



2023年3月期  
決算説明資料

2023年5月11日

株式会社雪国まいたけ  
東証プライム市場:1375



## AGENDA

---

1. 2023年3月期 決算概要
2. 2024年3月期 業績予想
3. 中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)
4. 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

## 2023年3月期 決算概要

---



## 2023年3月期 決算総括

当期は、売上収益・コアEBITDAが対前年同期で減収減益となり、対計画についてもアンダーパフォーマンス

### 外部環境

- インフレの影響により消費者の家計防衛意識が高まり、量目を重視した商品選好の傾向が強まった
- 最繁忙期の秋シーズンの気温変化が激しく、需要が不安定な状況が続いた
- コロナ影響によるプロモーション(店頭試食)の制約が継続
- 他社増産による市場供給量の増加により、マーケットの需給バランスが歪んだ状況が継続
- 燃料価格、電気料金の高騰や円安等の原価上昇影響

### 当社の対応

- まいたけは市場供給量が増加する状況であったが、効果的なプロモーションを展開し、出荷量は前年同期の水準であり、販売単価は数%程度の下落で抑制することができた
- 外食と中食の販売を強化し、売上の向上と喫食機会の提供にも繋がった
- 2022年9月から販売を開始した白まいたけ『極白』は、販売期間が短く当期の効果は限定的であったが、バイヤー、消費者から高い評価を頂き、プレミアムきのこの新しいラインナップとして、今後の増販に向けた基盤を固めることができた
- 原価上昇の影響を材料資材・燃料等の調達最適化や製造活動における管理の徹底により、影響の緩和を図った

### 総括

**売上収益**  
**310.2億円**

- 対前年同期  
△14.3億円  
(△4.4%)

- 対計画



**コアEBITDA**  
**46.6億円**

- 対前年同期  
△29.0億円  
(△38.4%)

- 対計画





# 連結損益計算書(2023年3月期 通期)

当期は、対前年同期で減収減益

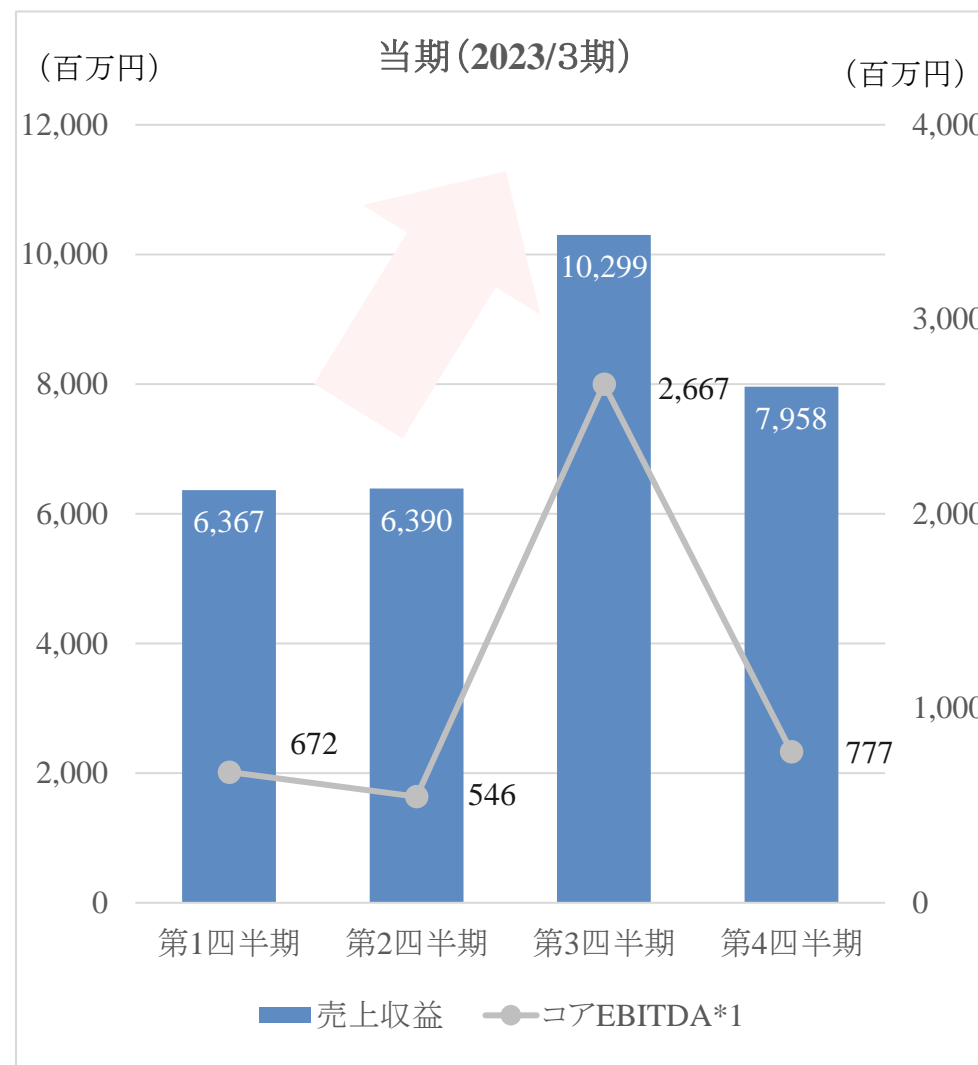
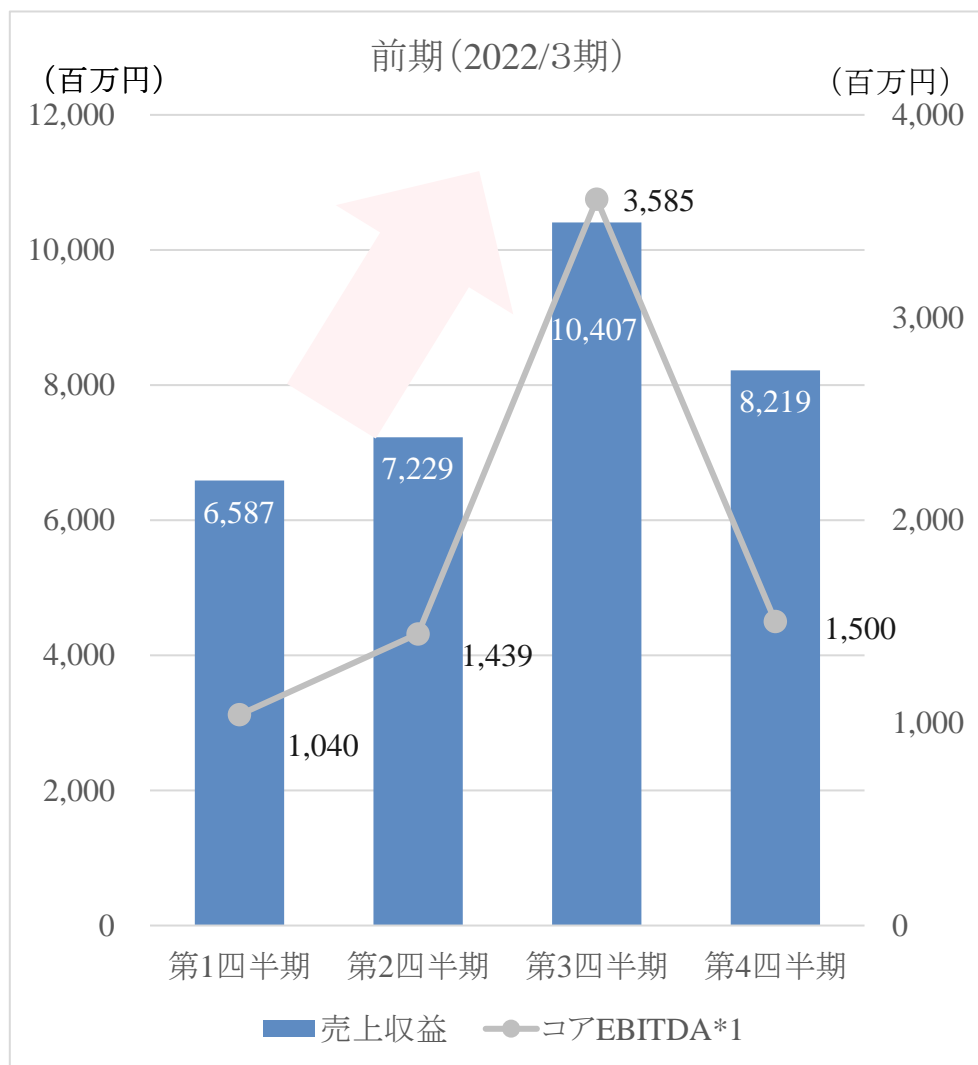
(百万円)	当期(2023/3期)	前期(2022/3期)	
	実績	実績	増減(対前年同期) 金額 率
売上収益	31,016	32,444	△ 1,428 △4.4%
公正価値変動による利得	11,188	14,636	△ 3,448 △23.6%
収益合計	42,204	47,081	△ 4,876 △10.4%
材料費、人件費等	20,214	18,680	+1,533 +8.2%
公正価値変動による利得	11,473	15,051	△ 3,577 △23.8%
売上原価	31,688	33,731	△ 2,043 △6.1%
売上総利益	10,516	13,349	△ 2,833 △21.2%
販売費及び一般管理費	8,258	8,142	116 +1.4%
その他の収益	75	48	27 +57.9%
その他の費用	141	279	△ 137 △49.2%
営業利益	2,191	4,975	△ 2,784 △56.0%
対売上収益	7.1%	15.3%	
対収益合計	5.2%	10.6%	
税引前当期利益	1,794	4,564	△ 2,769 △60.7%
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,181	2,989	△ 1,808 △60.5%
【参考数値】			
コア営業利益※1	2,562	5,590	△ 3,027 △54.2%
コアEBITDA※1	4,663	7,564	△ 2,901 △38.4%
コアEBITDA マージン※1	15.0%	23.3%	

※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)

当期は、売上収益、コアEBITDAともに前年同期を下回る

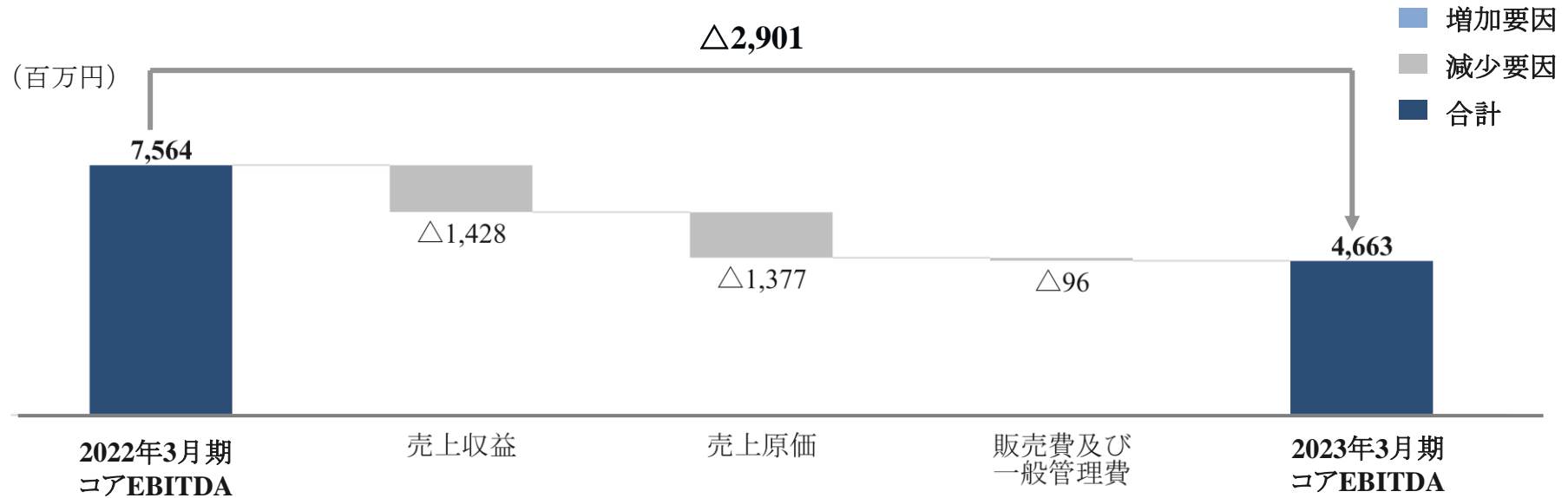


※1 コアEBITDA=コア営業利益 + 減価償却費及び償却費



# コアEBITDAの増減分析(対前年同期)

売上収益の減少と売上原価の上昇により、コアEBITDAは減少



## 外部環境

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>売上収益への影響要因</li> <li>✓ インフレにより消費者の選好が量目商品へシフト</li> <li>✓ 最繁忙期の気温変化が激しく需要が不安定</li> <li>✓ 他社の供給量増加による需給バランスの歪み</li> <li>✓ コロナによる営業活動制限</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>売上原価への影響要因</li> <li>✓ ロシア・ウクライナ情勢の長期化</li> <li>✓ 極端な円安</li> <li>✓ インフレによる物価上昇</li> </ul> |
|---|---|

## コアEBITDAの減少

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>売上収益の主な減少要因</li> <li>✓ (まいたけ)販売単価の下落</li> <li>✓ (まいたけ)店頭プロモーション活動の制約</li> <li>✓ (ぶなしめじ)生産不良による供給停滞</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>売上原価の主な上昇要因</li> <li>✓ ユーティリティ費用の高騰</li> <li>✓ 原材料価格の上昇</li> </ul> |
|--|---|



## セグメント別売上収益

各セグメントにおいて、前年同期でマイナスで推移

(百万円)	前期(2022/3期)		当期(2023/3期)		増減	
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率
売上収益合計	32,444	100.0%	<b>31,016</b>	<b>100.0%</b>	△ 1,428	△4.4%
茸事業	32,021	98.7%	<b>30,649</b>	<b>98.8%</b>	△ 1,372	△4.3%
まいたけ	18,732	57.7%	<b>17,919</b>	<b>57.8%</b>	△ 813	△4.3%
エリンギ	3,161	9.7%	<b>3,127</b>	<b>10.1%</b>	△ 33	△1.1%
ぶなしめじ	6,328	19.5%	<b>6,097</b>	<b>19.7%</b>	△ 230	△3.6%
その他の茸※1	3,799	11.7%	<b>3,504</b>	<b>11.3%</b>	△ 294	△7.8%
その他事業	422	1.3%	<b>367</b>	<b>1.2%</b>	△ 55	△13.2%

※1 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、きのこセット、仕入きのこ他

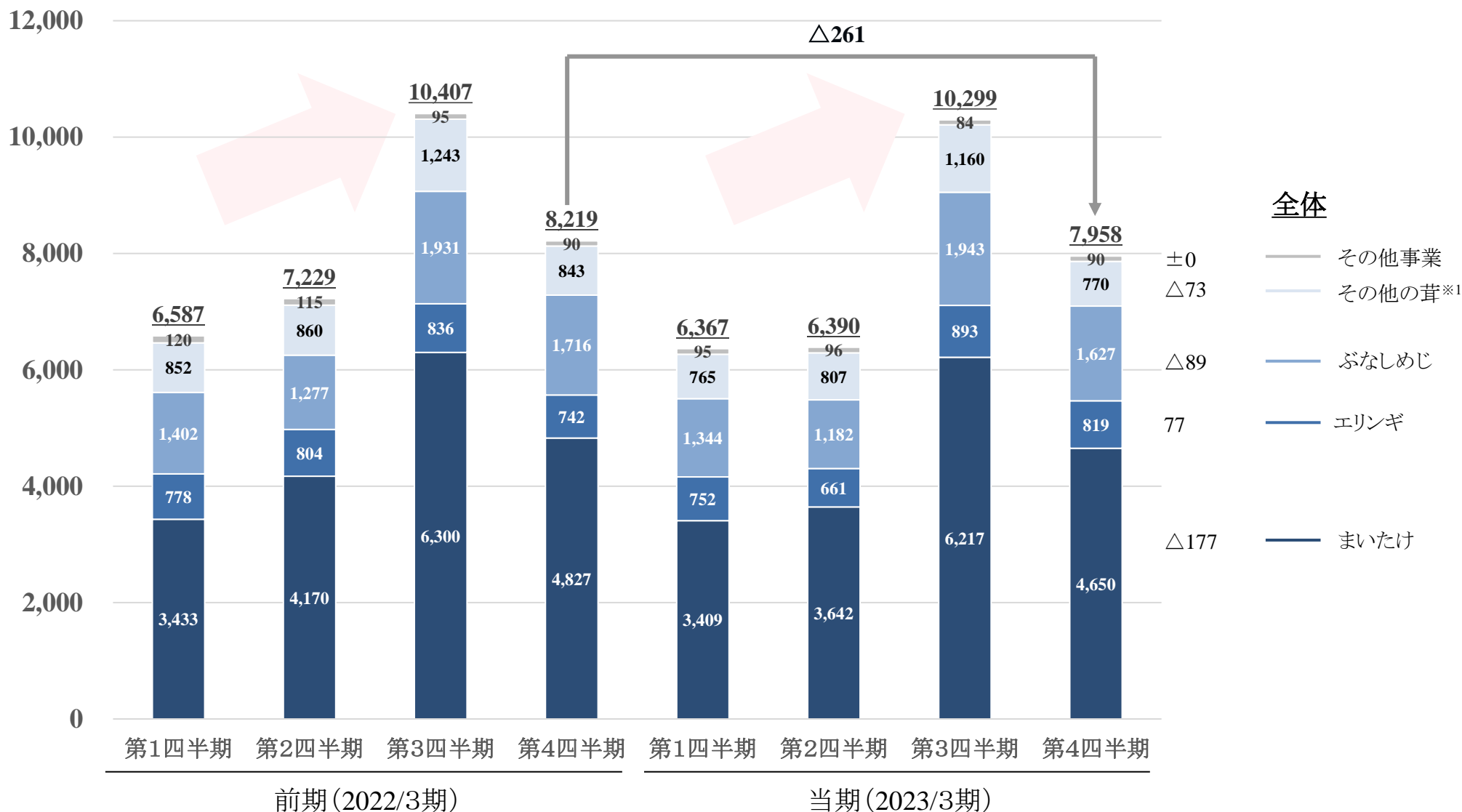




# セグメント別売上収益(四半期推移)

まいたけ含むいずれのきのこも第3四半期にピークを迎え、第4四半期以降気温が温暖になるに従い減少する傾向

(百万円)



