



2025年3月期 第2四半期
決算説明資料

2024年11月7日

株式会社雪国まいたけ
東証プライム市場:1375



AGENDA

1. 2025年3月期 第2四半期 決算概要
2. 2025年3月期 業績予想
3. サステナビリティ
4. 中期経営計画(2024年3月期～2028年3月期)
5. 財務方針と株主還元
6. 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

2025年3月期 第2四半期 決算概要



当期は、売上収益・コアEBITDAが対前年同期、対計画ともにアウトパフォームした

外部環境

- きのこ市況においては、きのこの種類ごとに差はあるものの、全体として量と単価は落ち着いた状況が継続した
- 天候影響により、一部の夏野菜で価格上昇がみられ、野菜相場全体としても前年を上回る推移をした
- 前四半期に引き続き物価高や野菜相場高の影響による消費者の節約志向、それによる選別消費が継続した
- インフレ環境の継続は原価単価を押し上げ、加えて労働環境の変化は労務費の上昇をもたらしている


当社の対応

- 前四半期に引き続き複数SKUを活かし、外部環境やニーズに合った商品提案を行い、前年同期、計画ともに上回る単価水準を実現した
- 季節のイベントに合わせて商品ラベルと売場を連動させることで、消費者の購買意欲を刺激し、売上拡大を図った
- 夏に合う簡単さっぱりメニューの売場での提案やSNSにてやみつきレシピを発信することで非需要期における認知向上を図った
- 価格重視戦略に伴う数量抑制により、販管費含むコストの低減を図った

総括

売上収益
149.8億円

- 対前年同期
+15.3億円
(+11.4%)

- 対計画 

コアEBITDA
13.7億円

- 対前年同期
+4.6億円
(+51.6%)

- 対計画 



連結損益計算書(第2四半期)

当第2四半期は、対前年同期で増収増益

当期(2025/3期)
第2四半期累計

前期(2024/3期)
第2四半期累計

| (百万円) | 実績 |
|-------------------|--------|
| 売上収益 | 14,988 |
| 公正価値変動による利得 | 6,566 |
| 収益合計 | 21,555 |
| 材料費、人件費等 | 10,867 |
| 公正価値変動による利得 | 5,156 |
| 売上原価 | 16,023 |
| 売上総利益 | 5,531 |
| 販売費及び一般管理費 | 4,139 |
| その他の収益 | 27 |
| その他の費用 | 103 |
| 営業利益 | 1,316 |
| 対売上収益 | 8.8% |
| 対収益合計 | 6.1% |
| 税引前四半期利益 | 1,174 |
| 親会社の所有者に帰属する四半期利益 | 741 |
| 【参考数値】 | |
| コア営業利益※1 | 201 |
| コアEBITDA※1 | 1,370 |
| コアEBITDA マージン※1 | 9.1% |

