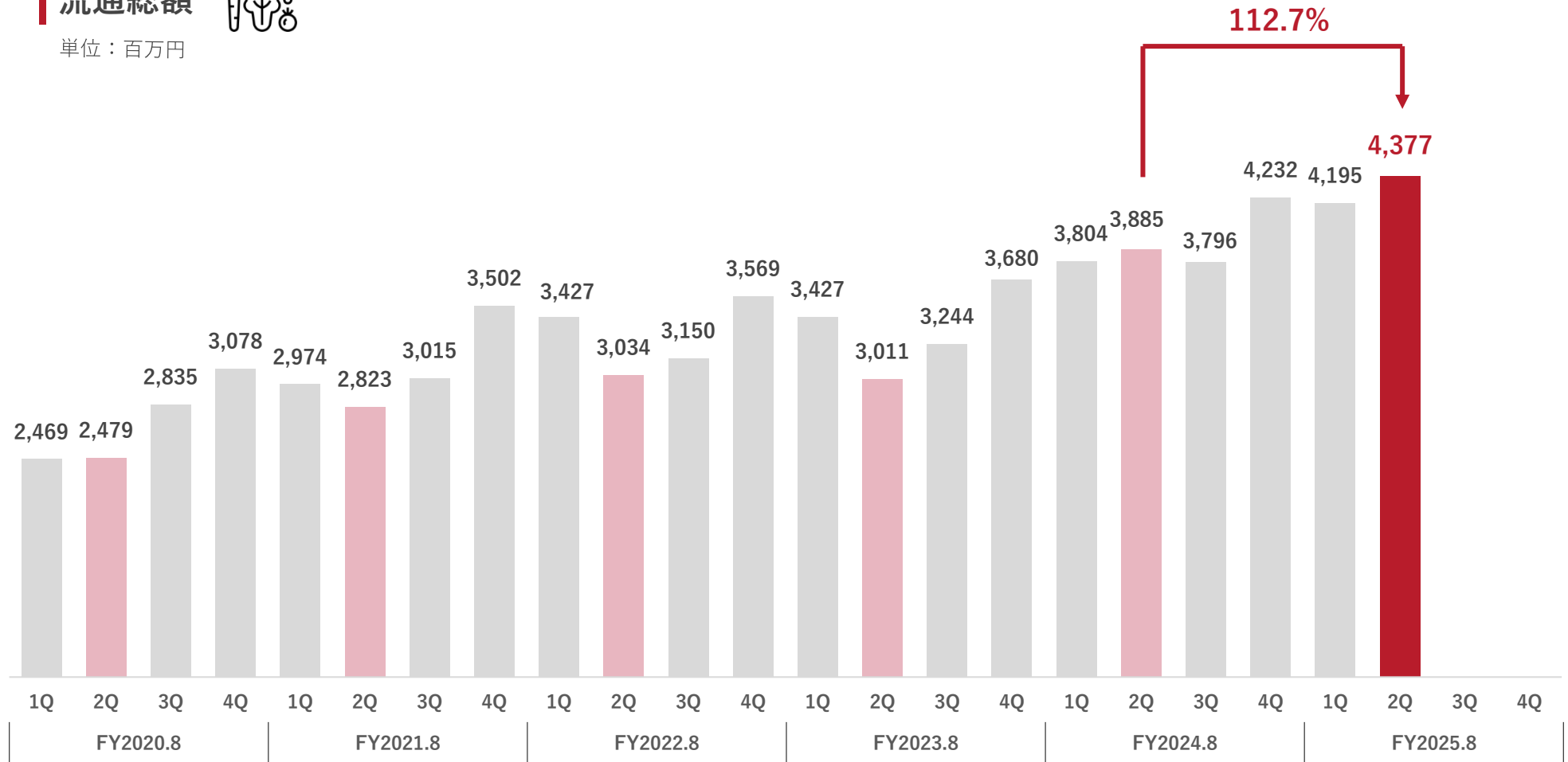


流通総額は四半期別でも過去最高を更新

流通総額



単位：百万円





利益率向上施策と相場高の相乗効果により、
営業利益は前年同期比 約2.5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
	2Q累計	対流通総額比	2Q累計	対流通総額比		
流通総額	8,572	-	7,689	-	882	111.5%
売上高	4,132	48.2%	3,490	45.4%	641	118.4%
売上総利益	1,898	22.2%	1,650	21.5%	248	115.1%
販売管理費	1,764	20.6%	1,596	20.8%	167	110.5%
営業利益	134	1.6%	53	0.7%	81	251.8%
経常利益	138	1.6%	54	0.7%	83	252.5%
当期純利益	87	1.0%	41	0.5%	45	211.4%
EBITDA	167	1.9%	84	1.1%	82	197.5%