※1 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、きのこセット、仕入きのこ他



## 2023年3月期 茸事業の状況

まいたけは、対前年同期・対計画で販売量、販売単価共にマイナス

エリンギは、販売量が対前年同期・対計画共にマイナス、販売単価は対前年同期・対計画共に若干のプラス

ぶなしめじは、販売量は対前年同期・対計画共にマイナス、販売単価は対前年同期ではプラス、対計画がマイナス

### 販売量比較※1

	対前年同期	対計画
まいたけ	99.8%	<b>95.1%</b>
エリンギ	98.0%	<b>95.3%</b>
ぶなしめじ	97.3%	<b>97.2%</b>
その他の茸3品※2	95.6%	<b>89.4%</b>

### 販売単価比較※1

	対前年同期	対計画
まいたけ	96.2%	<b>92.2%</b>
エリンギ	100.8%	<b>100.5%</b>
ぶなしめじ	101.4%	<b>99.5%</b>
その他の茸3品※2	99.0%	<b>98.1%</b>

※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

当期利益のマイナスによって、資本の厚みが減少

(百万円)	前期(2022/3期)	当期(2023/3期)	増減	
	実績	実績	金額	率
流動資産	9,735	<b>7,180</b>	△ 2,555	△26.2%
現金及び預金	3,723	<b>1,060</b>	△ 2,662	△71.5%
営業債権及びその他の債権	1,958	<b>1,907</b>	△ 50	△2.6%
棚卸資産	1,249	<b>1,422</b>	+173	+13.9%
生物資産	2,693	<b>2,662</b>	△ 30	△1.1%
非流動資産	26,361	<b>26,124</b>	△ 236	△0.9%
有形固定資産	19,170	<b>18,966</b>	△ 203	△1.1%
のれん及び無形資産	5,291	<b>5,285</b>	△ 5	△0.1%
資産合計	36,096	<b>33,304</b>	△ 2,791	△7.7%
流動負債	8,010	<b>6,592</b>	△ 1,417	△17.7%
営業債務及びその他の債務	2,602	<b>1,877</b>	△ 725	△27.9%
未払法人所得税	1,484	<b>693</b>	△ 790	△53.3%
1年内返済予定の長期借入金	1,321	<b>1,509</b>	+188	+14.2%
非流動負債	17,615	<b>16,302</b>	△ 1,312	△7.5%
借入金	17,314	<b>16,070</b>	△ 1,243	△7.2%
リース負債	222	<b>156</b>	△ 65	△29.6%
負債合計	25,625	<b>22,895</b>	△ 2,730	△10.7%
資本合計	10,470	<b>10,409</b>	△ 61	△0.6%
親会社の所有者に帰属する持分合計	10,471	<b>10,409</b>	△ 62	△0.6%
負債及び資本合計	36,096	<b>33,304</b>	△ 2,791	△7.7%



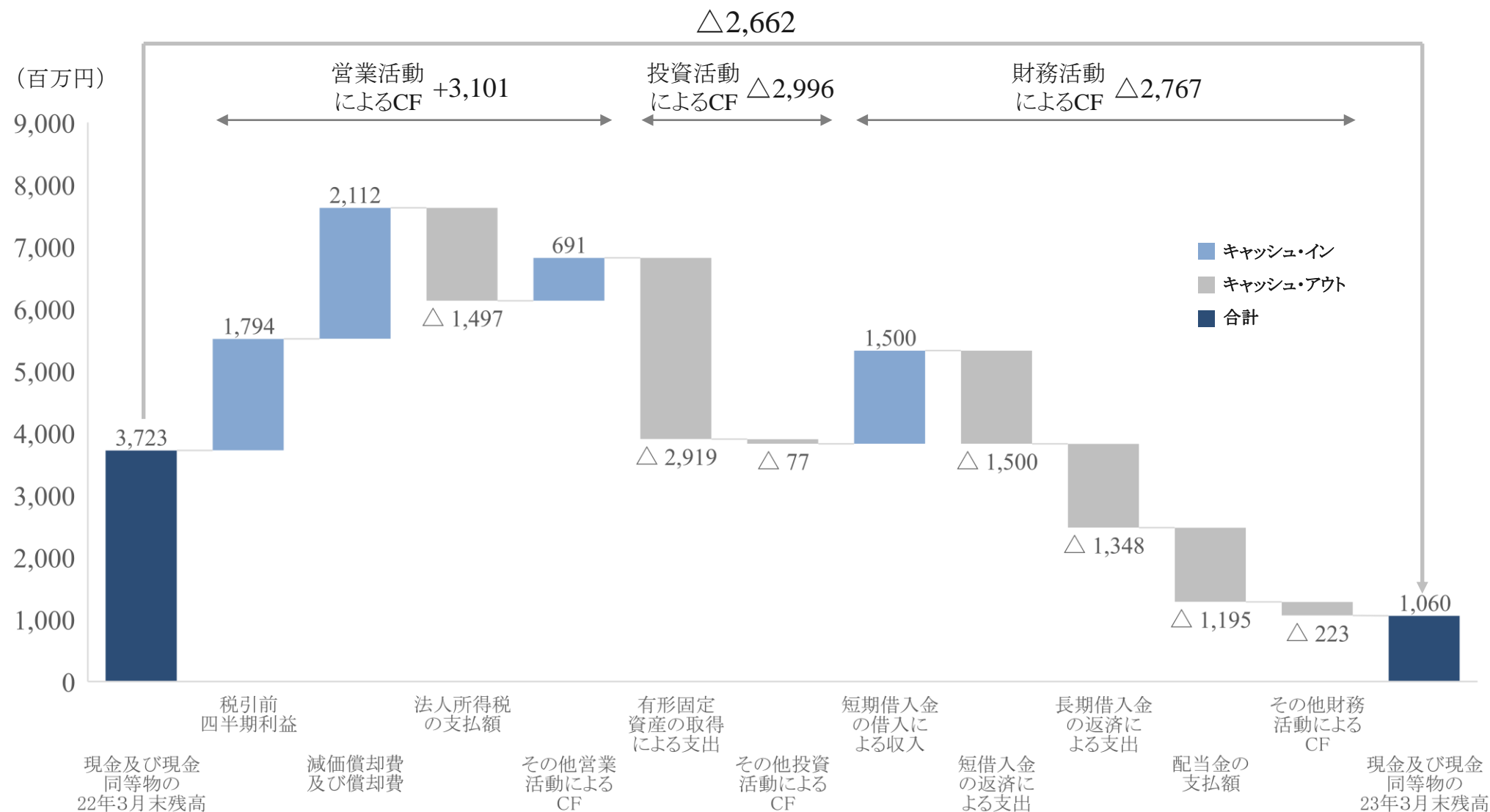
# 連結キャッシュ・フロー計算書(前年同期との比較)

営業活動によるCF…税引前利益の減少により収入減  
 投資活動によるCF…設備投資により支出増  
 財務活動によるCF…配当金支出の減少による減少

(百万円)	前期(2022/3期)	当期(2023/3期)	増減
	実績	実績	金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,606	<b>3,101</b>	△2,505
税引前利益	4,564	<b>1,794</b>	△2,769
減価償却費及び償却費	1,984	<b>2,112</b>	+128
営業債権及びその他の債権の増減額	64	<b>49</b>	△15
棚卸資産の増減額	141	<b>△173</b>	△315
営業債務及びその他の債務の増減額	115	<b>81</b>	△34
従業員給付に係る負債の増減額	△133	<b>63</b>	+196
法人所得税の支払額	△2,097	<b>△1,497</b>	+600
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,554	<b>△2,996</b>	△442
有形固定資産の取得による支出	△2,564	<b>△2,919</b>	△354
有形固定資産の売却による収入	1	<b>7</b>	+5
無形資産の取得による支出	△7	<b>△14</b>	△6
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,107	<b>△2,767</b>	+340
短期借入金の借入による収入	1,000	<b>1,500</b>	+500
短期借入金の返済による支出	△1,000	<b>△1,500</b>	△500
長期借入金の返済による支出	△1,156	<b>△1,348</b>	△192
配当金の支払額	△1,673	<b>△1,195</b>	+478
現金及び現金同等物の増減額	△54	<b>△2,662</b>	△2,608
現金及び現金同等物の期首残高	3,777	<b>3,723</b>	△54
現金及び現金同等物の期末残高	3,723	<b>1,060</b>	△2,662

# 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所得税の支払等を上回り、営業CFは3,101百万円増加  
 一方、長期借入金の返済による支出、配当金の支払い等により、最終的に現金及び現金同等物は2,662百万円減少





# 主要財務指標の状況

約定返済により借入金が増加したが、茸事業の減収における現金及び預金残高減少の影響で、ネットD/Eレシオは悪化  
コアEBITDAが対前年同期で減少し、ネットD/コアEBITDA倍率は上昇

## のれんに関する財務指標推移

### ■ のれん/純資産倍率<sup>※1</sup>

0.5x

2022年  
3月期



0.5x

2023年  
3月期



- 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<sup>※1</sup>

1.4x

2022年  
3月期



1.6x

2023年  
3月期

### ■ ネットD/コアEBITDA倍率<sup>※2</sup>

2.0x

2022年  
3月期



3.5x<sup>※3</sup>

2023年  
3月期

※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、対前年同期で減収減益となったため、経営指標が悪化

	前期(2022/3期)	当期(2023/3期)
営業利益率	10.6%	5.2%
コアEBITDAマージン	23.3%	15.0%
基本的1株当たり当期利益※1	74.92円	26.93円
ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)※2	30.3%	11.3%
ROIC(投下資本利益率)※3	11.3%	5.0%

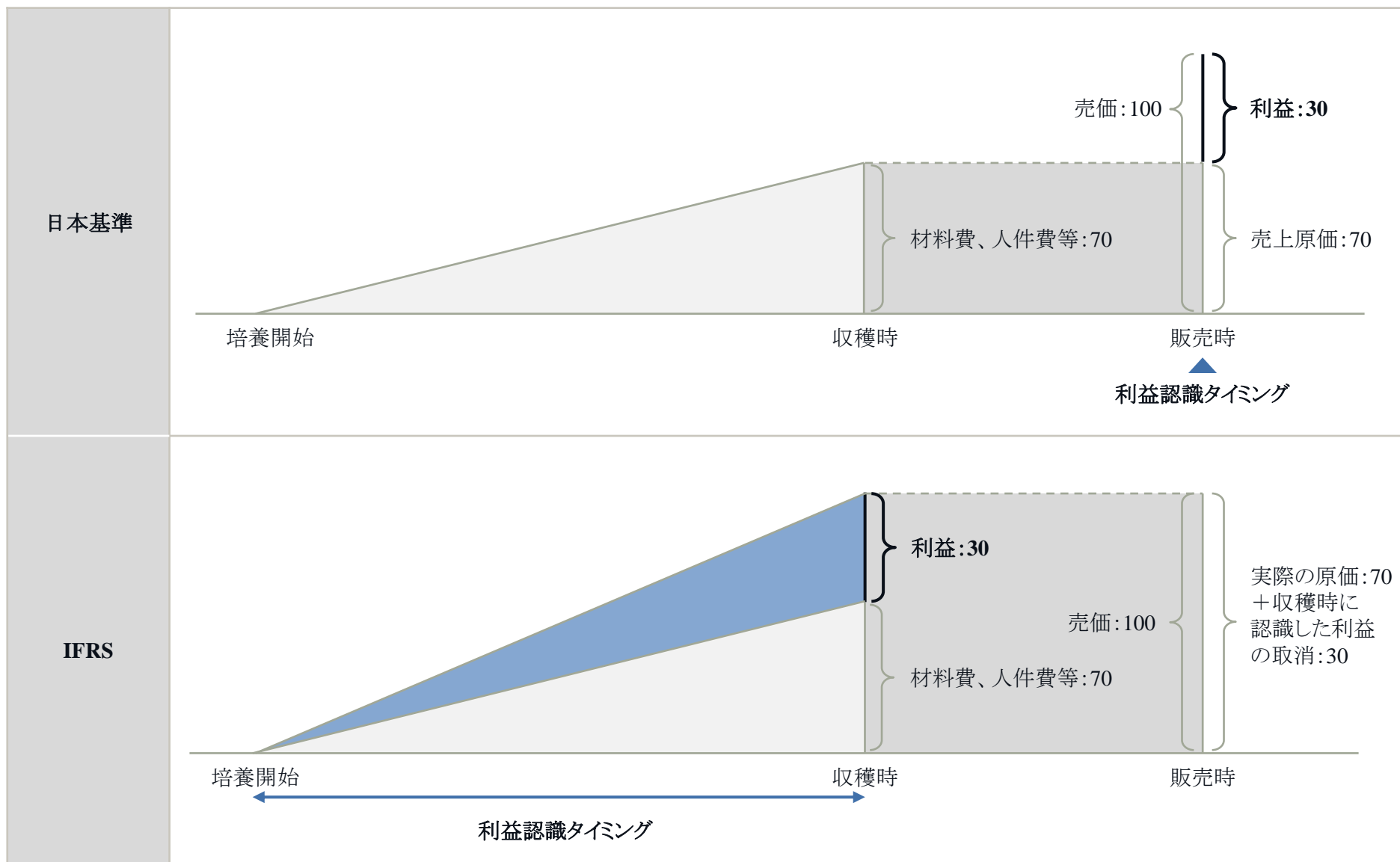
※1 当社は2020年7月30日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っており、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、基本的1株当たり当期利益を算定

※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


まいたけ仕掛品の在庫高の影響などがあり、農業会計適用によりネット損益インパクトは△285百万円

(単位:百万円)

	内訳	2023年3月期
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	△1,042
	期末仕掛品に含まれる利得	764
	当期収穫分	11,514
	その他	△48
	合計	11,188
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	△280
	期末製品・半製品に含まれる利得	277
	当期収穫分	△11,514
	その他	42
	合計	△11,473
損益インパクト合計		△285

仕掛品に含まれる利得は、期首対比で減少となったため、277百万円のマイナスインパクトとなった

製品・半製品に含まれる利得は、期首対比で減少となったため、2百万円のマイナスインパクトとなった



## 農業会計適用による損益インパクト(四半期推移)

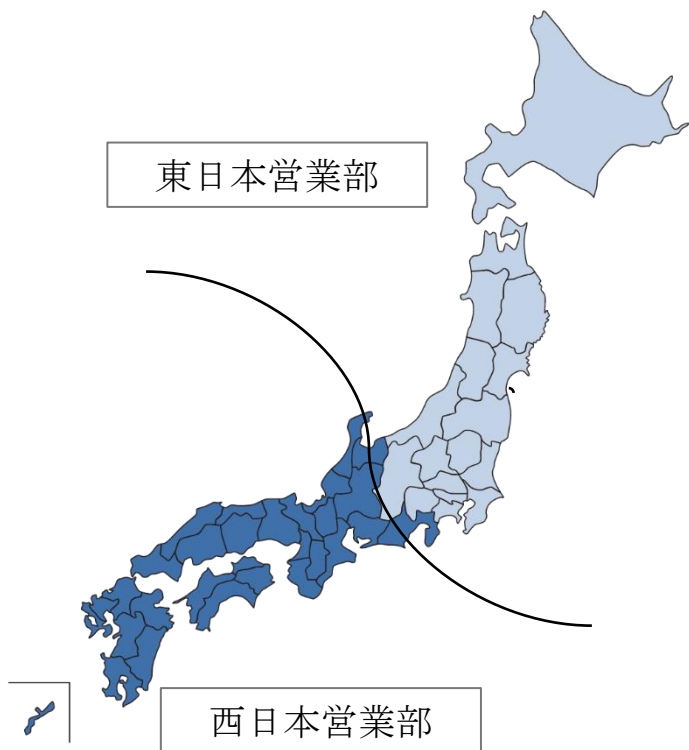
公正価値変動による利得の損益インパクトは、四半期毎に大きく変動するが、通期での影響は軽微

(百万円)		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計
当期 (2023/ 3期)	収益					
	期首仕掛品に含まれる利得	△1,042	△739	△1,599	△1,643	△5,025
	期末仕掛品に含まれる利得	739	1,599	1,643	764	4,747
売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△280	△252	△485	△338	△1,356
	期末製品・半製品に含まれる利得	252	485	338	277	1,354
	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

(百万円)		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計
前期 (2022/ 3期)	収益					
	期首仕掛品に含まれる利得	△1,330	△1,027	△2,393	△2,180	△6,930
	期末仕掛品に含まれる利得	1,027	2,393	2,180	1,042	6,642
売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△402	△406	△567	△500	△1,875
	期末製品・半製品に含まれる利得	406	567	500	280	1,753
	当期収穫分	±0	±0	±0	±0	±0
	その他	27	9	△4	△36	△4
	損益インパクト合計	△271	+1,537	△285	△1,395	△414

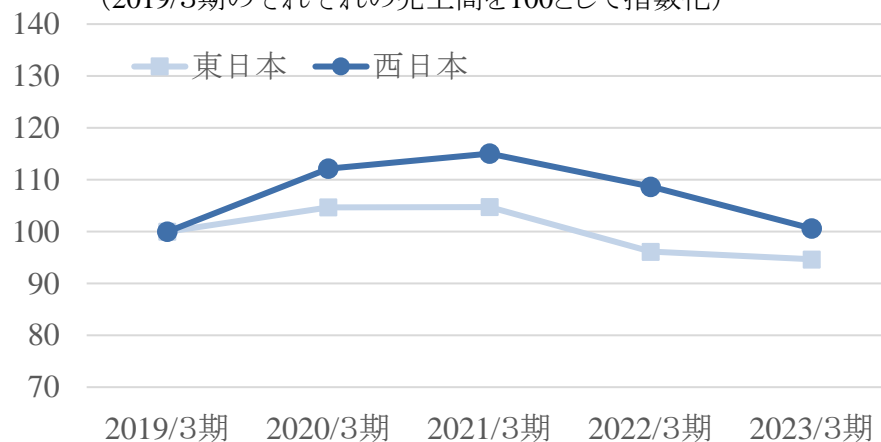
# 東日本と西日本の売上高・販売量の成長率比較

西日本エリアは東日本エリアと比べてまいたけの消費量がまだ少なく、今後の成長ポテンシャルは大きい  
西日本の販売量は、東日本の平均成長率を上回る推移を示す



## 売上高

(2019/3期のそれぞれの売上高を100として指数化)

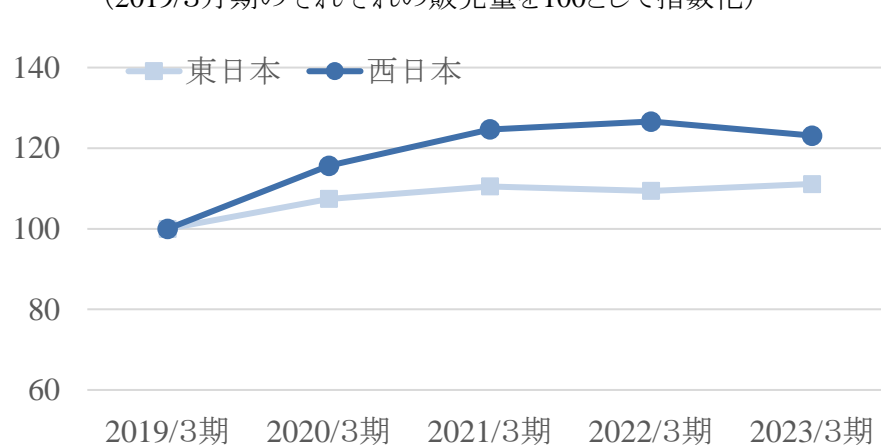


平均成長率  
(CAGR)