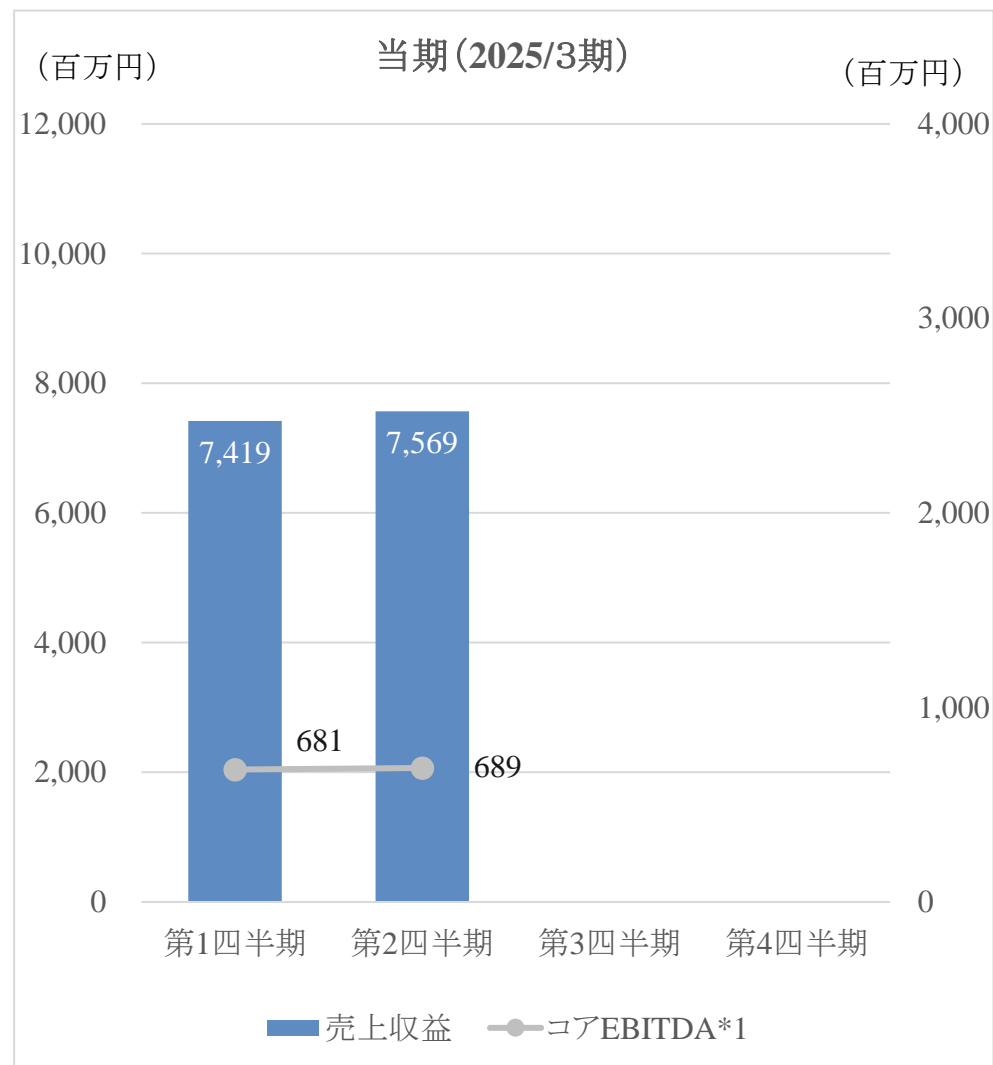
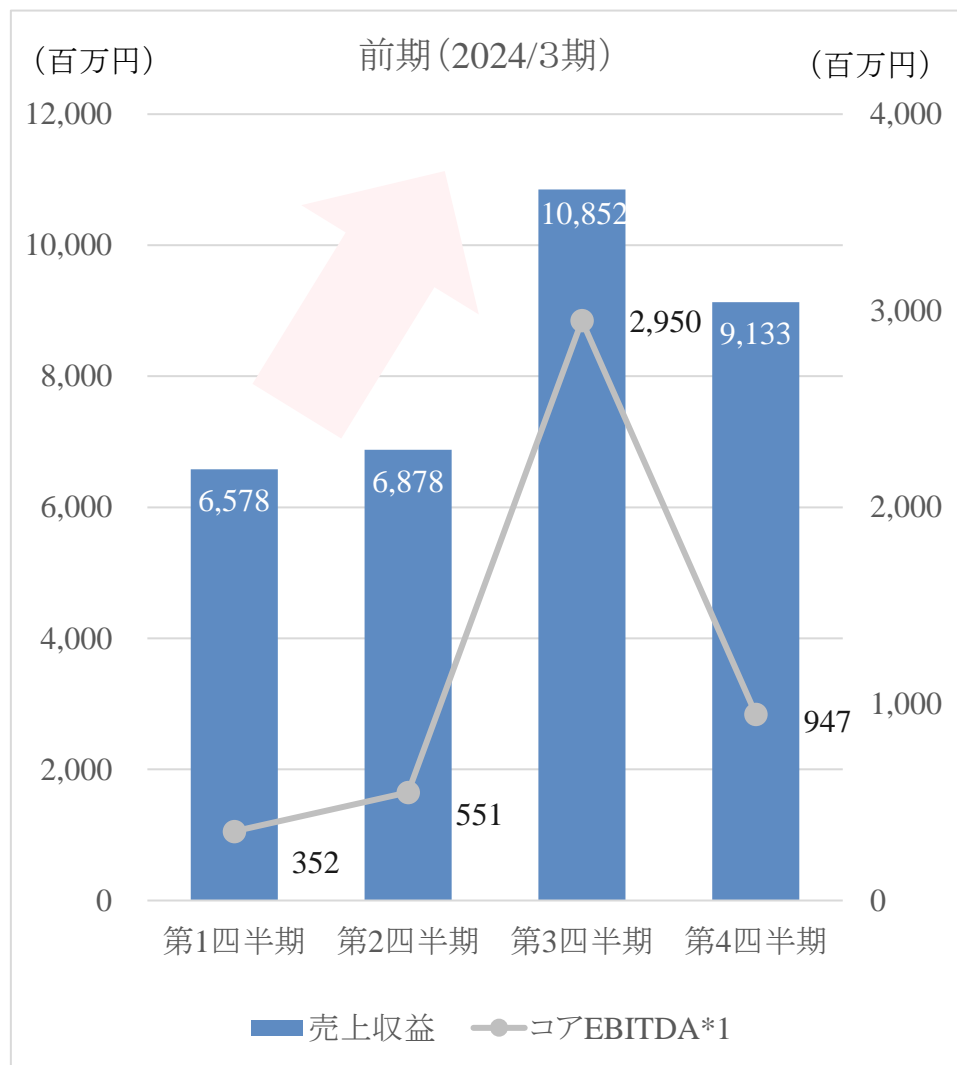
| 増減(対前年同期) | | | |
|-----------|--------|--------|--|
| 実績 | 金額 | 率 | |
| 13,457 | +1,531 | +11.4% | |
| 5,349 | +1,217 | +22.8% | |
| 18,806 | +2,749 | +14.6% | |
| 9,967 | +900 | +9.0% | |
| 3,885 | +1,271 | +32.7% | |
| 13,852 | +2,171 | +15.7% | |
| 4,953 | +578 | +11.7% | |
| 3,871 | +268 | +6.9% | |
| 39 | △12 | △30.7% | |
| 51 | +51 | +99.8% | |
| 1,069 | +246 | +23.0% | |
| 8.0% | | | |
| 5.7% | | | |
| 864 | +310 | +35.9% | |
| 559 | +181 | +32.5% | |
| △179 | +381 | - | |
| 904 | +466 | +51.6% | |
| 6.7% | | | |