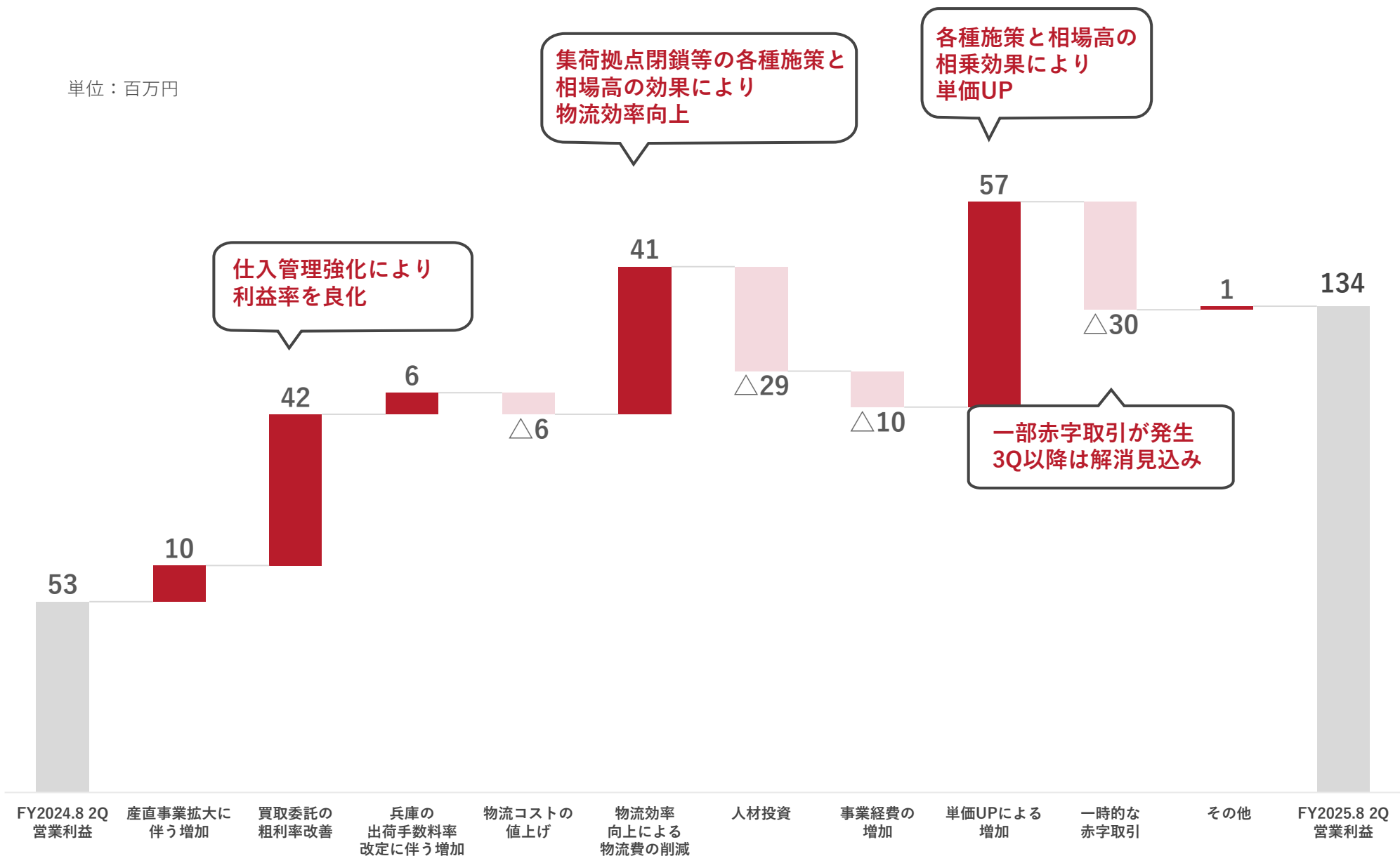
単位：百万円

	主要要因	対前年同期
農家の直売所事業	生産者委託の拡大※	+206
	買取委託の拡大	+402
	ドラッグストアの取引拡大	+20
	その他帳合取引の縮小	▲23
産直事業	産直卸の拡大	+172
	産直委託の拡大	+103
	合計	+882



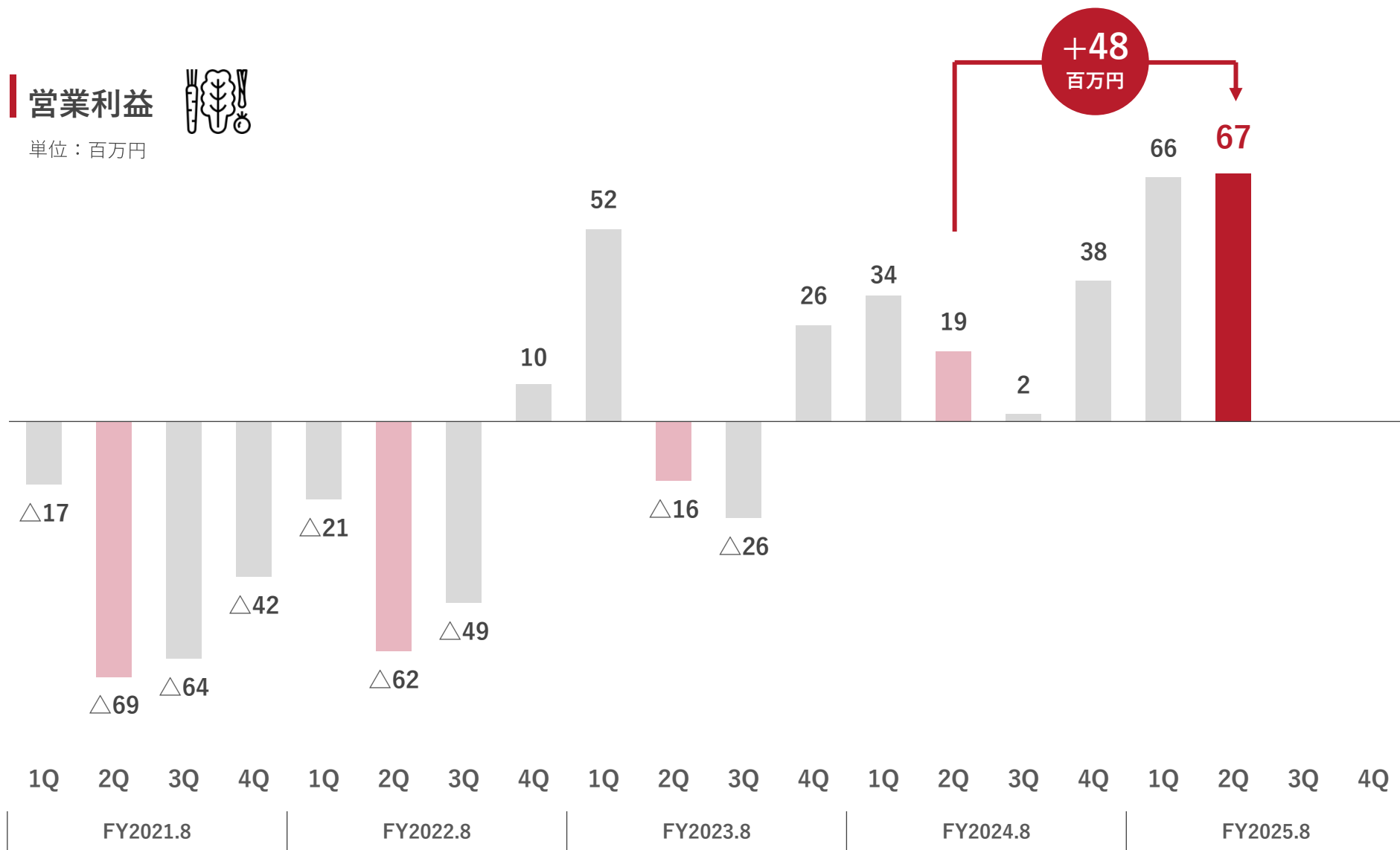
(参考資料) FY2025.8 2Q 営業利益分析

単位：百万円





季節要因の影響を受けやすい2Q単体で営業利益は過去最高





農家の直売所
事業

買取委託の拡大と粗利率改善によりセグメント利益増

流通総額	7,117百万円	前年同期比 109.3%
売上総利益	1,669百万円	前年同期比 114.0%
セグメント利益	417百万円	前年同期比 129.5%

産直事業

青果売場での委託販売「産直委託モデル」を本格展開

流通総額	1,454百万円	前年同期比 123.4%
売上総利益	229百万円	前年同期比 123.8%
セグメント利益	36百万円	前年同期比 125.7%

FY2025.8 2Qセグメント別業績（サマリー）

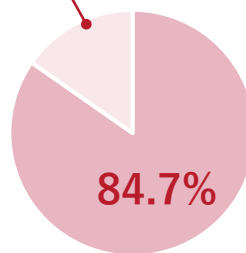
	全社			農家の直売所事業			産直事業		
	FY2025.8 2Q累計	FY2024.8 2Q累計	増減額	FY2025.8 2Q累計	FY2024.8 2Q累計	増減額	FY2025.8 2Q累計	FY2024.8 2Q累計	増減額
単位：百万円									
流通総額	8,572	7,689	882	7,117	6,511	606	1,454	1,178	276
売上総利益	1,898	1,650	248	1,669	1,465	204	229	185	44
販売管理費	1,444	1,298	146	1,252	1,142	109	192	156	36
セグメント利益	454	351	102	417	322	94	36	29	7
全社費用	319	298	21	-	-	-	-	-	-
営業利益	134	53	81	-	-	-	-	-	-