西日本 **0.2%**  
東日本 **▲1.4%**

## 販売量

(2019/3月期のそれぞれの販売量を100として指数化)



年平均成長率  
(CAGR)

西日本 **5.3%**  
東日本 **2.7%**



## 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排出量削減目標の設定



- 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
- 2022年6月、当社ウェブサイトにて公開

### CO<sub>2</sub>削減の取り組み



- 五泉バイオセンターでのLNG導入完了に続き、第3バイオセンターにおいても導入(2022年10月)
- トレー材質見直しにより、CO<sub>2</sub>削減だけでなく、リサイクルトレー※1使用率100%達成

### 原材料の持続可能な調達



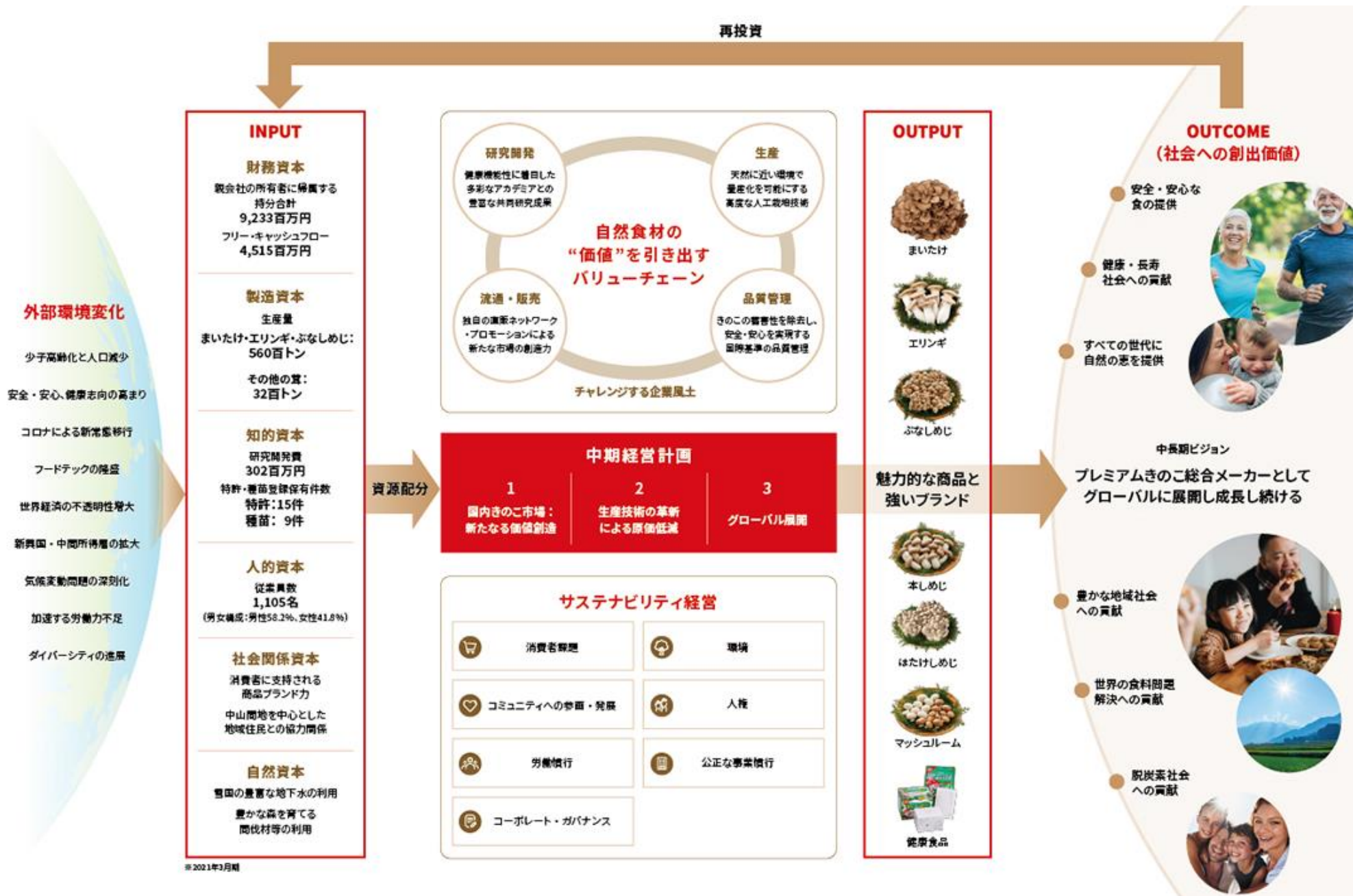
- 荒廃した森林を間伐し、木々が育ちやすい環境を整え、健康な森づくりを進める
- 「雪国まいたけの森」で伐採された木材を当社のきのこ培地へと活用

※1 一般的に回収されたリサイクル原料の他に、トレー製造工場にて発生した端材の再利用も含む



# 価値創造プロセス

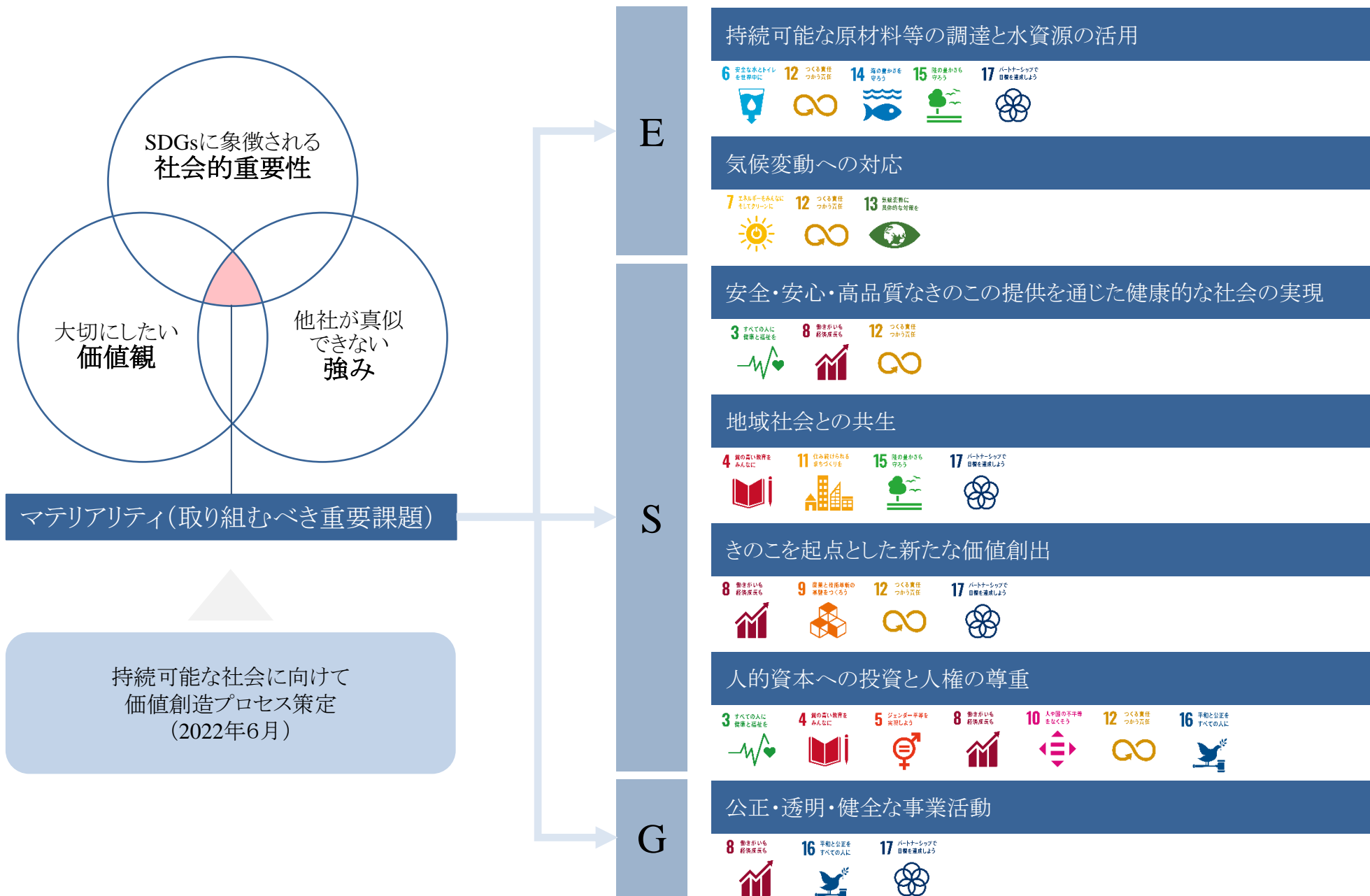
外部環境の変化がある中、バリューチェーンや当社の強みを活かし、事業活動を通じて社会とともにサステナブルな成長をし続ける





# 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







# 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-CO<sub>2</sub>、スコープ3で約16,700t-CO<sub>2</sub>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"> <li>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</li> </ul>	短期 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産プロセスの効率化による生産コスト削減</li> <li>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</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>プラスチック製包装資材の調達コスト増加</li> </ul>	短期 中長期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>プラスチック包装資材の減量化による調達コスト削減</li> </ul>
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"> <li>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</li> </ul>	短期 中長期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>培地の再利用比率の向上によるオガ粉の使用量削減</li> <li>「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</li> </ul>
	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"> <li>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</li> </ul>	短期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>高効率、省エネルギーな空調設備への切替</li> <li>気候変化の影響を受けにくい栽培技術や品種開発</li> </ul>
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"> <li>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</li> </ul>	短期 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
		消費者嗜好の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	短期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	レジリエンス	物理リスクの顕在化	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	短期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>不安定な気候環境でも安定的に商品を生産・供給</li> </ul>

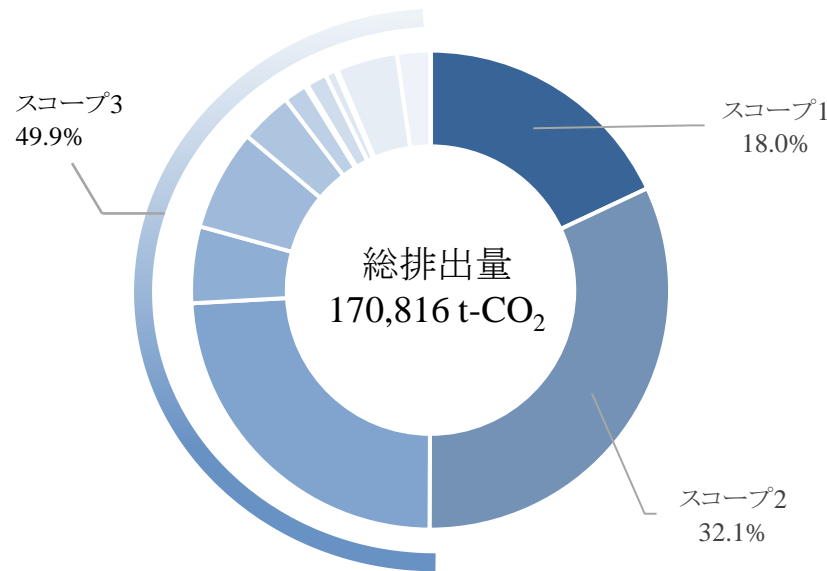




# GHG排出量削減目標と実績

22/3期のGHG排出量は、基準年である21/3期から2.2%削減

スコープ別温室効果ガス排出量(2022年3月期実績)※2



21/3期	22/3期	前年比
174,727 t-CO <sub>2</sub>	170,816 t-CO <sub>2</sub>	△2.2%

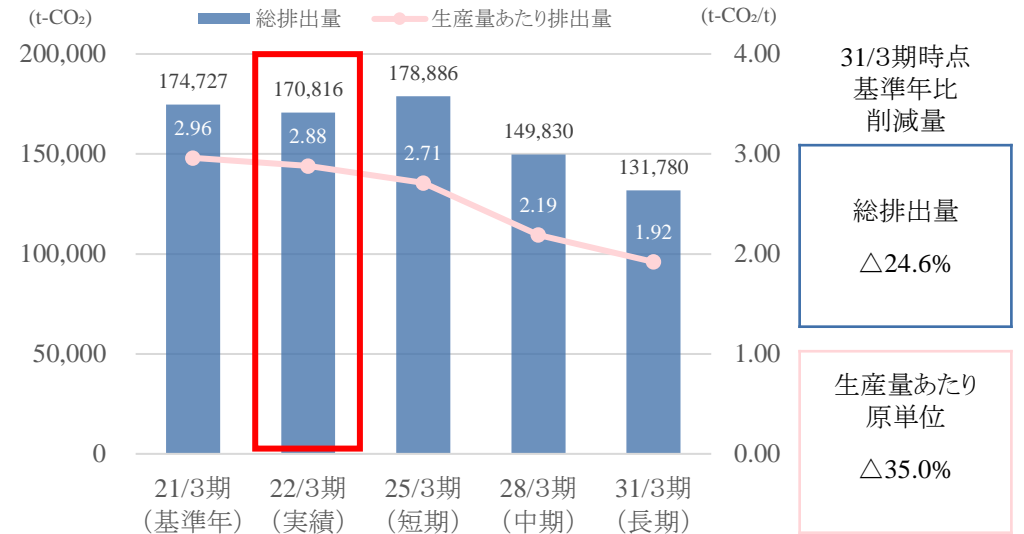
スコープ1~3  
合計

174,727  
t-CO<sub>2</sub>

170,816  
t-CO<sub>2</sub>

△2.2%

温室効果ガス排出削減の実績と目標



短期	中期	長期	2030年度削減目標
燃料転換・効率化 再生エネルギー利用等	代替フロン・ノンフロンガス 使用機器入替等	包装資材や原材料の削減・見直し等	約45,800tCO <sub>2</sub> 削減
		製品化率の改善等	約16,700tCO <sub>2</sub> 削減

スコープ1, 2

燃料転換・効率化  
再生エネルギー利用等

代替フロン・ノンフロンガス  
使用機器入替等

約45,800tCO<sub>2</sub>  
削減

スコープ3

包装資材や原材料の削減・見直し等

製品化率の改善等

約16,700tCO<sub>2</sub>  
削減

※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排出量削減の取り組み

2050年度のGHG排出量ネット・ゼロを目標に、調達から生産、物流や流通に至るバリューチェーン全体に亘って削減に取り組む

## スコープ1

- 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出

## スコープ3(カテゴリ1, 4, 9, 12)

- 購入した製品・サービス
- 輸送、配送(上流、下流)
- 販売した製品の廃棄

## スコープ3(カテゴリ4)

- 輸送、配送(上流)

### クリーンエネルギーへの転換



- 2021年1月に五泉バイオセンターのLNG設備の導入完了
- 南魚沼市のまいたけ工場である第3バイオセンターにLNGを導入(2022年10月)

五泉BCにおける  
生産量あたりの  
SCOPE1削減量  
(22/3期・対前年比)

**△0.04 t-CO<sub>2</sub>/t**

### トレーの軽量化



新たに開始  
「まいたけ極ハッピーパック」等

- トレーの材質や厚さを変更し、トレーの軽量化を図る
- 2022年8月中旬より、新たに「まいたけ極ハッピーパック」等のトレーの材質変更を行う
- リサイクルトレーの使用比率※1100%達成

材質・材厚変更による削減量※2  
(22/3期・対前年比)

**△470.2 t-CO<sub>2</sub>**

### 杉オガ粉の近隣調達



- 2021年2月から南魚沼市内の杉オガ粉の調達を開始。広葉樹のオガ粉も近隣からの調達を進める
- 森林資源の地産地消、地元林業の活性化にもつながる

近隣からの輸送に関わる削減量  
(22/3期・対前年比)

**△3.88 t-CO<sub>2</sub>**

※1 一般的に回収されたリサイクル原料の他に、トレー製造工場にて発生した端材の再利用も含む  
 ※2 「まいたけ極食べきりパック」「まいたけ極Mパック」「雪国しめじWパック」のトレー切替による削減量



# 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



## コロナ対策の緩和による業績への影響及び取り組み

2023年3月13日より、マスクの着用は個人の判断が基本となり、社内外ともにコロナ対応の大きな変化点となる日常生活の緩和が進み、店頭での試食販売は徐々に回復が見られ始める

### 業績への影響

- 店頭プロモーションは、コロナ禍前の水準に達しないものの、一部の企業やエリアで再開が見られ、徐々に回復しつつある
- 移動の制限がなくなり、都道府県をまたいだ移動や対面商談が増加

### コロナ対策緩和に伴う取り組み

- 基本的な感染予防対策を継続しつつ、新型コロナウイルス感染症拡大前の日常生活の回復を目指す。また、業務効率化の観点からも、引き続きWebを業務に組み込み活用していく

#### <取り組み>

- 個人の判断によるマスク着用(生産現場は衛生管理のため着用を継続)
- オンラインを活用した社内会議や打ち合わせの活用
- テレワークによる柔軟な働き方を維持



---

2

## 2024年3月期 業績予想

---





# 2024年3月期業績予想 / 主要数値

2024年3月期は売上は緩やかに拡大するも、厳しい外的環境の影響を考慮し利益見通しを保守的に設定

(百万円)	23/3期 実績(A)	24/3期 予想(B)	増減額 (B-A)	増減率	
収益合計	42,204	<b>42,389</b>	185	0.4%	収益
内売上収益	31,016	<b>33,157</b>	2,141	6.9%	
営業利益	2,191	<b>673</b>	△1,518	△69.3%	売上総利益
対売上収益比率	7.1%	<b>2.0%</b>	△5.0%	-	
税引前利益	1,794	<b>228</b>	△1,566	△87.3%	営業利益
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,181	<b>121</b>	△1,154	△90.5%	
基本的1株当たり当期利益 (円)	29.63	<b>3.05</b>	△28.93	△90.5%	金融収支
コアEBITDA <sup>※1</sup>	4,663	<b>3,182</b>	△1,481	△31.8%	
コアEBITDA マージン <sup>※1</sup>	15.0%	<b>9.6%</b>	△5.4%	-	

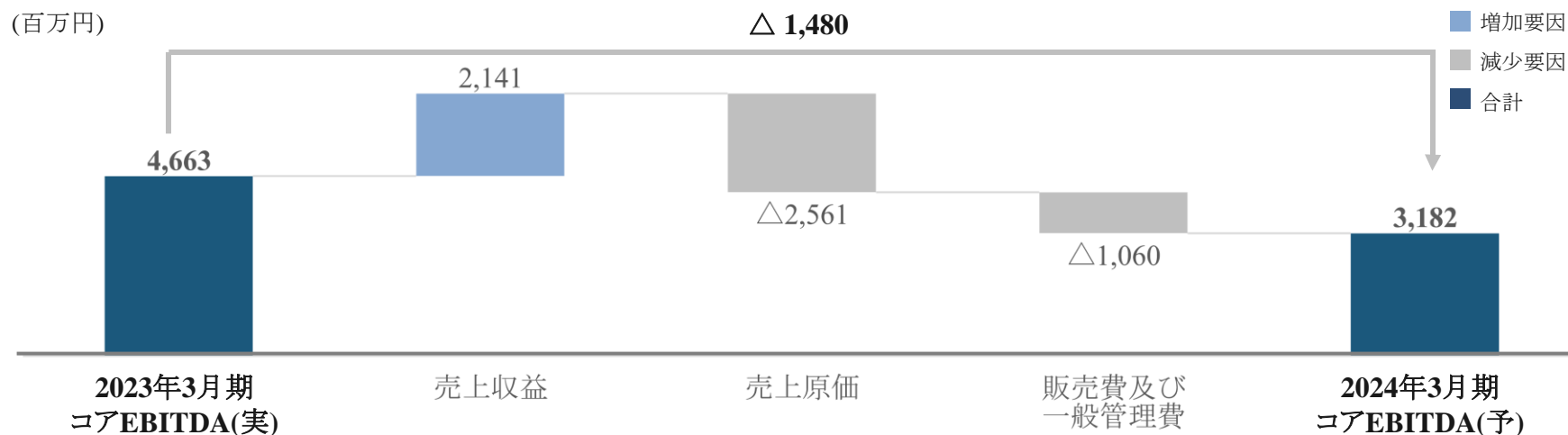
### 主要内訳

- 売上収益: 331.6億円 (同6.9%増)**
  - ✓ 売上の売上収益: 190.8億円 (前期比6.5%増)
  - ✓ エリンギの売上収益: 33.5億円 (同7.0%増)
  - ✓ ぶなしめじの売上収益: 65.5億円 (同7.3%増)
  - ✓ その他の茸の売上収益: 37.9億円 (同8.0%増)
- 公正価値変動による利得: 92.3億円 (同17.5%減)**
- 収益合計: 423.9億円 (同0.4%増)**
- 売上原価: 323.2億円 (同2.0%増)**
  - ✓ 材料費、人件費等: 227.9億円 (前期比12.8%増)
  - ✓ 公正価値変動による利得: 95.3億円 (同16.9%減)
- 売上総利益: 100.7億円 (同4.3%減)**
- 販売費及び一般管理費: 93.1億円 (前期比12.8%増)**
- 営業利益: 6.7億円 (同69.3%減)**
- 税引前利益: 2.3億円 (前期比87.3%減)**
  - ✓ 金融収支: △4億円 (支払利息等)
- 親会社の所有者に帰属する当期利益: 1.2億円 (同89.7%減)**

※1 ・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

# 2024年3月期業績予想 / 前期比較と主要前提

2024年3月期は厳しい環境継続を反映した保守的な業績見通しになるも、既存事業のさらなる改善と中期的成長ポテンシャル上昇に向けた新たな戦略の実現を目指す



## 見通し 環境

- 販売面で厳しい環境になるも、今後の緩やかな改善が想定
  - ✓ まいたけの需給バランスの歪み、インフレ影響による消費者の量目重視傾向が継続
  - ✓ 一方で試食の再開で、当社品質を訴求しやすくなると期待
- コストプッシュ要因が継続すると想定
  - ✓ ロシア・ウクライナ情勢が短期終息しない状況
  - ✓ 燃料費・電気料金の高騰による原価上昇が継続

## 今期の戦略

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>売上</b></p> <p>プレミアムきのこの総合力を活用した高付加価値提案による顧客戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高付加価値製品(白まいたけ、マッシュルーム等)を活用し、流通の店頭シェア(極まいたけ含む)の拡大と、販売単価の引き上げ</li> <li>✓ 独自のマーケティングに基づき、きめ細かい営業・販売促進戦略を展開</li> <li>✓ 複数のメディア(マス・デジタル・アナログ・店頭等)を効果的に組み合わせ、エンドユーザーへの訴求力の向上</li> </ul> | <p><b>生産・販管</b></p> <p>生産効率の向上・コスト低減を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 設備導入によるユーティリティ費の削減</li> <li>✓ 生産・包装のさらなる効率改善による原価低減</li> <li>✓ 原油高、円安、ロシア・ウクライナ情勢の影響を原価に織り込み</li> <li>✓ 増収による販売関連費用や人員増加による労務費の増加を加味</li> </ul> |
|--|--|

## 来期以降

- 既存事業の利益・CFの更なる改善策を検討する
  - ✓ 高付加価値品の売上拡大での単価引き上げ
  - ✓ 更なる生産性や原価低減施策を検討
- 中期的成長ポテンシャル拡大に向けた戦略を早期推進
  - ✓ 海外(欧米等)でのインオーガニック戦略の“最初の一石”を実行
  - ✓ 新規事業領域(代替プロテイン等)の事業化の実現

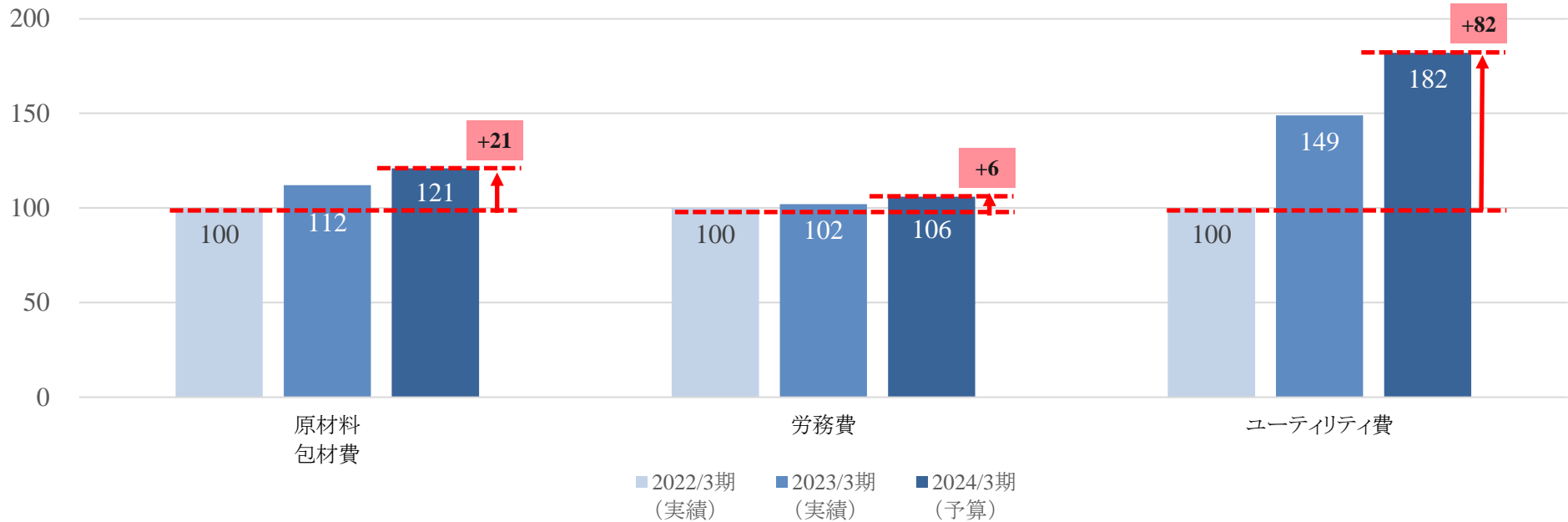


# 原材料、燃料費の過去トレンド

ロシアのウクライナ侵攻や円安により高騰した燃料費や原材料価格は、原価の上昇へ大きなインパクトを与えた  
依然、不透明な情勢は、今後も引き続き原価に対して影響を及ぼすものと想定

## 主要原価項目の変化トレンド\* (22/3期 ~ 24/3期)

\*2022/3期の各原価項目の金額を100とした場合の増減率



2022年2月(中期経営計画発表直後)にロシアがウクライナに侵攻開始、今後のエネルギー価格や輸入原材料価格への影響が懸念される

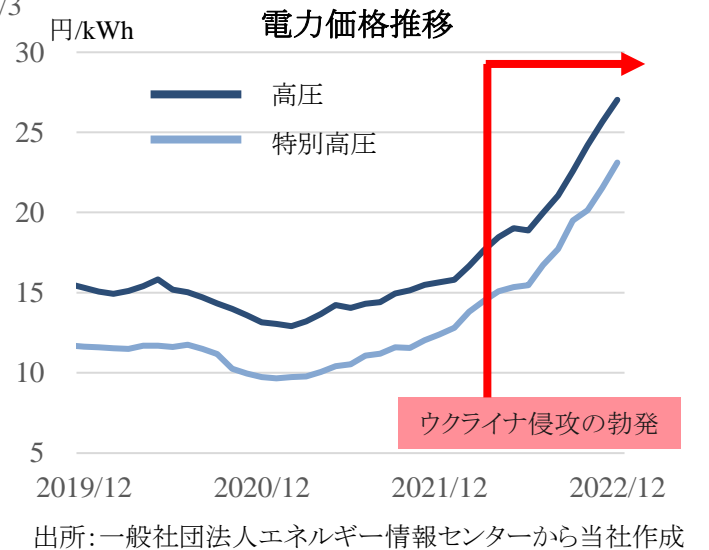
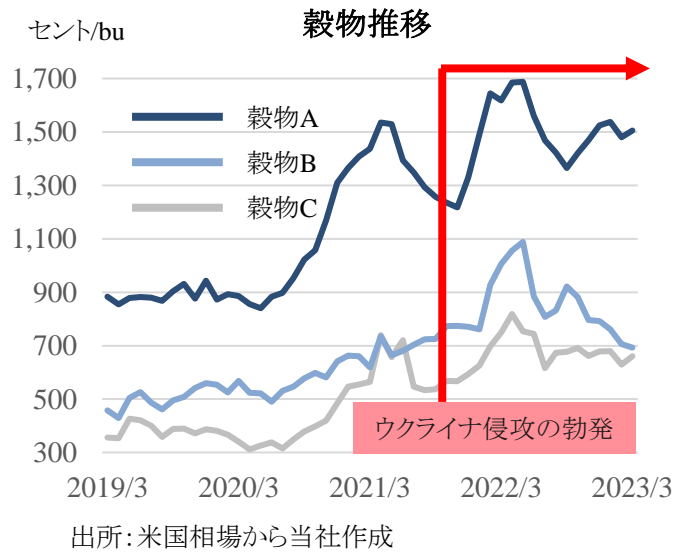
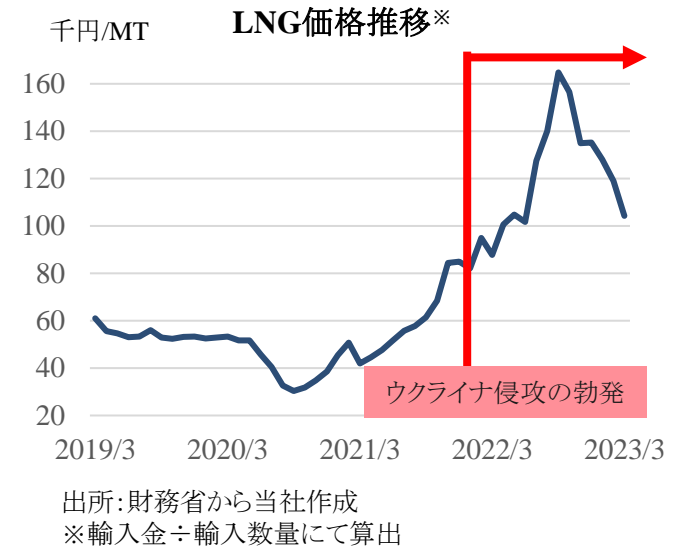
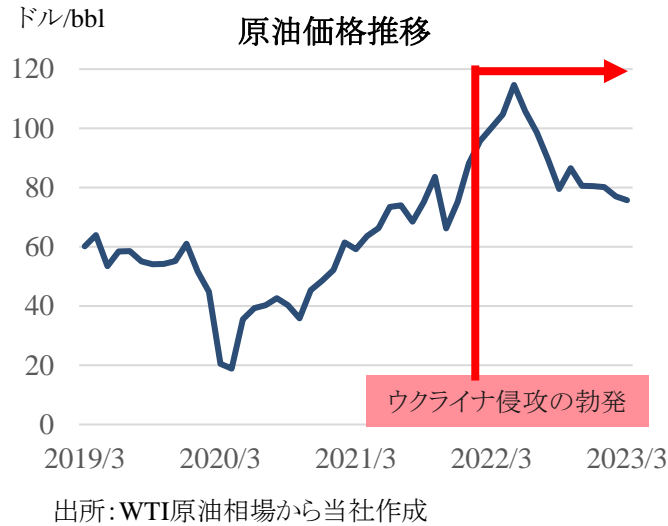
2023/3期は、ロシアのウクライナ侵攻が継続したのに加え、円安の影響が上乘せされ、エネルギー価格の高騰、輸入原材料価格の上昇につながった