セグメント別流通総額構成比

農家の直売所事業

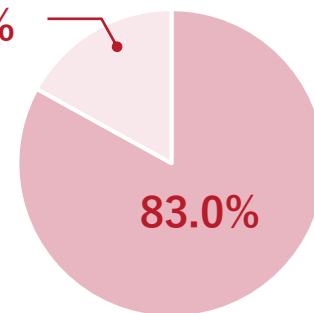
産直事業

15.3%



FY2024.8 2Q

17.0%



FY2025.8 2Q



※ 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
	2Q累計	対流通総額比※	2Q累計	対流通総額比※			
流通総額	7,117	100.0%	6,511	100.0%	606	109.3%	
委託販売	4,572	-	4,350	-	222	105.1%	
買取委託	1,671	-	1,268	-	402	131.7%	品薄環境での適正な品目バランスと適量納品を実現するため買取を強化
その他	873	-	891	-	△18	97.9%	
売上高	2,738	38.5%	2,330	35.8%	407	117.5%	
委託販売	977	21.4%	935	21.5%	41	104.5%	
買取委託	1,671	100.0%	1,268	100.0%	402	131.7%	
その他	89	10.3%	126	14.2%	△36	71.0%	
売上総利益	1,669	23.5%	1,465	22.5%	204	114.0%	
委託販売	977	21.4%	935	21.5%	41	104.5%	
買取委託	673	40.3%	456	36.0%	217	147.6%	売価と仕入値の連動強化により粗利率改善
その他	18	2.1%	73	8.2%	△54	25.6%	一時的な赤字取引 仕入原価高騰による減少
販売管理費	1,252	17.6%	1,142	17.6%	109	109.6%	買取委託増によるスーパーの販売手数料と物流費増
セグメント利益	417	5.9%	322	4.9%	94	129.5%	

農家の直売所事業

流通総額
セグメント利益

2Q単体 3,529百万円 (前年同期比 109.0%)
2Q単体 193百万円 (前年同期比 131.7%)

流通総額

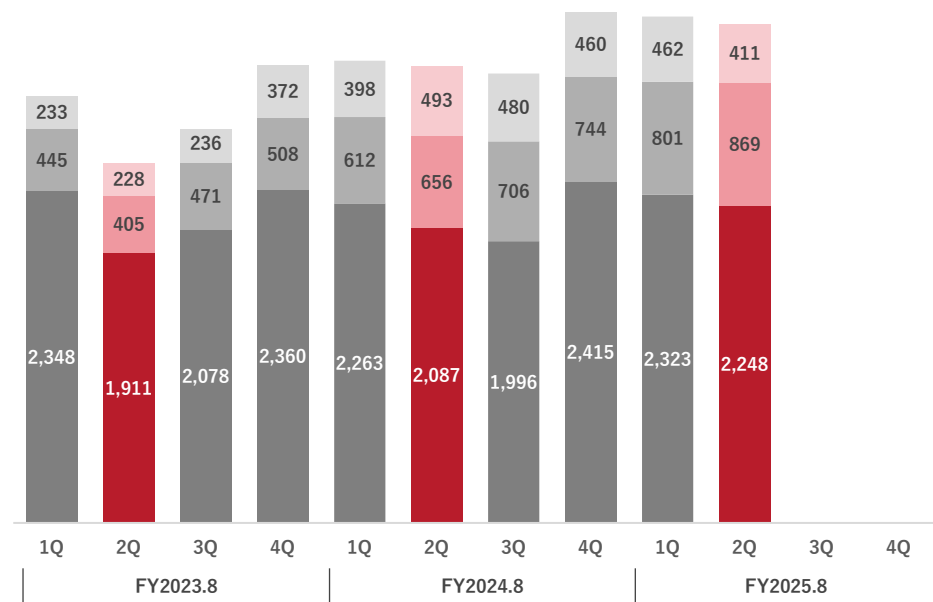
単位：百万円

■ 委託販売 ■ 買取委託 ■ その他

FY2023 2Q累計
5,571

FY2024 2Q累計
6,511

FY2025 2Q累計
7,117



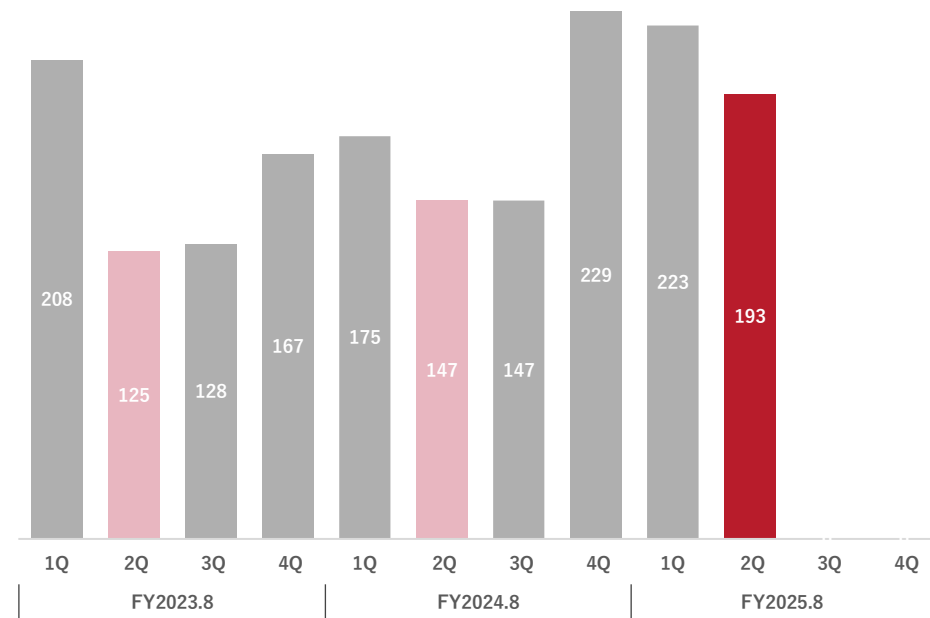
セグメント利益

単位：百万円

FY2023 2Q累計
333

FY2024 2Q累計
322

FY2025 2Q累計
417





青果売場での委託販売「産直委託モデル」を本格展開

単位：百万円	FY2025.8実績		FY2024.8実績		増減額	前年同期比	備考
	2Q累計	対流通総額比※	2Q累計	対流通総額比※			
流通総額	1,454	-	1,178	-	276	123.4%	
卸販売	1,350	-	1,178	-	172	114.6%	
委託販売	52	-	-	-	52	-	青果売場での委託販売 「産直委託モデル」を拡大
買取委託	51	-	-	-	51	-	
その他	-	-	-	-	-	-	
売上高	1,393	95.8%	1,159	98.4%	233	120.2%	
卸販売	1,327	98.3%	1,159	98.4%	167	114.4%	
委託販売	9	18.0%	-	-	9	-	
買取委託	51	100.0%	-	-	51	-	
その他	5	-	-	-	5	-	
売上総利益	229	15.8%	185	15.7%	44	123.8%	
卸販売	201	14.9%	185	15.7%	15	108.5%	
委託販売	9	18.0%	-	-	9	-	
買取委託	17	33.0%	-	-	17	-	
その他	1	-	-	-	1	-	
販売管理費	192	13.2%	156	13.2%	36	123.4	物量増加による物流費及び スーパーへの販売手数料増加
セグメント利益	36	2.5%	29	2.5%	7	125.7%	