2024/3期は、現時点でロシア・ウクライナ情勢の収束の目途は立たず、長引く不安定な世界情勢のコスト面に及ぼす影響は引き続き継続すると見込む





# (参考) 関連指標の直近価格トレンド





---

3

## 中期経営計画(2022年3月期～2026年3月期)

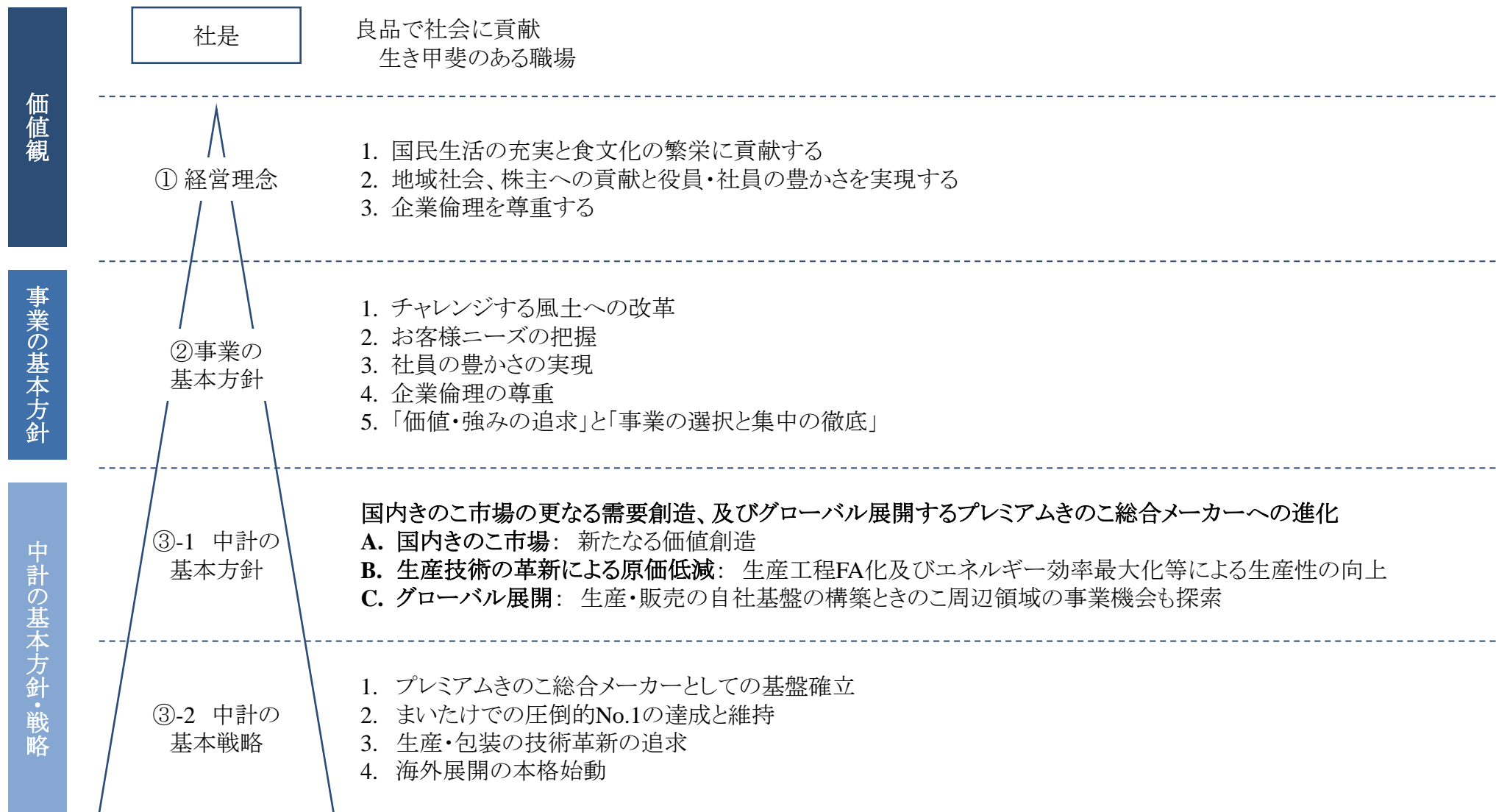
---



# 雪国まいたけの中長期ビジョン

当社は、主にきのこ製品の生産・販売を通じて、「国民生活の充実と食文化の繁栄に貢献する」ことを目指している

雪国まいたけの中長期ビジョン： プレミアムきのこ総合メーカーとしてグローバルに展開し成長し続ける。

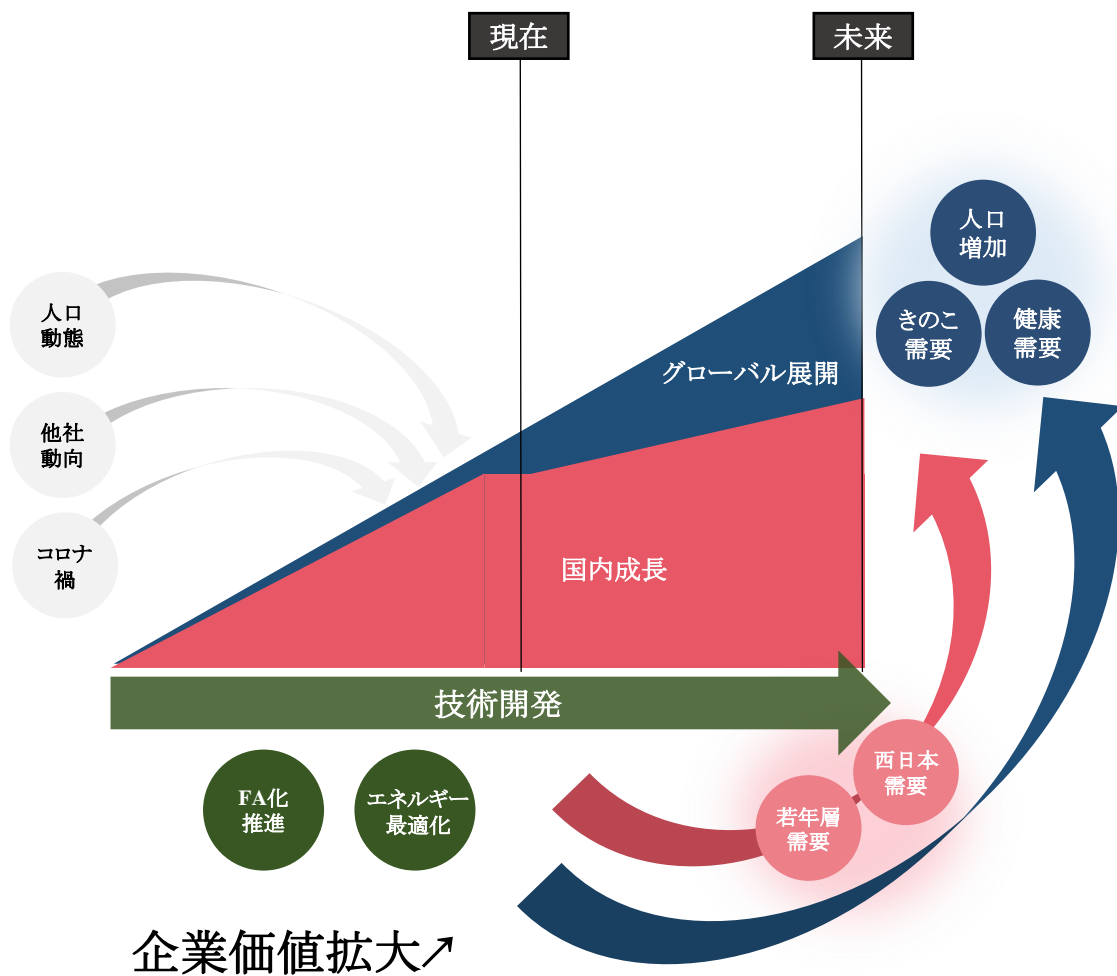




# 中長期的な企業価値拡大の方向性

生産技術の革新・原価低減により国内のEBITDAマージンを維持しつつ、盤石な国内事業基盤は緩やかながらも安定成長  
海外展開により事業基盤を拡大し、グループ全体の成長力を高め、企業価値を拡大しつつ、安定した配当性向による株主還元

## 中長期における企業価値拡大と株主還元のイメージ



## 中期経営計画の基本方針

国内きこの市場の更なる需要創造、及びグローバル展開するプレミアムきこの総合メーカーへの進化

- A** 国内きこの市場:新たな価値創造
  - まいたけ消費における地域、年齢ギャップを解消し、積極的な情報発信により、国内消費の底上げを図る
  - 更なる需要の拡大が見込まれるマッシュルーム事業を強化し、プレミアムきこの総合メーカーへ
- B** 生産技術の革新による原価低減:生産工程FA化及びエネルギー効率最大化等による生産性の向上
  - 最新FA化技術を駆使した高効率工場に進化させることで、収益性を向上
  - エネルギー効率の最大化と、環境負荷の低減
- C** グローバル展開:生産・販売の自社基盤の構築ときこの周辺領域の事業機会も探索
  - 世界的な健康志向に答え、自然食材であるきこの消費を拡大し、生産・販売の自社基盤を海外に構築
  - きこの周辺領域(川上～川下)での事業機会を探索



# 中期経営計画の定量目標

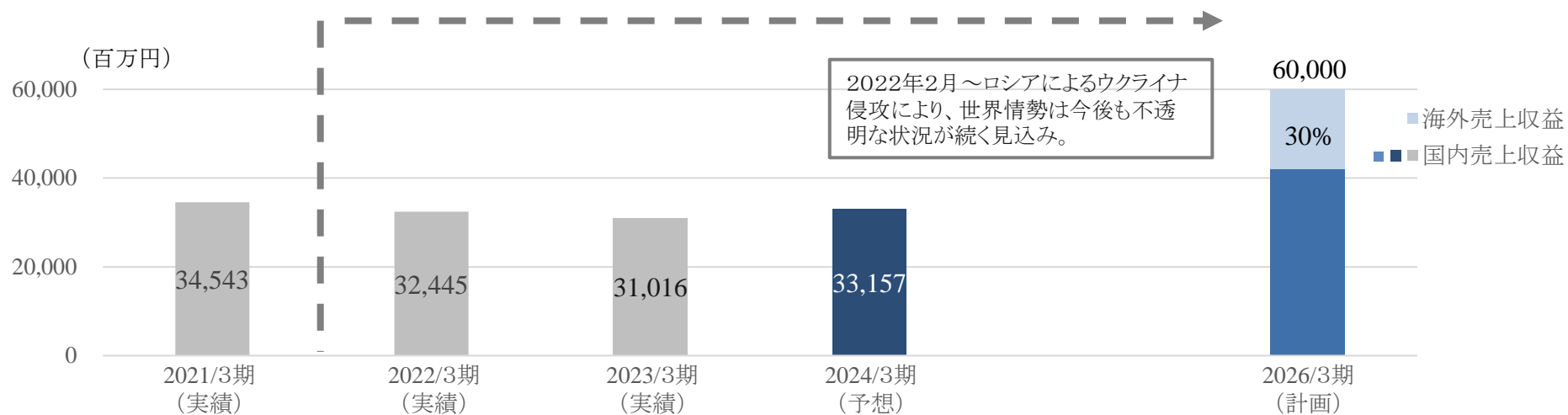
国内事業の新たな価値創造とグローバル展開の本格化により、当社グループ全体の安定成長を目指す

	2023/3期(実績)	2024/3期(予想)	2026/3期(計画)
1. 売上収益	310.1億円	331.5億円	600億円前後
2. 海外売上収益比率※1	—	—	30%前後
3. コアEBITDAマージン※2	15.0%	9.6%	20%前後
4. ROIC	5.0%	—	10%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

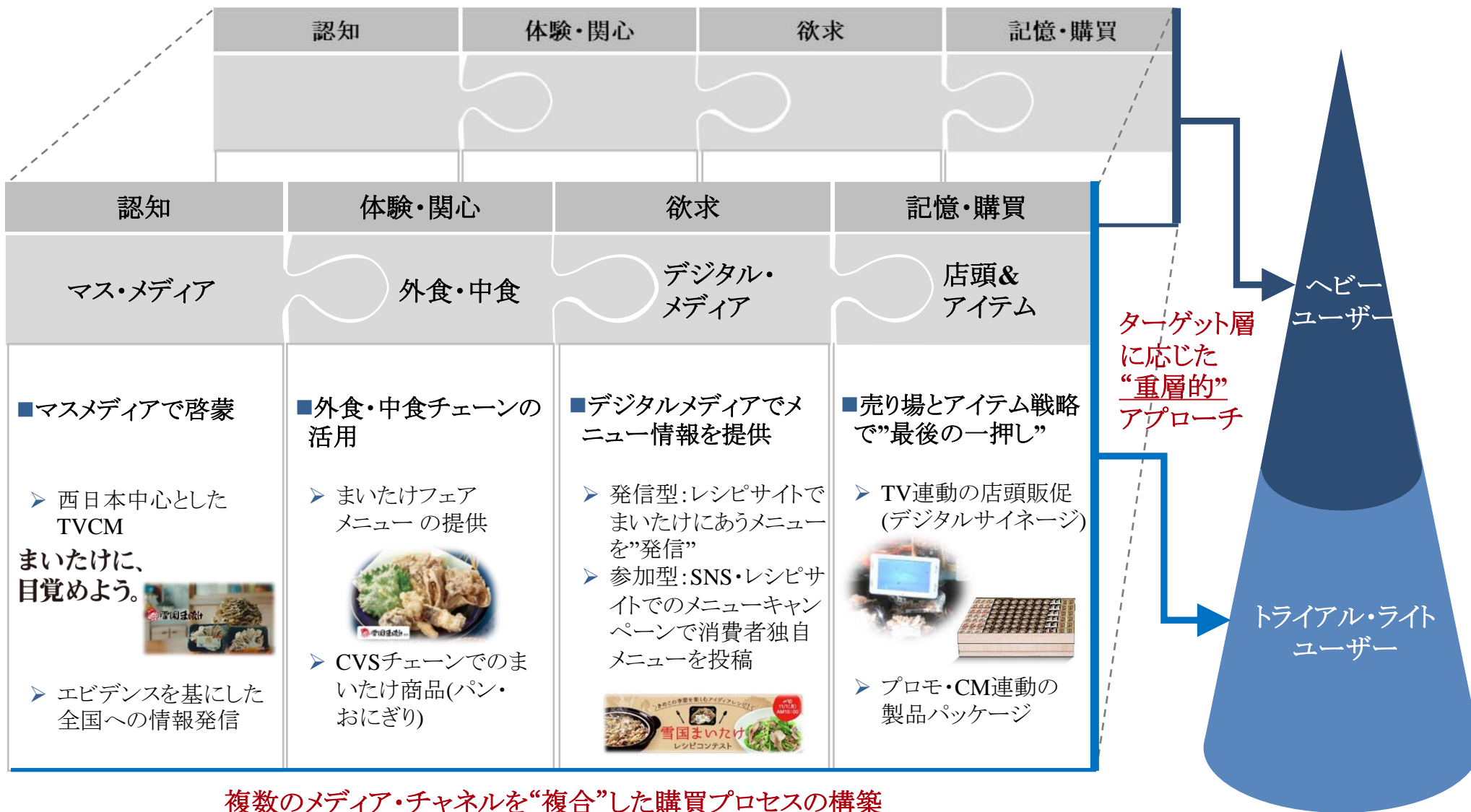


コアEBITDAマージン	2021/3期(実績)	2022/3期(実績)	2023/3期(実績)	2024/3期(予想)	2026/3期(計画)
コアEBITDAマージン	29.7%	23.3%	15.0%	9.6%	20%前後

# 基本方針A: 国内きのこ市場(まいたけ事業)①

ターゲット顧客層の異なる特徴に応じた”重層的”且つ”複合的”プロモーションを駆使し、ライトからヘビーユーザーまでの幅広い層を囲い込む

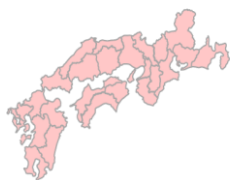
“多面的”な販売プロモーション戦略



# 基本方針A: 国内きのこ市場(まいたけ事業)②

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展開し、まいたけの圧倒的なNo1の地位を確立  
西日本は伸び代が大きいので、認知度を上げ、喫食機会を増やすことで、顧客をランクアップさせていく

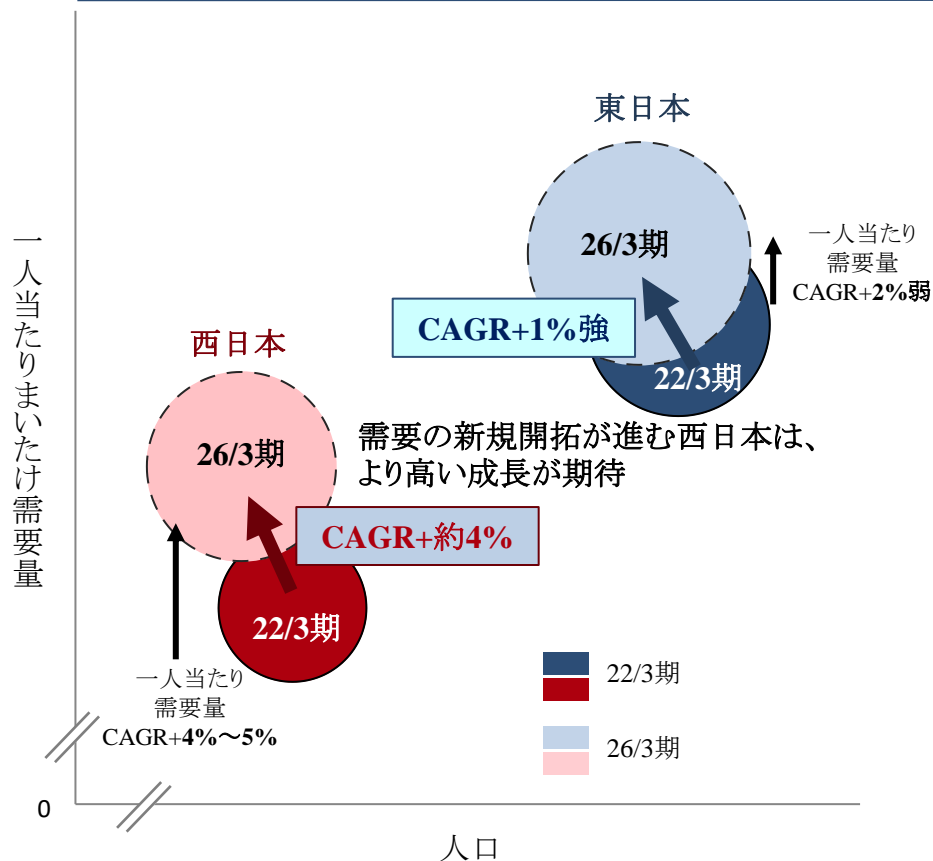
西日本



## ■ まいたけ需要の新規開拓

- 主なテーマ:  
需要創造
- 訴求ポイント:  
健康機能性訴求と共に、  
食べ方の啓蒙を、電波、  
デジタル、外食、中食等にて  
幅広く展開。調理方法、その  
簡便性、実際の喫食シーンの  
提供、を推進し当社の認知率  
向上にも繋げる

東西エリア別まいたけ市場規模の変化のイメージ\*



\* バブルチャートの面積は需要量を表している

東日本



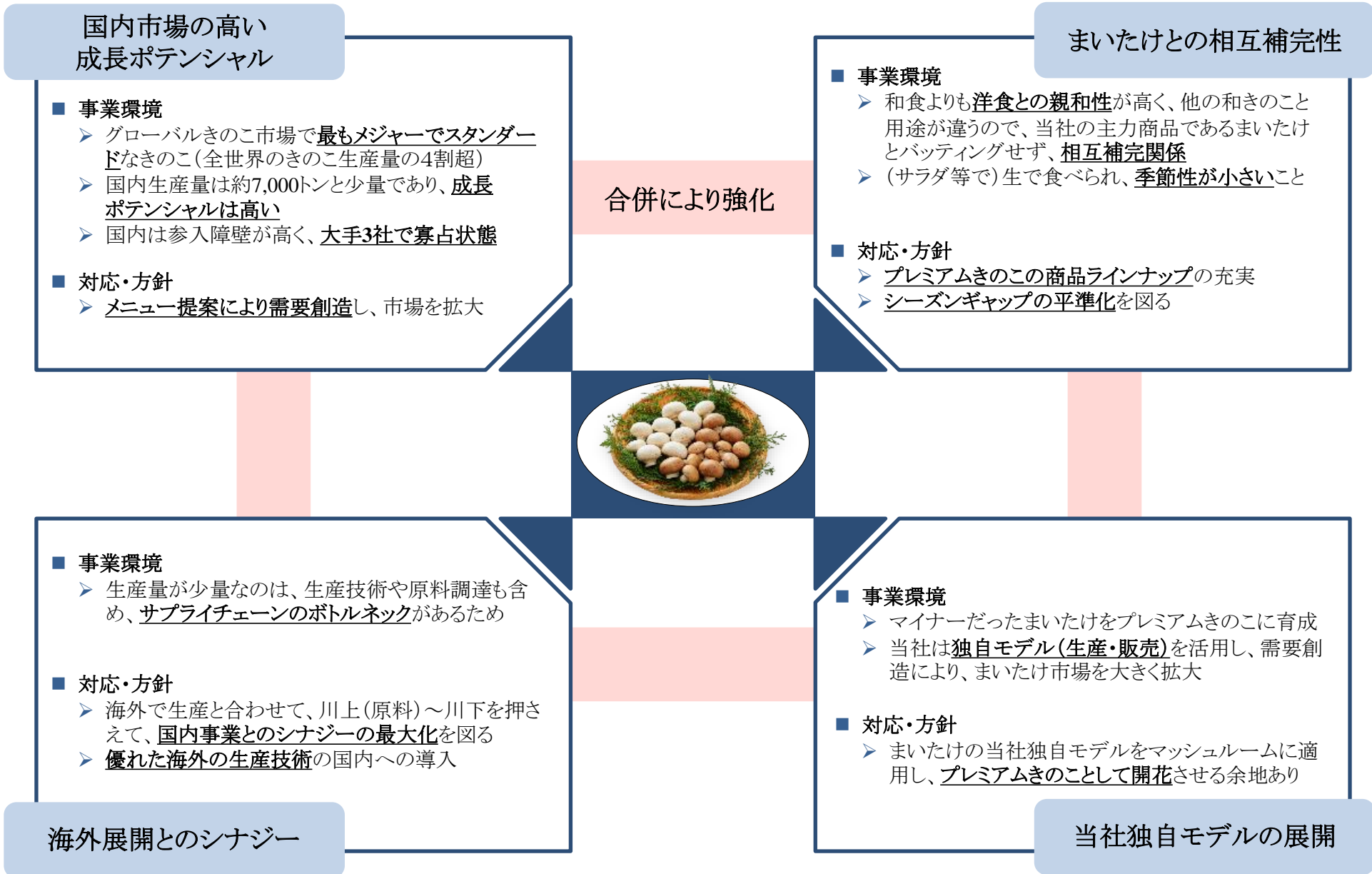
## ■ 更なるまいたけ需要の深化・深掘り

- 主なテーマ:  
需要のランクアップ
- 訴求ポイント:  
健康機能性を多面的に発信し、  
「MYメニューに毎日、まいたけ」  
をコンセプトに『まい足し®』の  
キャッチコピーで、年間通して、  
シーズンギャップのない食材  
へと成長



# 基本方針A: 国内きのこ市場(マッシュルーム事業)

2023年4月1日、三蔵農林を吸収合併を行い生産部門に組み込むことで、当社独自の生産・販売における強みを活かし、マッシュルーム事業をさらにドライブさせる





## 基本方針B： 生産技術の革新による原価低減

ユーティリティ費、労務費、原材料費の持続的な原価低減に積極的に取り組む  
代替エネルギー利用などを通じ、エネルギー効率を最大化し環境負荷を低減

### 対応・方針

#### 生産工程FA化



- 原価低減につながる生産工程FA化に向けた設備投資
- 植菌、収穫、包装などの生産工程のさらなる最新FA化技術の導入を進め、高効率工場に進化させることで、コスト削減や省人化を通じた生産性の向上
- まいたけにおいて、今後5年間の最大目標として、対象工場(生産・包装工程)の3割程度(150人超)の人員を削減することを目指す

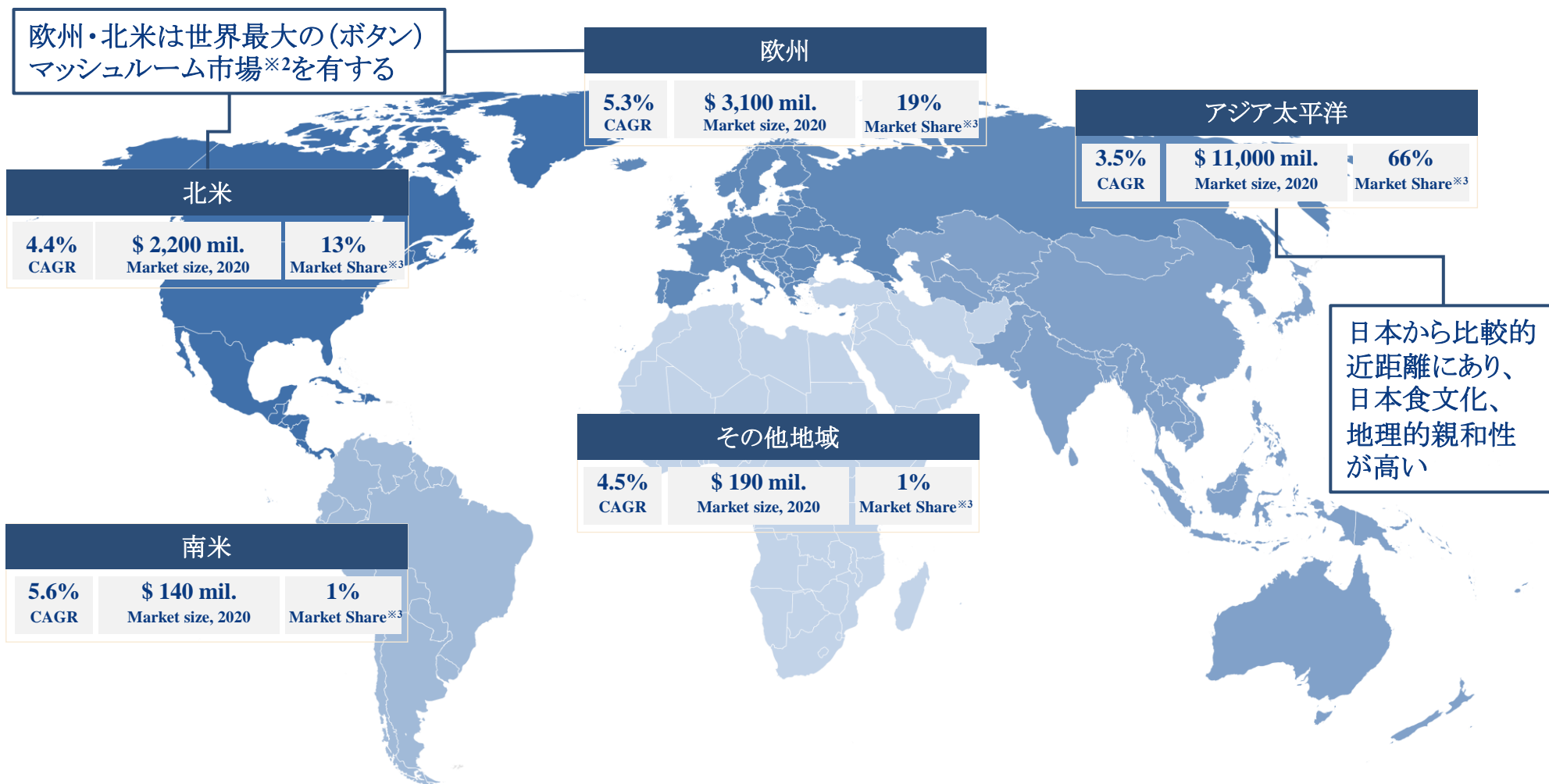
#### エネルギー効率 最大化



- 省エネルギー施策導入に向けた設備投資
- 代替エネルギー利用などを通じ、エネルギー効率の最大化と、環境負荷の低減に注力
- LNG化、太陽光発電、LED照明など、省エネルギー対策実施
- 将来のエネルギー価格高騰などへ対応
- CO<sub>2</sub>排出量を削減し、環境に配慮したサステナブルな生産体制を実現

# 基本方針C：グローバル展開(市場規模)

消費者の健康意識の高まりを受け、世界のきのこ生産量は今後、約4%のCAGR<sup>※1</sup>で安定成長が見込まれる



※1 本ページのCAGRは2020年から2025年までの年平均成長率  
 ※2 (ボタン)マッシュルームは全世界のきのこ生産量の4割超を占める  
 出所：外部調査レポートのデータ及び当社分析  
 ※3 “Market Share”は、グローバル市場における各地域の比率を指す

# 基本方針C: グローバル展開(対応・方針)

ASEANと欧米では異なる戦略方針に基づき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 → 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

目標

当社製品の生産・販売の自社基盤の構築

ASEAN



推定市場規模※1

2,400億円

### ■ 基本戦略

- リサーチを進めてきた**ASEANが対象地域**
- 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
- 当該地域で**生産拠点を設置**すべく、全社を挙げて推進

目標

きのこ栽培及び周辺領域での事業機会の獲得

北米



欧州



推定市場規模※2

5,800億円

### ■ 基本戦略

- きのこ栽培及び周辺領域(川上～川下)での事業機会を対象
- **事業基盤**や**経営資源**(経営人材、ネットワーク)を獲得
- 欧米地域での当社事業・製品の**参入戦略を検討**
- **優れた技術**:生産、R&D、新規事業や**製品**:品質・コストを日本・ASEANに展開し、グループの競争力を飛躍的向上

## 【欧米地域 → ASEAN】

- 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)

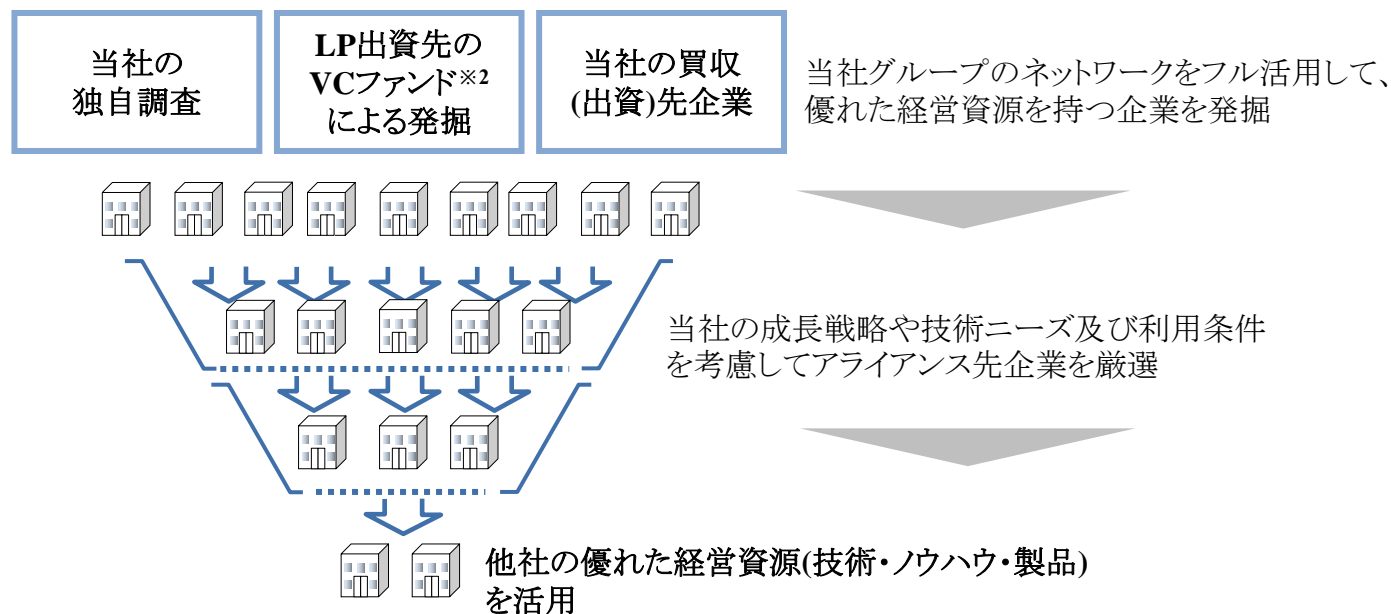
※1 外部調査レポートのデータ及び当社分析

※2 1ドル=110円で換算



# オープンイノベーションの活用

他社の優れた経営資源を柔軟に活用して、プロセスと製品の両イノベーションによる中長期的な成長ポテンシャルを追求※1



### プロセス・イノベーション

可能性を追求する分野

ビジネス・プロセス

- R&D
- 生産
- 販売
- 管理

- DX
  - ▶ビッグデータ、AI技術の活用による分析精度の高度化、及び省人・自動化等
- アグリテック
  - ▶未利用資源の活用、培養・栽培の新技术、育種技術の獲得及び研究開発力の強化

技術

ノウハウ

人材・ネットワーク

### 製品・イノベーション

可能性を追求する分野

製品

A製品	B製品	C製品
D製品	E製品	F製品
G製品	H製品	I製品

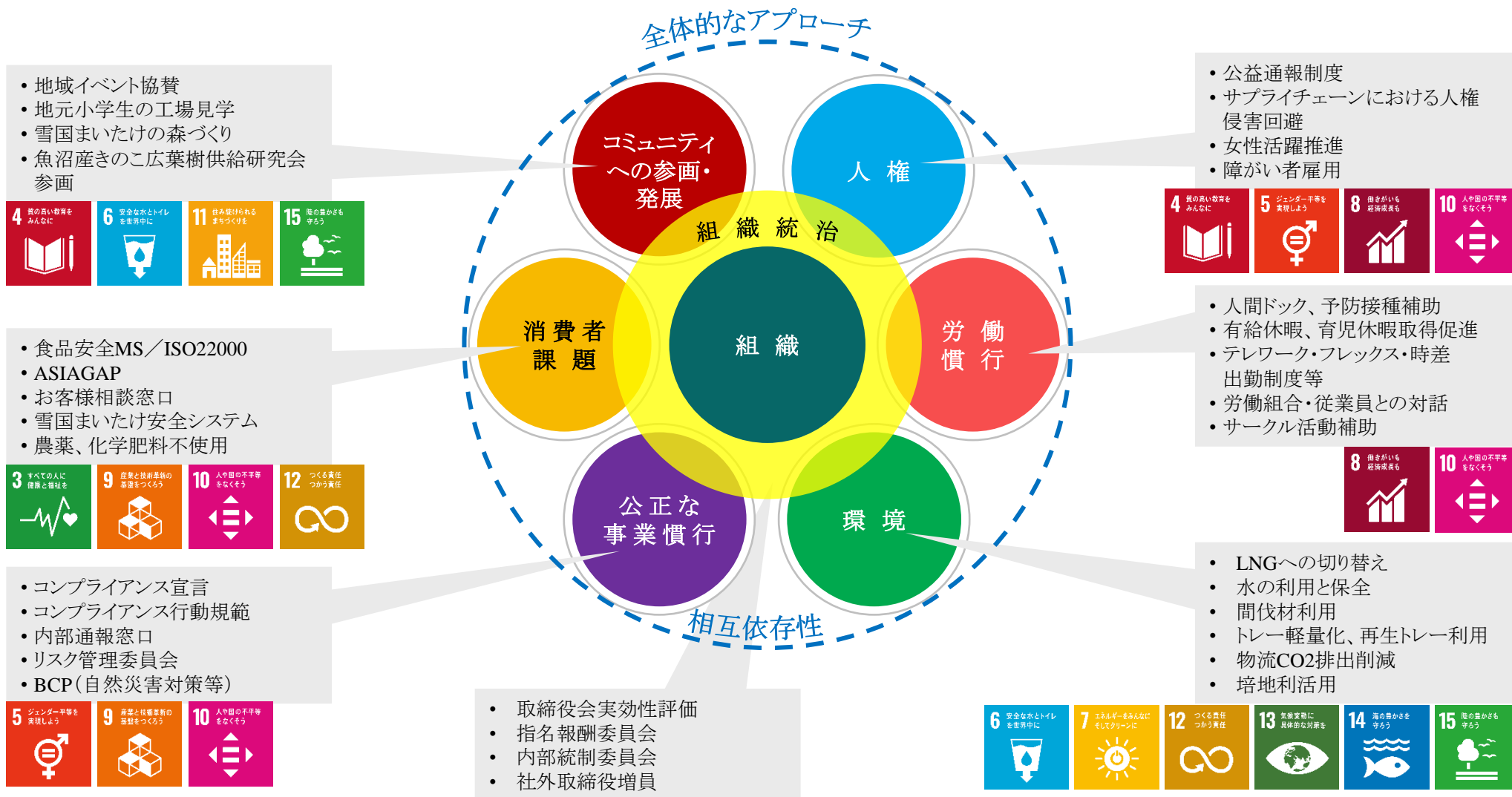
X軸

- 代替素材
  - ▶代替タンパク源、代替皮革、パッケージ、建築、インテリア等
- 加工食品
  - ▶製菓製パン、飲料、調味料等
- 茸関連
  - ▶新たな茸(新菌)・茸周辺製品の獲得及び研究開発力の強化

※1 オープンイノベーションの効果は新中期経営計画の計画値に含まれていない  
 ※2 SBIインベストメントのベンチャーキャピタル・ファンドにLP出資を実施(2021年9月30日)

ESG戦略として、7つの中核主題、SDGs目標に取り組むことで、当社のサステナビリティを高め、社会的責任を果たしていく

## ISO26000:7つの中核主題に対する当社実施状況



出所:ISO(国際標準化機構)のフレームワーク、SDGs目標を基に当社作成



# ESG戦略のロードマップ

2022年6月末にTCFD提言に沿った開示、サステナビリティ方針、価値創造プロセスをロードマップに沿って公開  
マテリアリティの特定やTCFDシナリオ分析を進め、ESGの取り組み強化と情報開示拡充を図る

ESG開示のスケジュール(2022年3月期～2024年3月期)



## 統合報告(IIRC)

## 気候関連開示(TCFD)

## その他

22/3期

24/3期

### 【企業価値の整理・発信】

- 価値創造プロセス
- サステナビリティ方針

### 【統合報告に向けたESG開示】

- マテリアリティ特定
- ビジネスモデル・バリューチェーン
- SDGsの経営目標への組み入れ
- ダイバーシティ

### 【統合報告開示】

- 統合報告の編纂
- 収集した非財務情報を財務戦略と統合させた開示

### 【TCFD開示に向けたデータ収集】

- TCFD賛同
- GHG測定
- 削減目標設定
- CG報告書への記載

### 【TCFD開示情報の拡充】

- TCFD開示拡充
- リスク管理と戦略
- シナリオ分析

### 【TCFD開示のブラッシュアップ】

- シナリオ分析の強化

### 【ESG開示に向けた棚卸】

- 各担当部門より情報収集
- ESG開示強化に向けたマインドセット

### 【ESG開示情報の拡充】

- FTSE・MSCI・SFDRなどの評価軸を基に検証・データ収集
- ESG格付向上施策

### 【ESG経営の促進】

- アクションプランの実効性評価・検証

### 【ESGブランディング】

- ESGブランディングのコンテンツ強化



---

4

參考資料

---



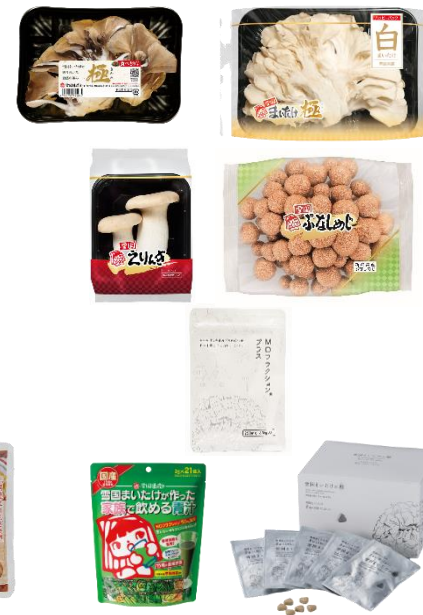


# 雪国まいたけグループの概要

## 株式会社雪国まいたけ



代表者	湯澤 尚史
設立年月	1983年7月
本社所在地	新潟県南魚沼市
証券コード	1375
上場市場	東京証券取引所市場プライム市場
発行済株式数	39,910,700株
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)
事業内容	まいたけ、エリンギ、ぶなしめじの生産販売 及びきのこの加工食品の製造販売