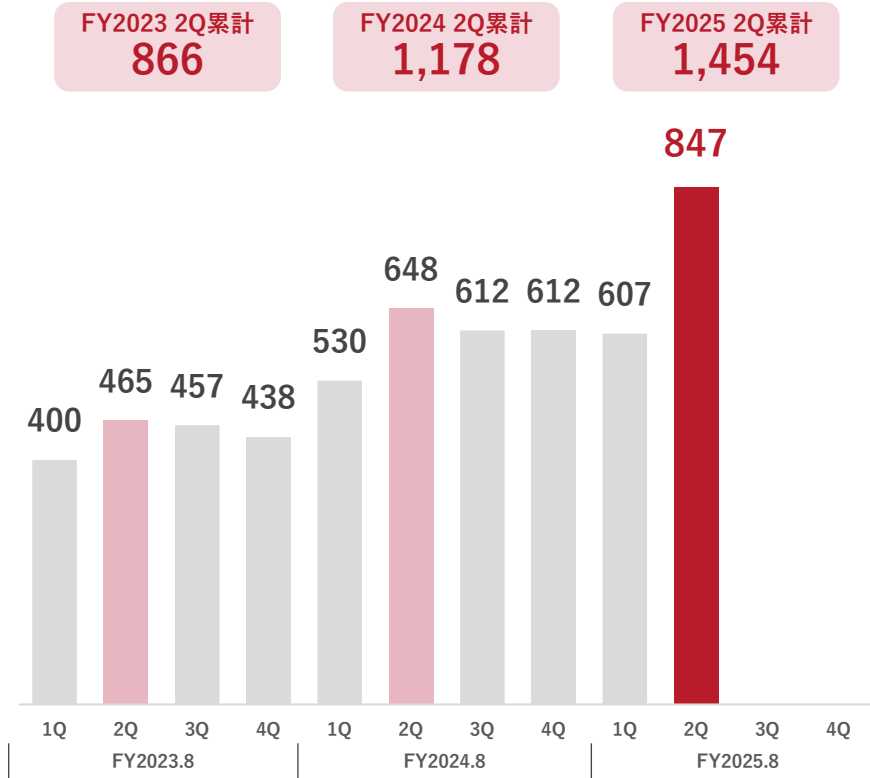
産直事業

流通総額
セグメント利益

2Q単体 847百万円 (前年同期比 130.8%)
2Q単体 35百万円 (前年同期比 170.4%)