## 瑞穂農林株式会社



京都府京丹波町での  
本しめじ、はたけしめじの  
生産販売



## 株式会社三蔵農林※2



岡山県牛窓町でのマッシュルームの  
生産・販売

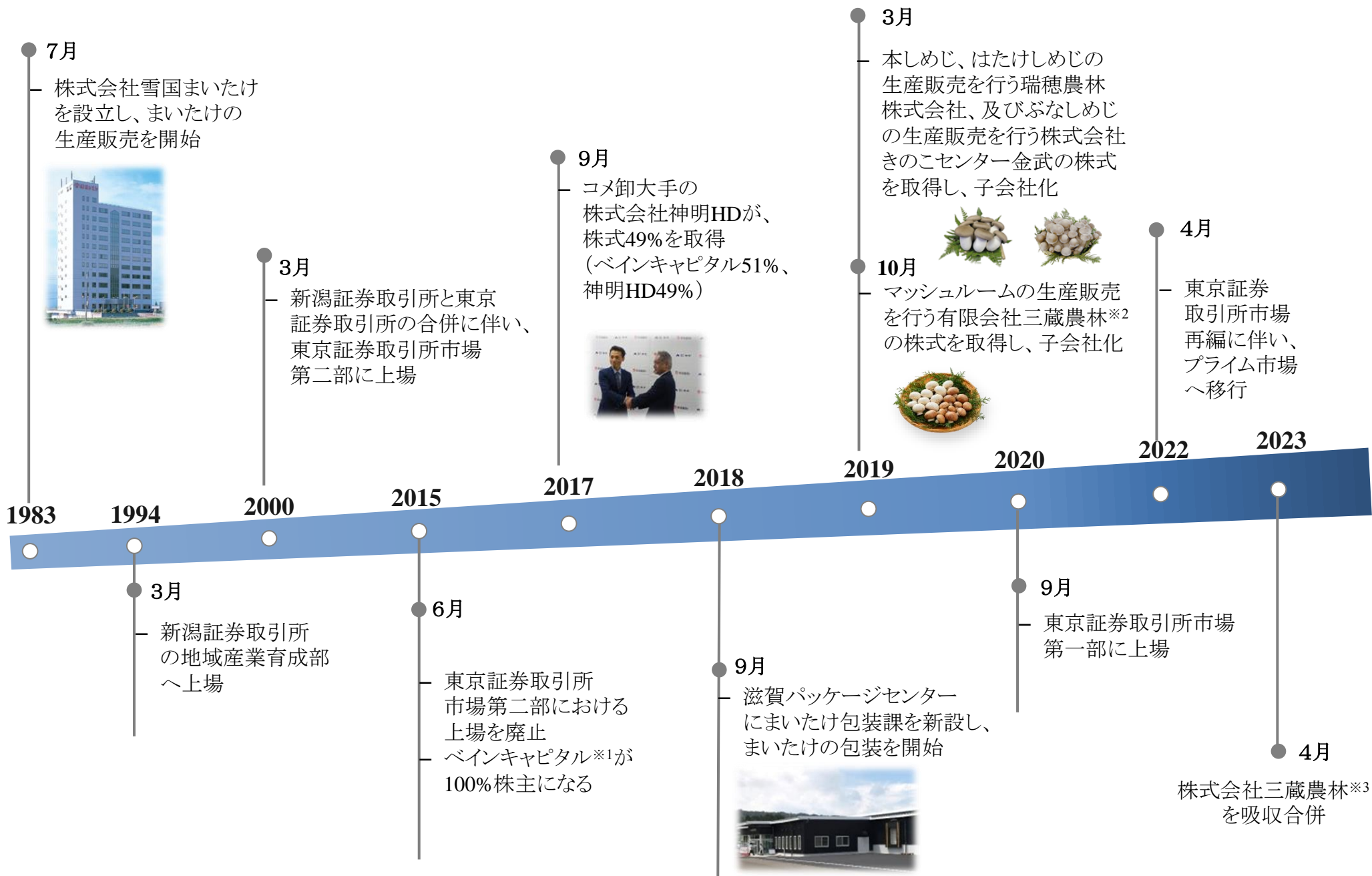


※1 従業員数は就業人員であり、社員数(当社から社外への出向者を除き、社外から当社への出向者含む)と、臨時雇用者数(パートタイマー、人材会社からの派遣社員、季節工を含む、最近1年間の平均人員数)で構成  
 ※2 2023年4月1日付で吸収合併を行い、「岡山バイオセンター」へ名称変更





# 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(見つければ)”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

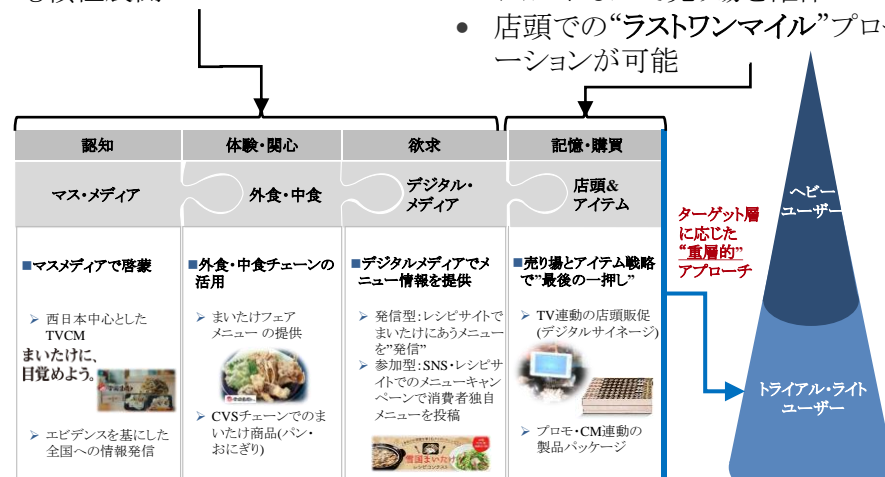
顧客層の違いに応じたきめ細かな立体的マーケティング

- 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

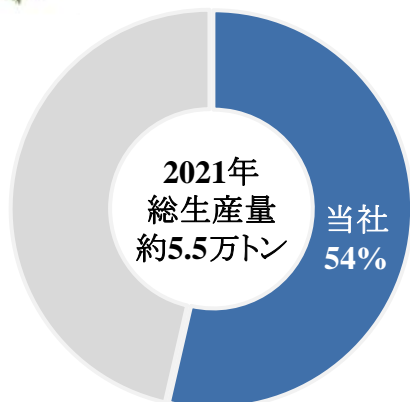
※3 健康食品等は、その他事業に分類



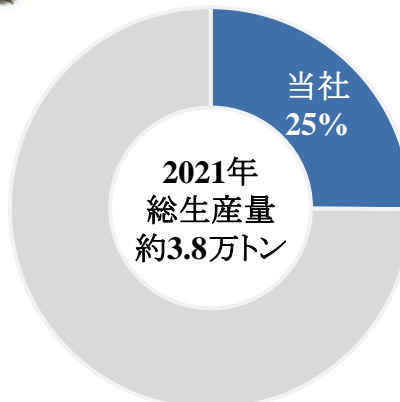
まいたけをはじめ、展開する各きのこのマーケットにおいて高いシェアを獲得



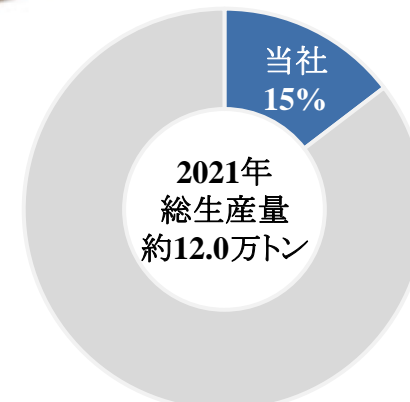
まいたけ



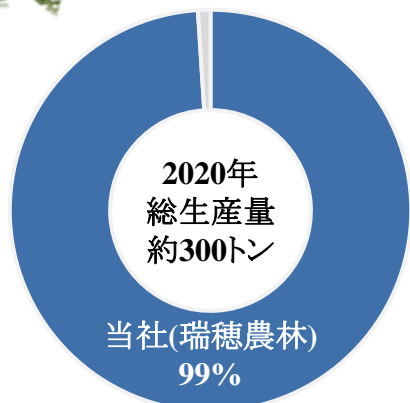
エリンギ



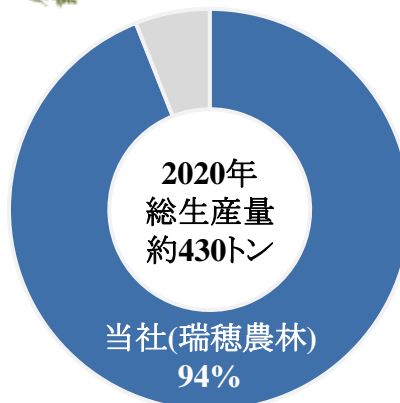
ぶなしめじ



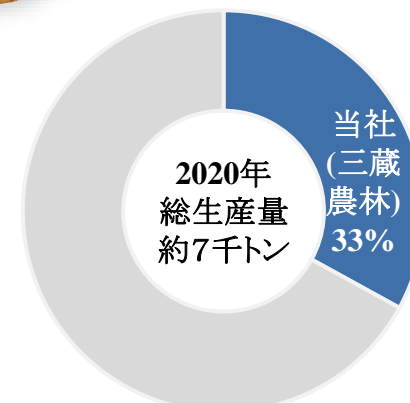
本しめじ



はたけしめじ



マツシユルム

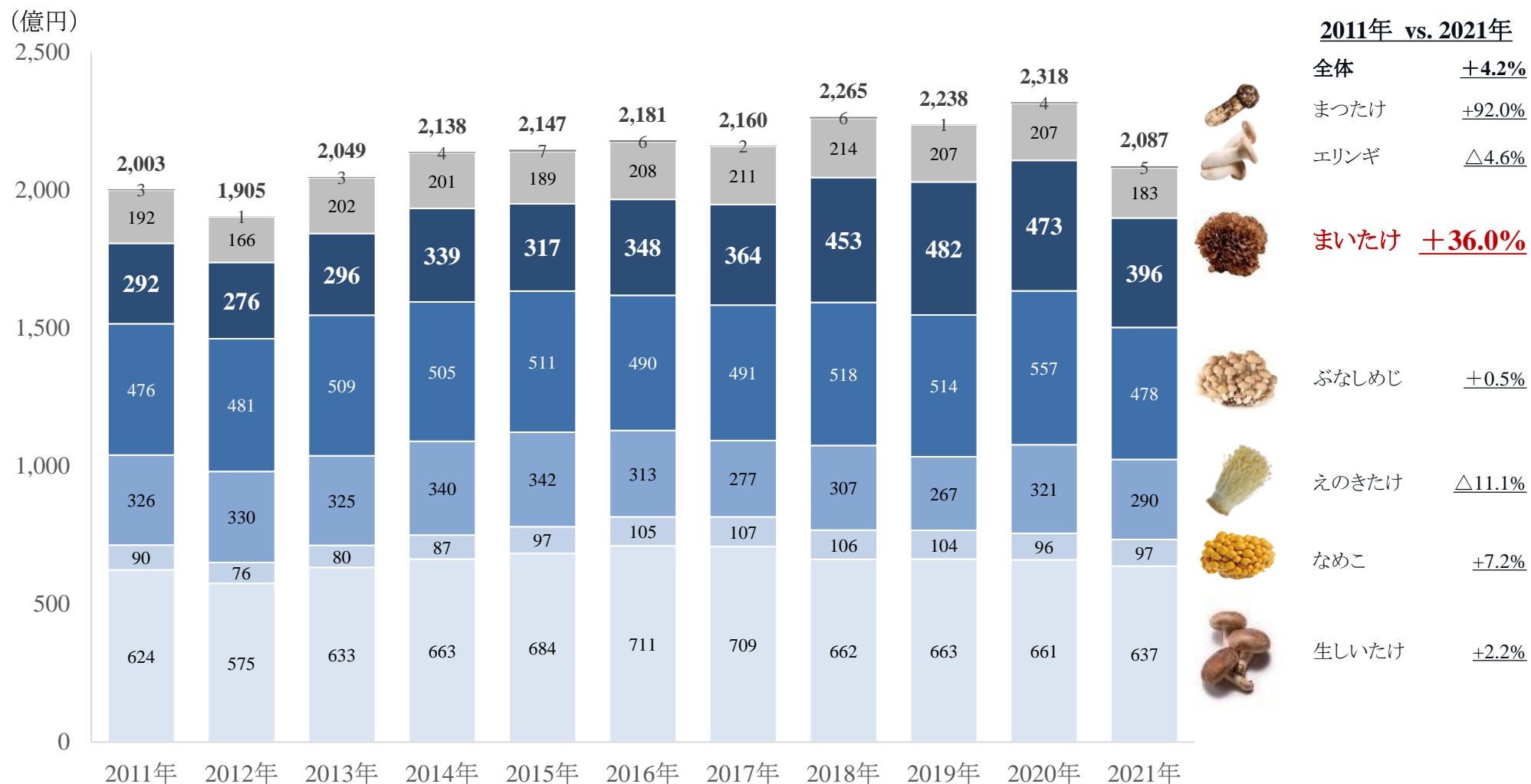


※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)  
出所: 林野庁特用林産物生産統計調査、農林水産省地域特産野菜生産状況調査



# 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  
**2021年は各きのこの市場単価が下がり、市場規模は前年比9.9%減少**



※ 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

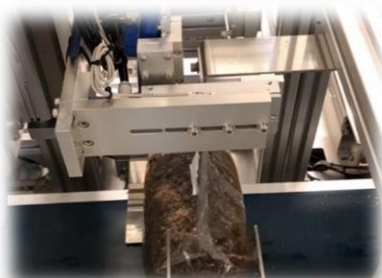
## 安定した生産能力・収穫・品質

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

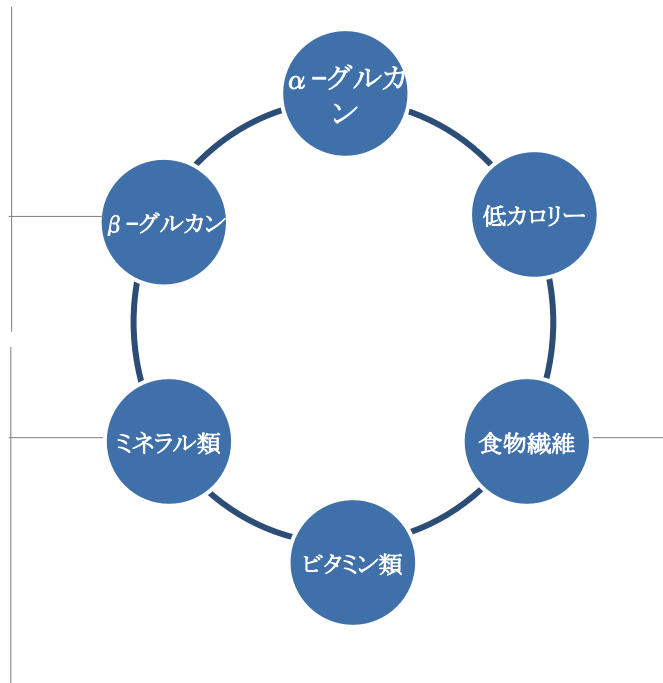
- ※1 ・ He et al. 2017 Int. J. Biol. Macromol. 101: 910-921.
- ・ Wesa et al. 2015 Cancer Immunol Immunother 64: 237-247.
- ・ Masuda et al. 2013 Int. J. Cancer 133: 108-120.

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

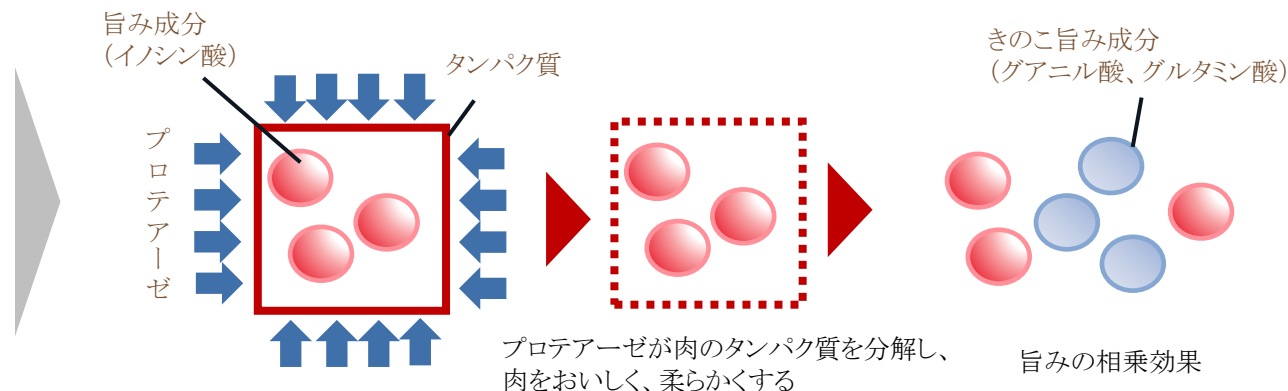
## タンパク質分解酵素(プロテアーゼ)

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。

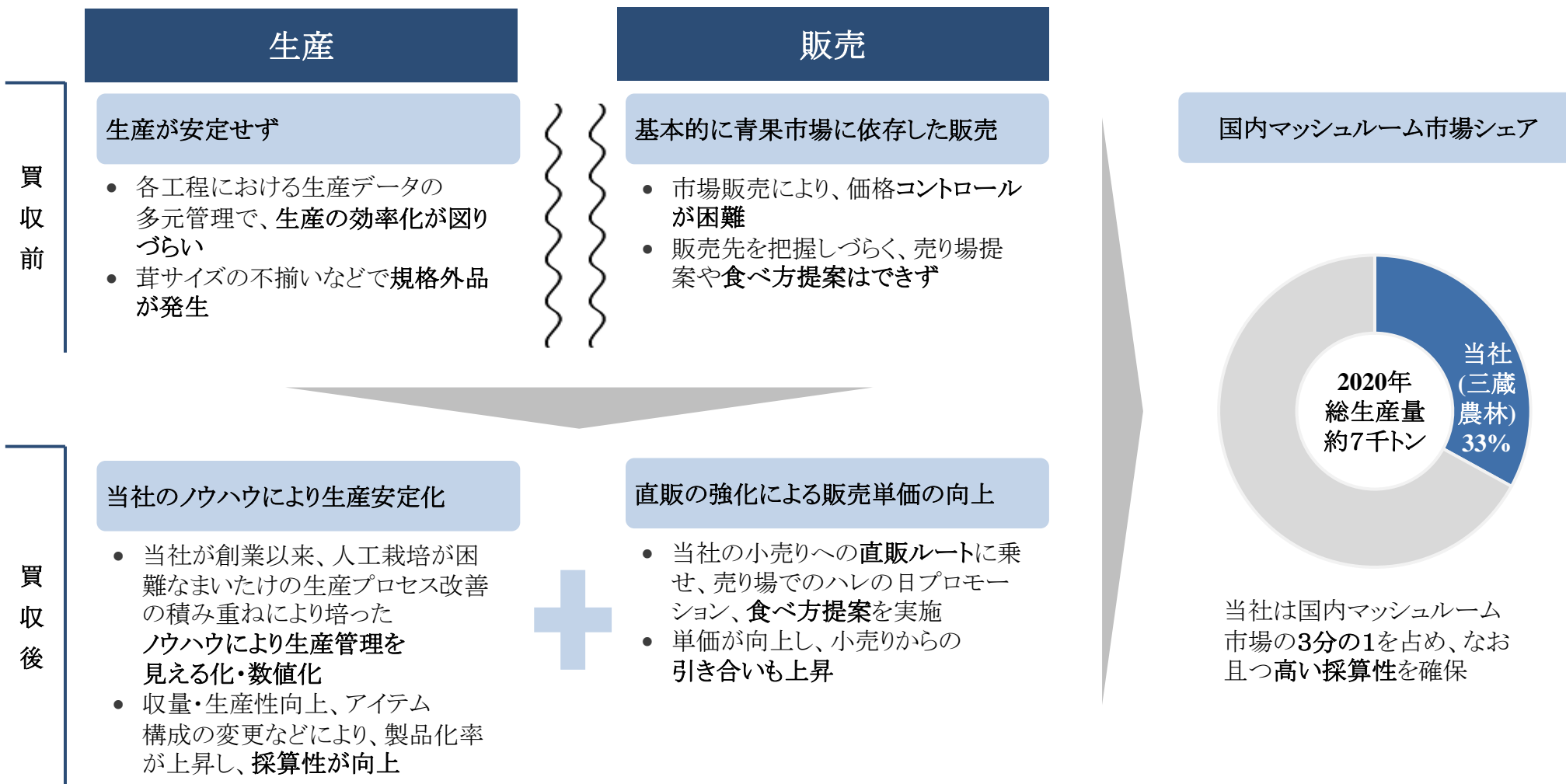


プロテアーゼが肉のタンパク質を分解し、肉をおいしく、柔らかくする

旨みの相乗効果



当社がマッシュルーム生産の三蔵農林を子会社化後、生産管理を徹底し、大規模・安定生産を実現  
買収後の子会社PMIを成功させた経験を今後の新たな子会社経営に活かしていく

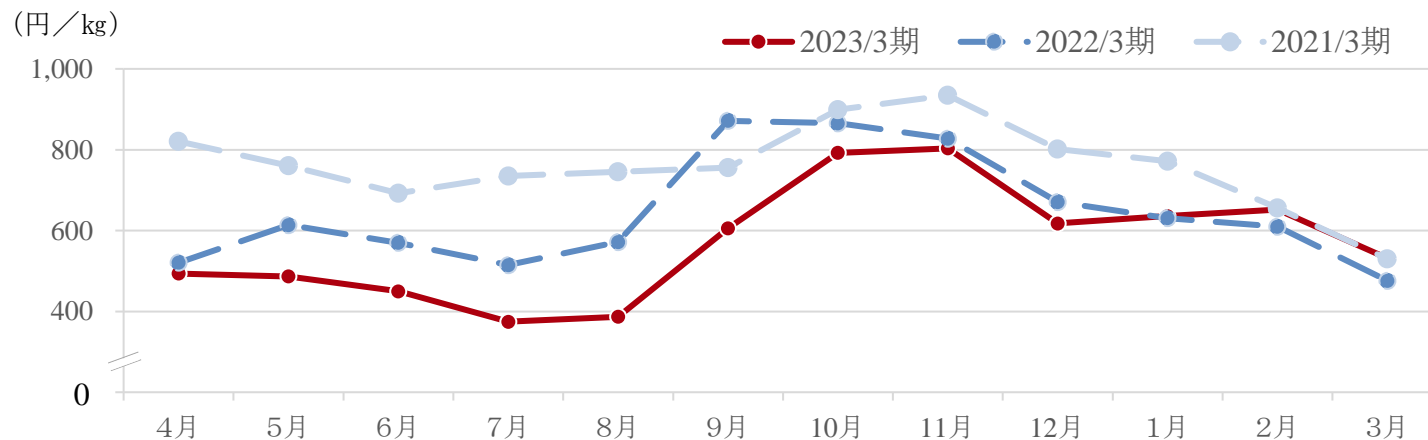


※1 2023年4月1日付で吸収合併を行い、「岡山バイオセンター」へ名称変更



# 外部環境 市場取引単価の推移

まいたけ

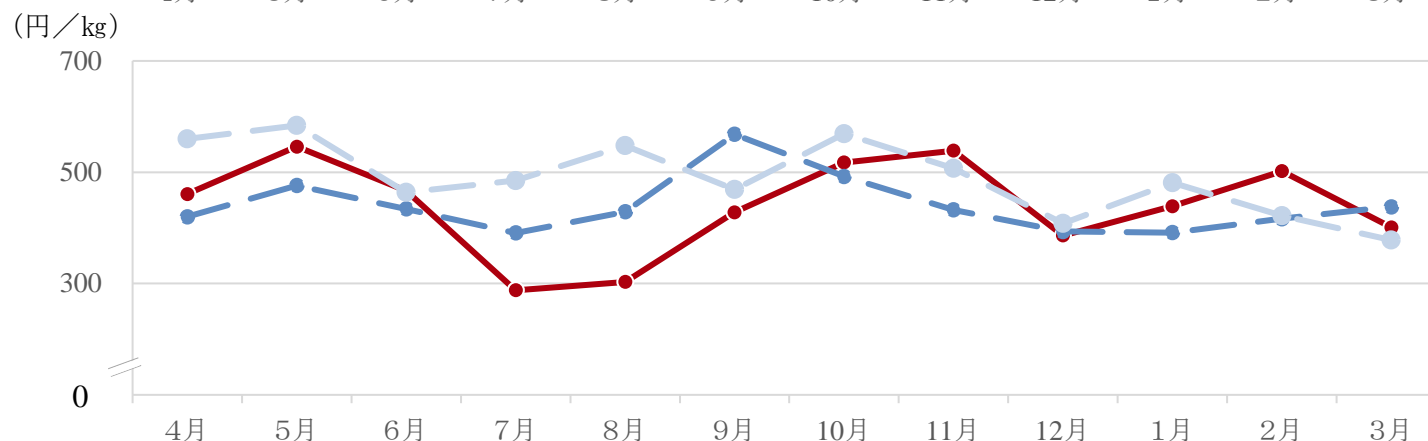


加重平均単価(円)

通年

2023/3期	582
2022/3期	647
2021/3期	762

エリンギ

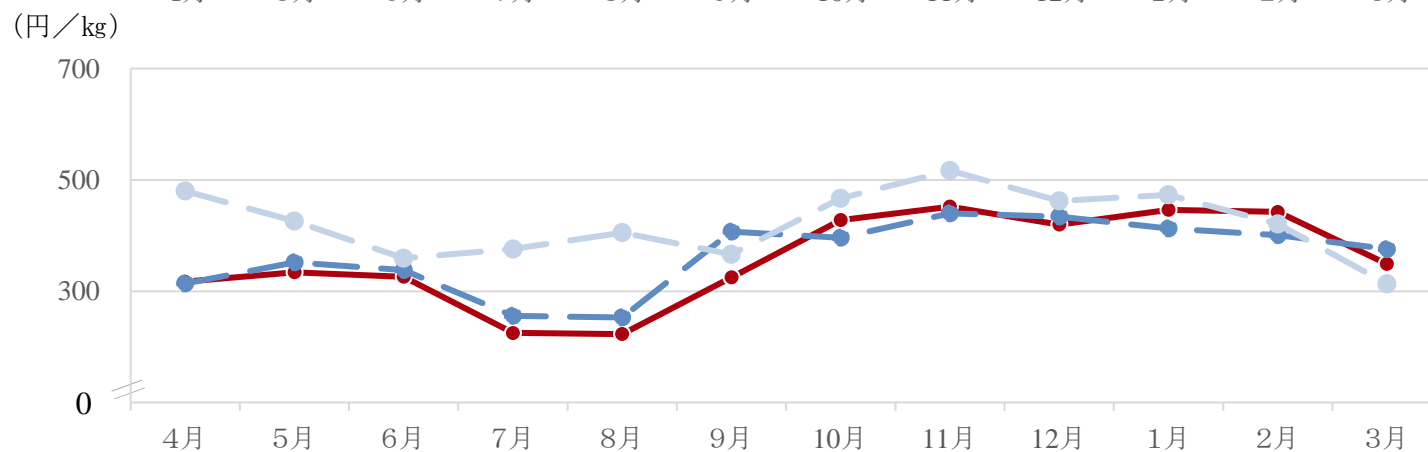


加重平均単価(円)

通年

2023/3期	434
2022/3期	439
2021/3期	486

ぶなしめじ



加重平均単価(円)

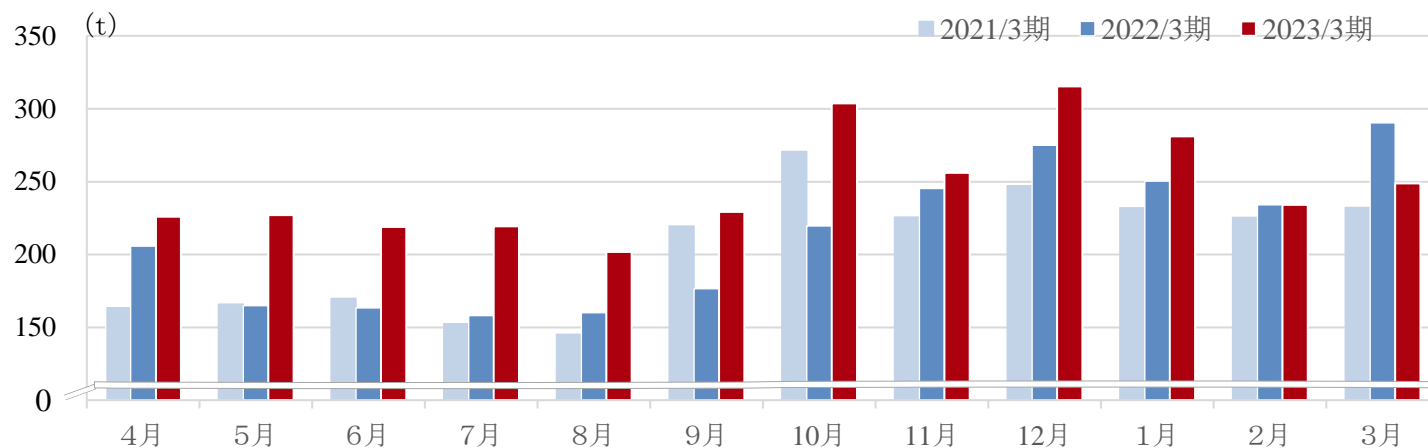
通年

2023/3期	363
2022/3期	370
2021/3期	422



# 外部環境 市場販売量の推移

まいたけ

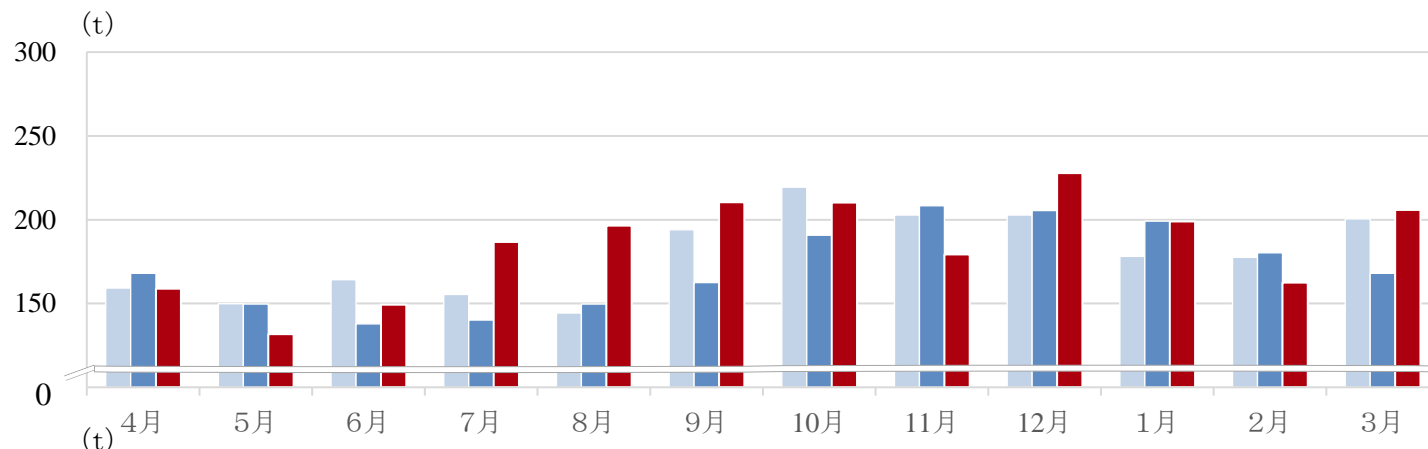


市場販売量(t)

通年

2023/3期	3,016
2022/3期	2,543
2021/3期	2,452

エリンギ

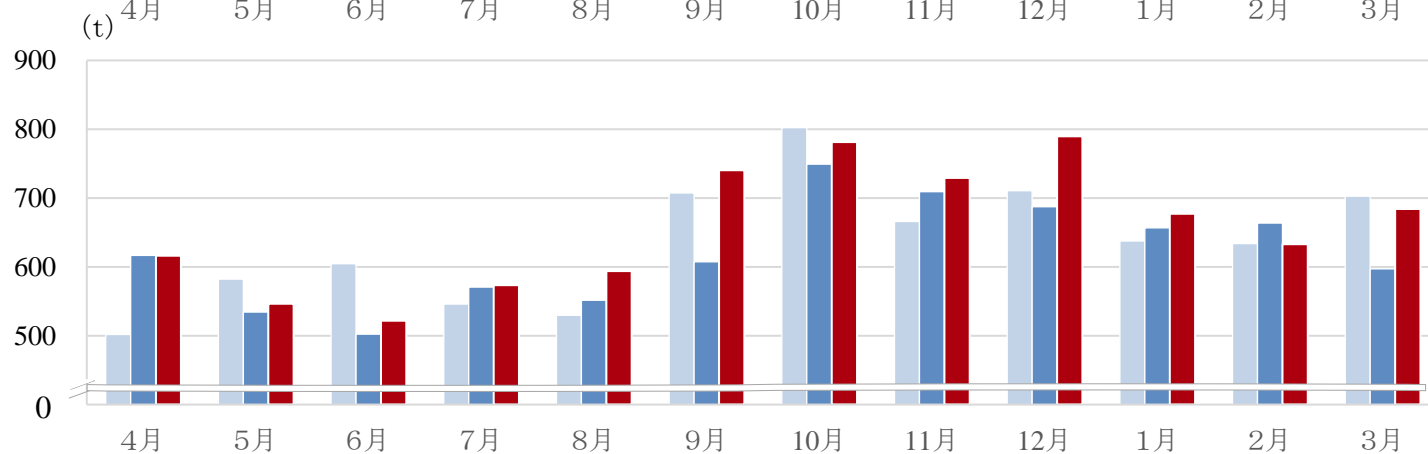


市場販売量(t)

通年

2023/3期	2,217
2022/3期	2,060
2021/3期	2,148

ぶなしめじ



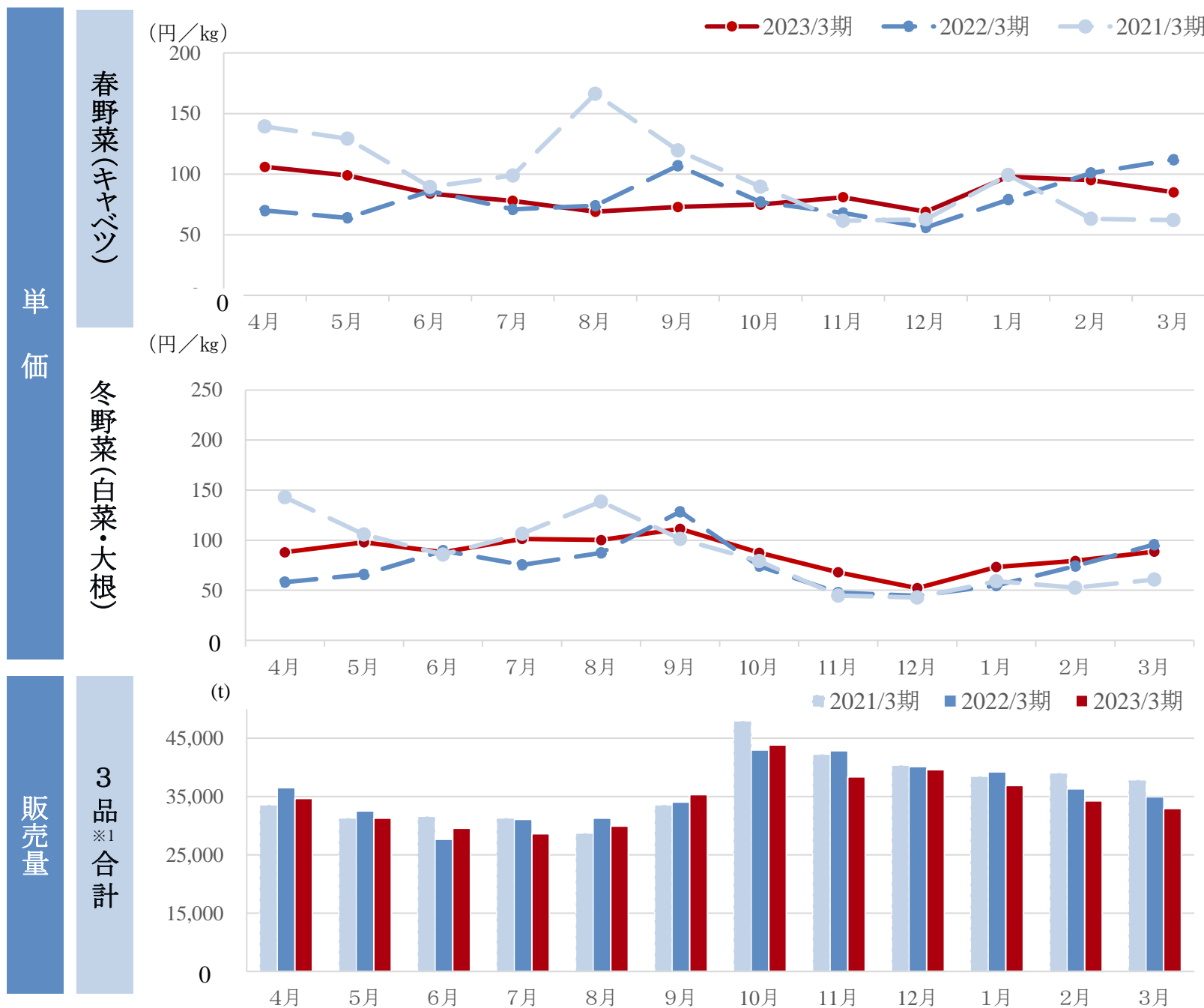
市場販売量(t)

通年

2023/3期	7,887
2022/3期	7,448
2021/3期	7,626



# 外部環境 季節野菜の市場取引推移



加重平均単価(円)

通年

2023/3期	84
2022/3期	80
2021/3期	99

加重平均単価(円)

通年

2023/3期	83
2022/3期	71
2021/3期	78

市場販売量(t)

通年

2023/3期	415,476
2022/3期	429,335
2021/3期	435,969

※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

直近の業績とキャッシュフローの状況を鑑み減配を実施しつつ、中期的成長に必要な投資のための資金を確保し企業価値向上を目指す

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		<b>67.5%</b>
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	1円00銭
		期末配当	1円00銭
	配当性向		<b>65.4%</b>

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

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)

優待内容

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

贈呈時期  
及び方法

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