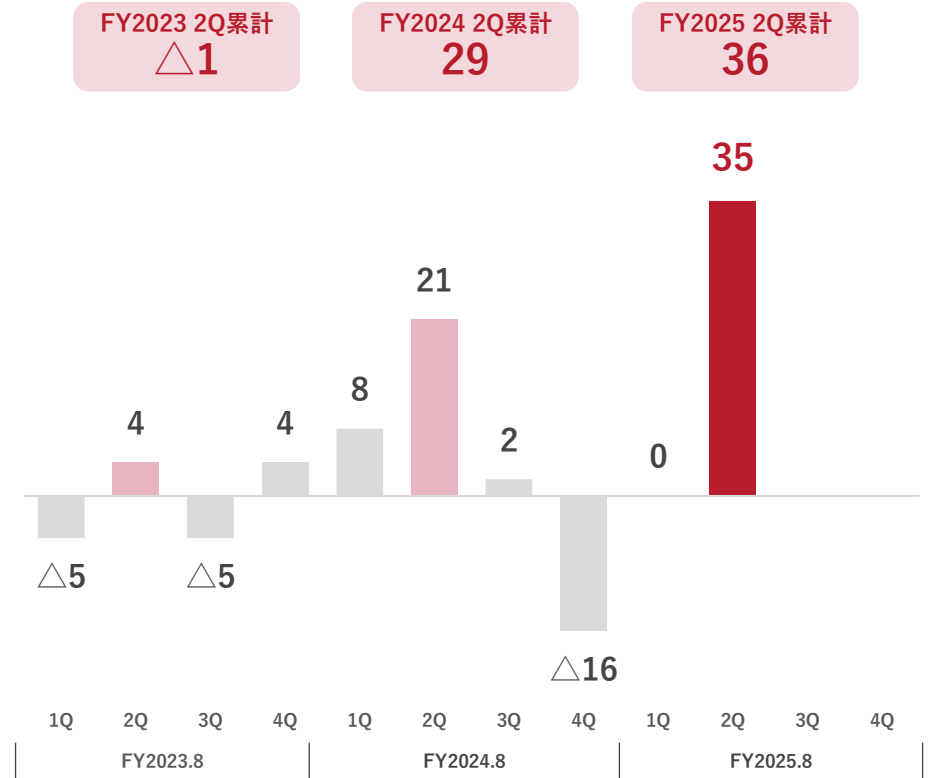
単位：百万円

流通総額



単位：百万円

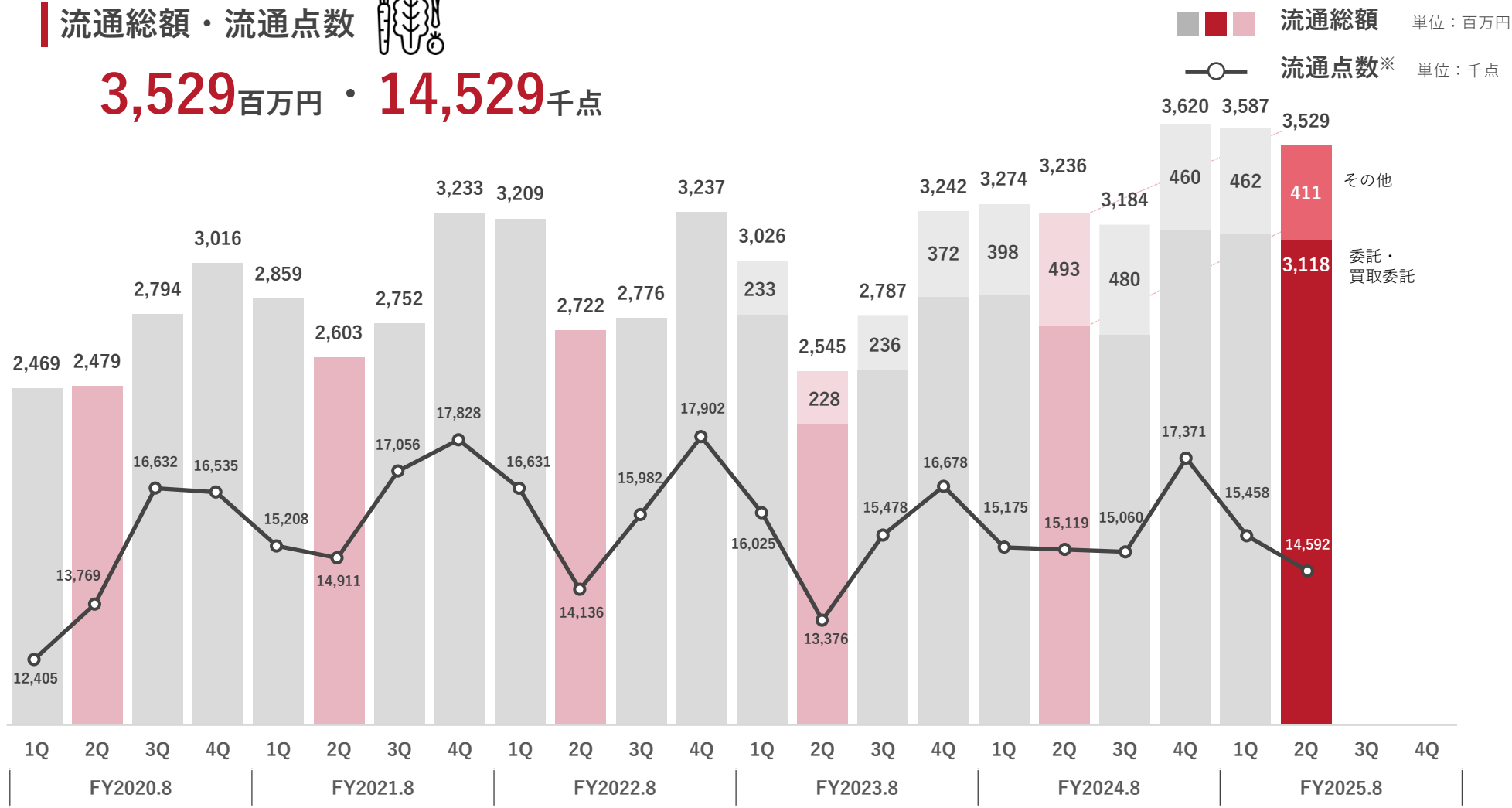
セグメント利益



FY2025.8 2Q主要指標の推移

流通総額・流通点数

3,529百万円・14,529千点

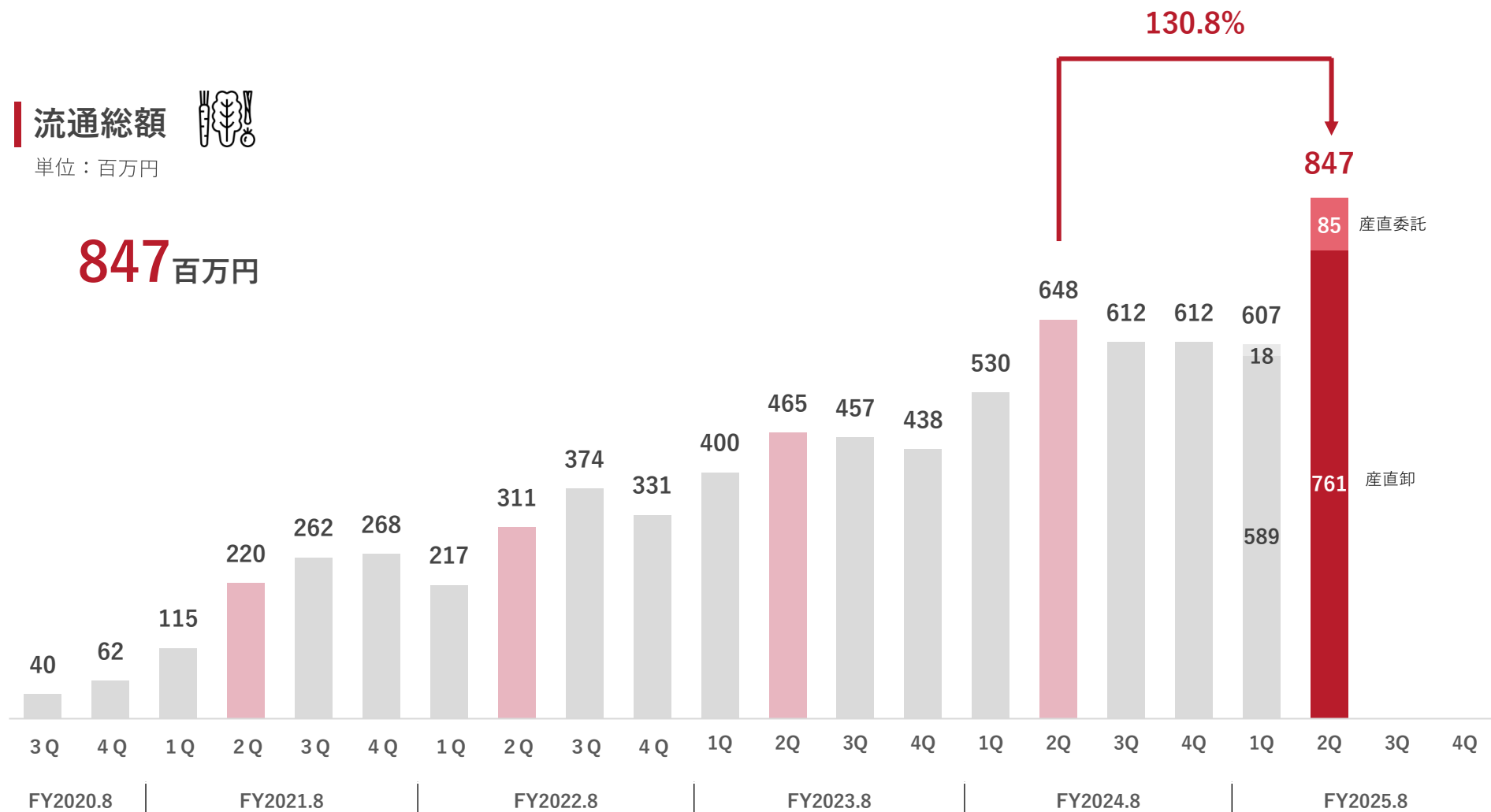


※「農家の直売所」プラットフォームを経由して、スーパー等において最終消費者に購入いただいた点数。

流通総額

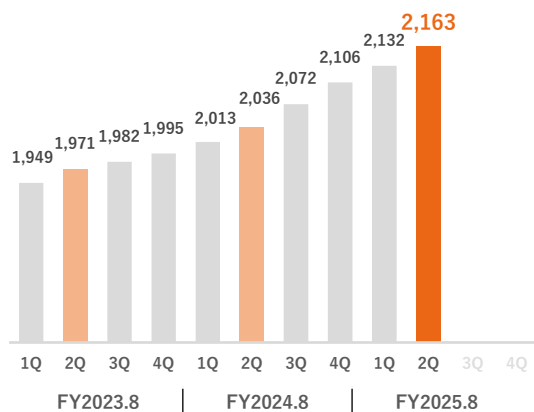
単位：百万円

847百万円



導入店舗数

2,163店舗 （委託・買取委託 2,108
その他 55）
（前期末比 +57店舗）

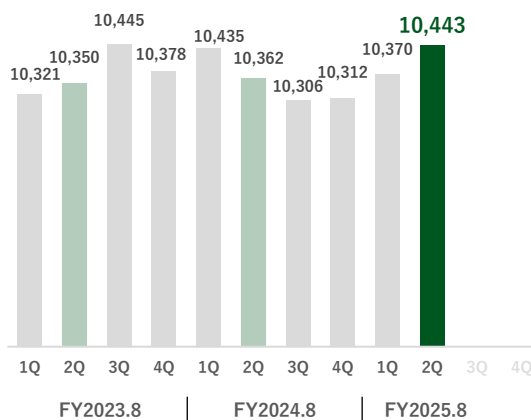


増加 前期末より79店舗増
営業活動による既存取引先での増加

減少 前期末より22店舗減
取引先店舗の閉店による減少

登録生産者数

10,443名
（前期末比 +131名）

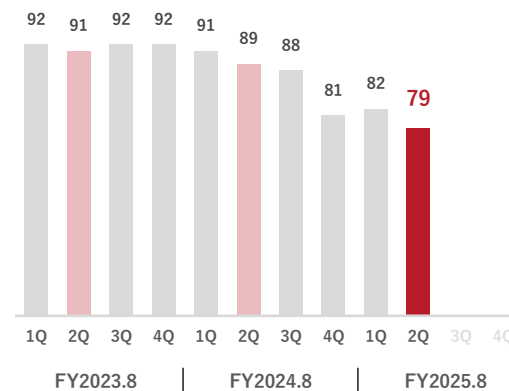


増加 前期末より188名増
営業活動による増加

減少 前期末より57名減
集荷場統合・閉鎖による減少

集荷拠点数

79拠点
（前期末比 △2拠点）



増加 前期末より1拠点増
新規取引先拡大による増加

減少 前期末より3拠点減
不採算拠点の閉鎖による減少

単位：百万円	FY2025.8 2Q	FY2024.8	増減額	前期比
流動資産	2,074	2,011	63	103.1%
うち現預金	968	779	188	124.2%
固定資産	600	654	△53	91.8%
資産合計	2,675	2,665	9	100.4%
流動負債	1,550	1,336	214	116.0%
固定負債	74	296	△221	25.2%
負債合計	1,625	1,632	△7	99.5%
株主資本	1,049	1,032	17	101.7%
資本金	50	50	-	100.0%
資本剰余金	849	849	-	100.0%
利益剰余金	220	133	87	165.3%
自己株式	△70	△0	△69	-
純資産合計	1,049	1,032	17	101.7%
負債・純資産合計	2,675	2,665	9	100.4%
自己資本比率	39.2%	38.7%		

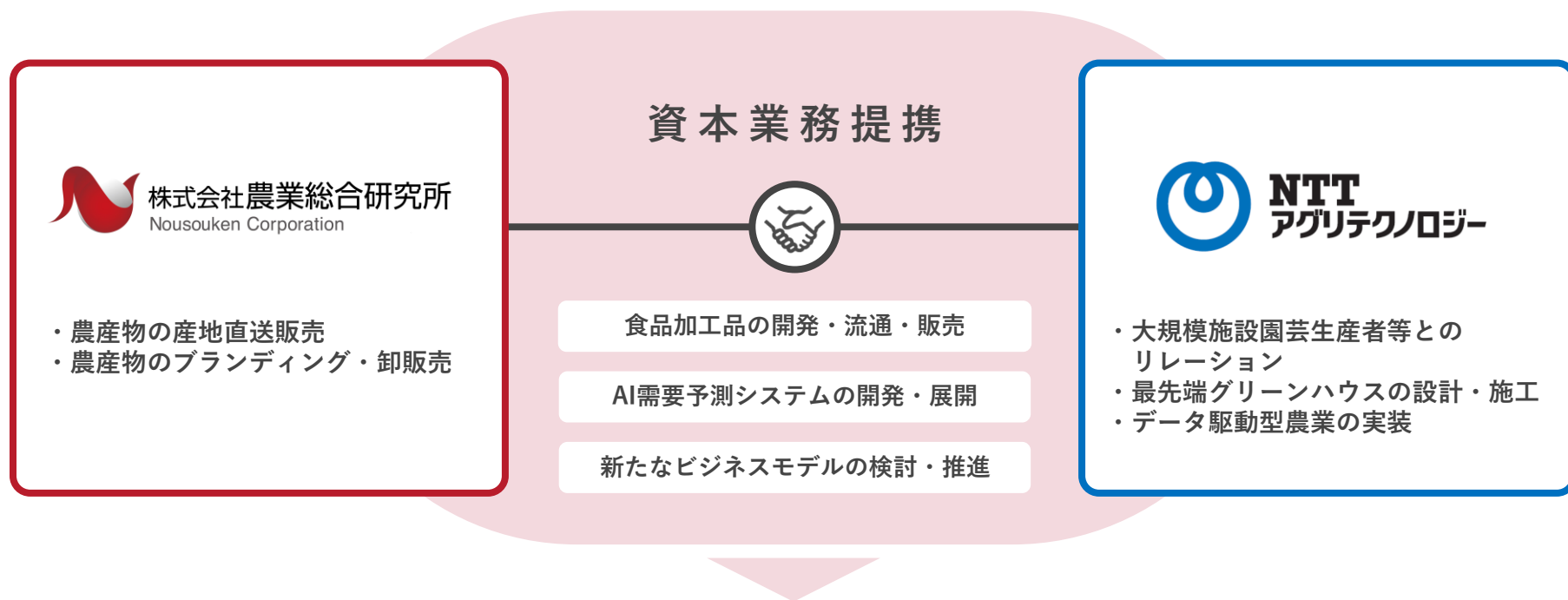
単位：百万円	FY2025.8 2Q累計	FY2024.8 2Q累計	増減	主な要因
営業活動による キャッシュ・フロー	317	82	234	・税引前中間純利益 136百万円 ・売上債権の減少 173百万円 (前期末日が土曜のため一時的に減少)
投資活動による キャッシュ・フロー	△23	△71	48	
財務活動による キャッシュ・フロー	△105	8	△114	・借入の返済による支出 △35百万円 ・自己株式の取得による支出 △69百万円
現金及び現金同等物 増減額	188	19	168	
現金及び現金同等物 中間期末残高	968	1,094	△126	
フリー・キャッシュ・ フロー※	294	11	282	

※ 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

Topics



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



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



2025年1月に当社として初めての市場買い付けによる自己株式取得を実施 株主還元については今後機動的な施策を検討

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

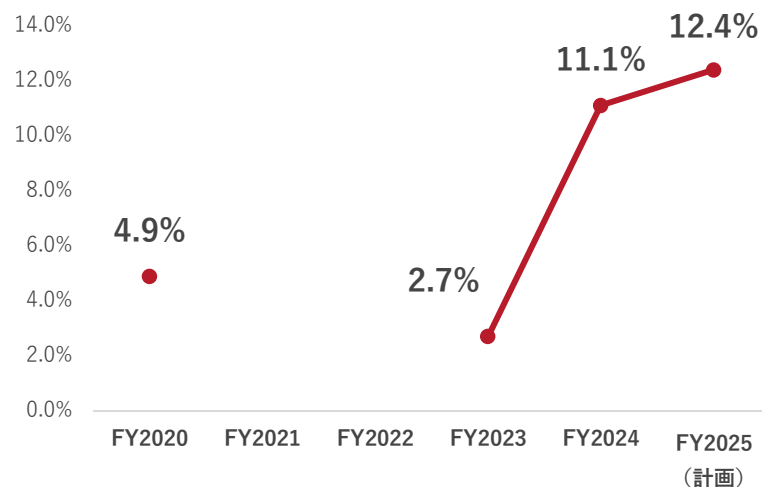
取得割合 1.09%※

取得総額 69,999,700円

※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

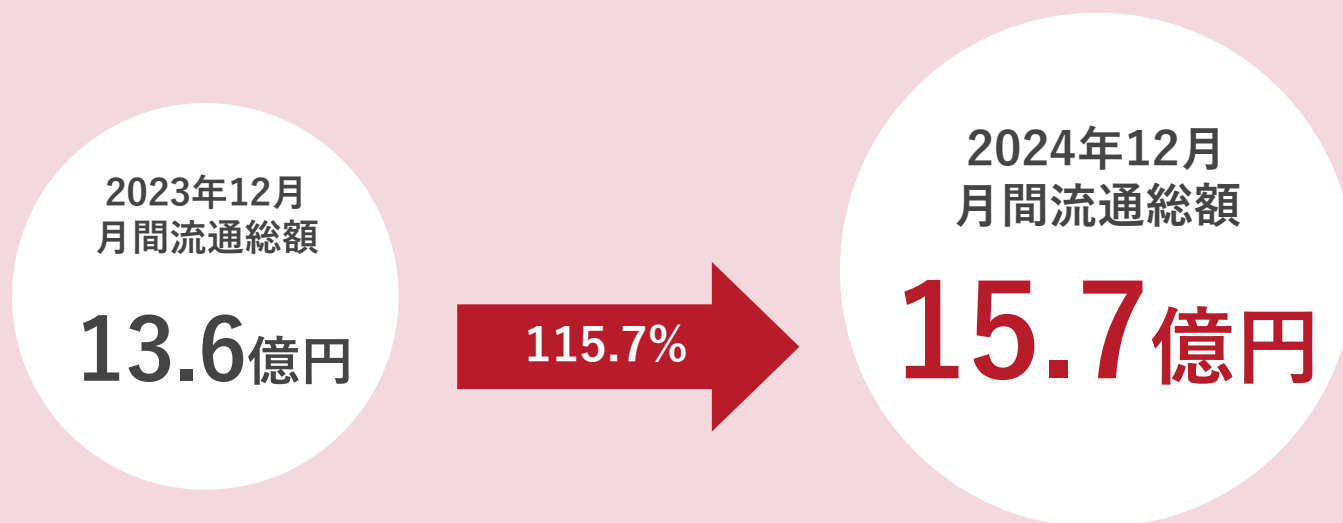
当社が認識する株主資本コスト（10%）を上回る水準を見込む



FY2021, FY2022は当期純損失のため省略

各種施策の実行により、
継続的なROE向上に取り組む

当社が取り扱う農産物の流通総額が
1か月間で15億円を突破し、過去最高を更新



増加要因

- 流通総額を拡大する各種施策の効果

データ活用による値付け・品目の最適化や適量納品のための買取強化に加え、年末商戦での売り場確保など地道な取組みが奏功。

- 農産物の高値相場の継続

12月に入りキャベツ、白菜、大根等多くの品目で相場が一段と高くなった後、年末にかけて相場高状態が継続した結果、当社商品の平均単価が向上。

FY2025.8 重点施策と通期業績予想



成長戦略		FY2025.8 重点施策	概要
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
		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 (関東・関西・中部)
	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開始 振分システムの試験運用
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	取扱金額の拡大 資本提携先との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	ドラッグストアでの販売拡大 (エリア・店舗数・品目)
		利益率改善	生産者委託の拡大 出荷手数料の改定 (兵庫・中部)



上期の相場高環境が下期も継続すると想定し業績予想を上方修正

単位：百万円	FY2025.8 修正後通期予想	FY2025.8 従来通期予想	従来予想比	FY2024.8 通期実績	前期比
流通総額	17,000	16,500～ 17,500	97.1%～ 103.0%	15,719	108.1%
売上高	8,000	7,300～ 8,000	100.0%～ 109.6%	7,223	110.8%
営業利益	200	110	181.8%	93	213.6%
経常利益	200	110	181.8%	101	196.6%
当期純利益	136	75	181.8%	108	125.4%

現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、実際の業績は今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

Appendix



くしまアオイファームの 「さつまいも食感シリーズ」

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」

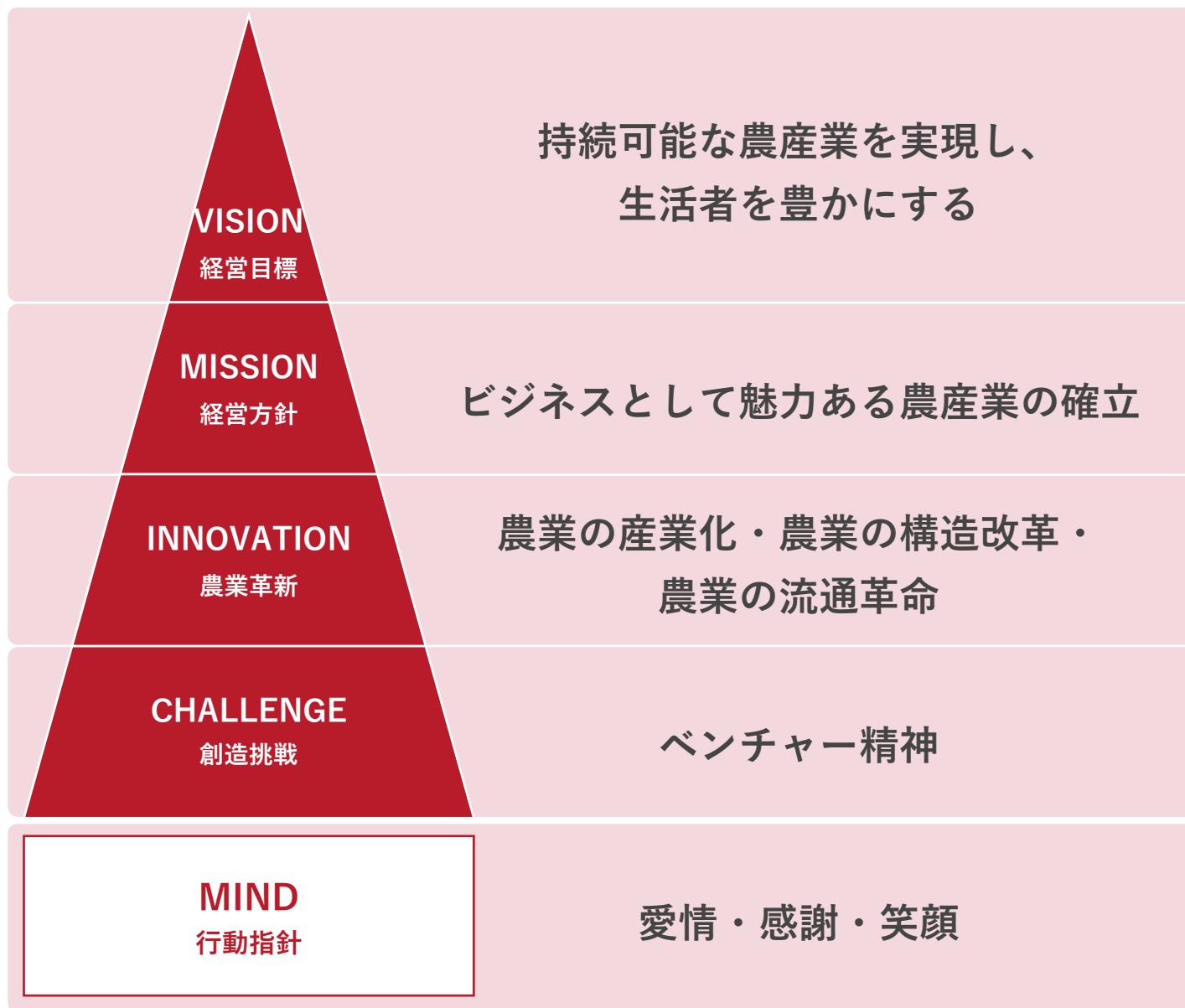


ベーシック 定番品種

ハウス食品と共同販売 「サラダになりたいたまねぎシリーズ」

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。







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。

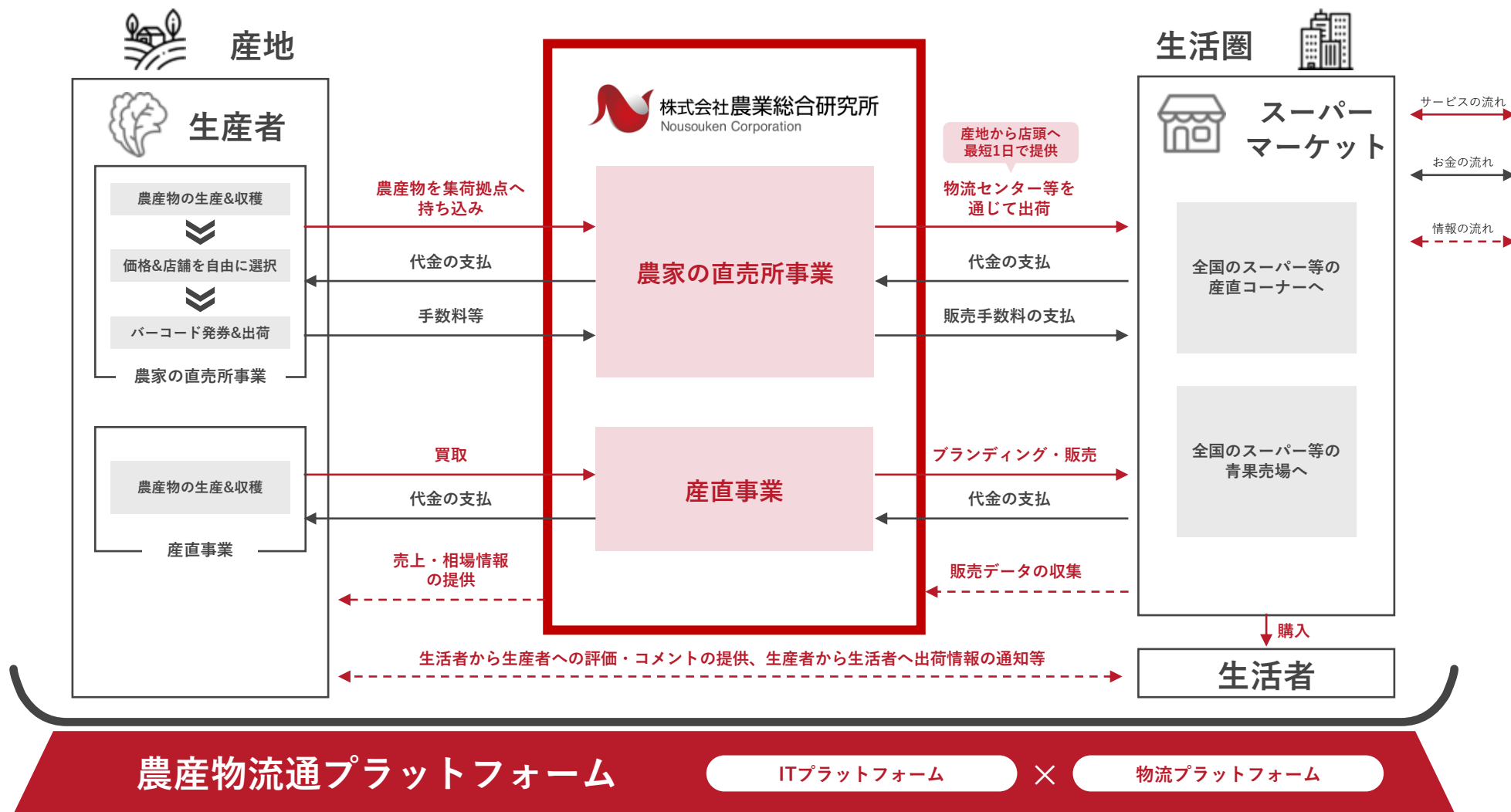
直接、生産者にお会いして
安全性と品質を確かめています。





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、産直事業
従業員数	280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



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

		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