※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)

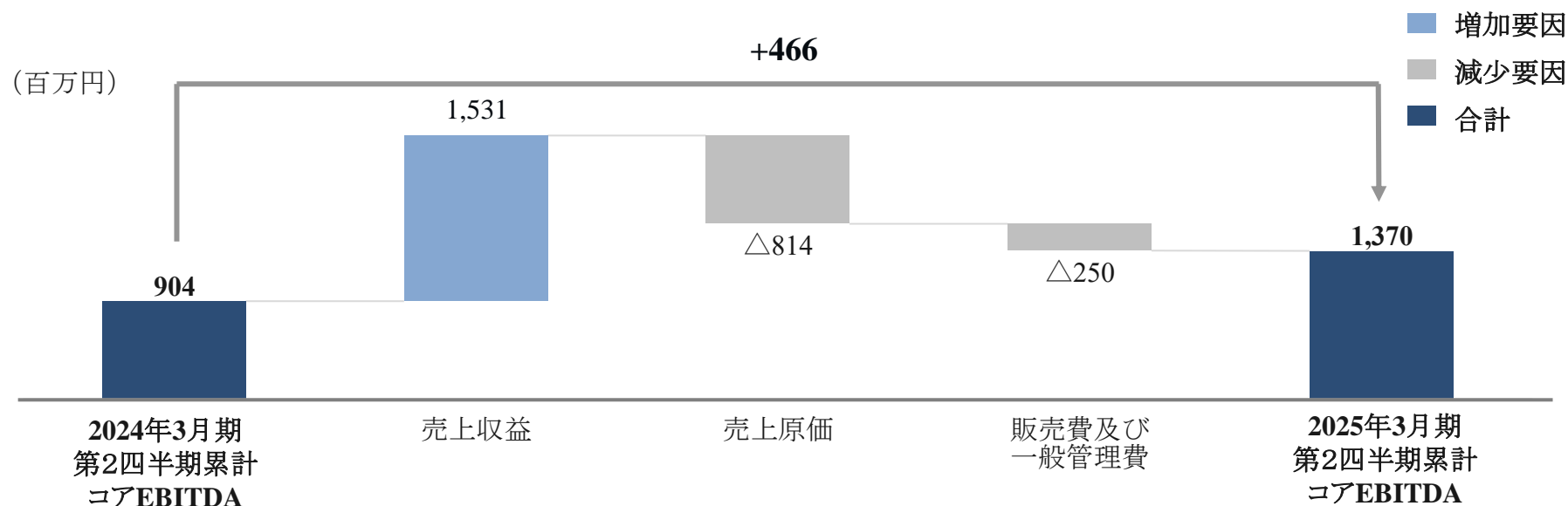
当第2四半期は、売上収益、コアEBITDAともに前年同期を上回る



※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)

売上収益の増加により、コアEBITDAも増加



外部環境

売上収益への影響要因

- ✓ きのこ市場全体の市場供給量の落ち着き
- ✓ インフレ環境における高価格販売への追い風
- ✓ 野菜の生産不良による市場価格上昇
- ✓ 消費者の節約志向の継続

売上原価への影響要因

- ✓ 不安定な世界情勢による先行き不透明感
- ✓ 円安傾向の継続
- ✓ インフレによる物価上昇
- ✓ 賃金の上昇トレンド

コアEBITDAの変動要因

売上収益の主な変動要因

- ✓ (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

コストの主な変動要因

- ✓ 原材料費の上昇
- ✓ 労務費の上昇
- ✓ 但し販管費率は低減



セグメント別売上収益

全てのセグメントにおいて前年同期で増収
その他茸における海外事業の割合は約40%

| (百万円) | 前期(2024/3期) 第2四半期累計 | | 当期(2025/3期) 第2四半期累計 | | 増減 | |
|---------|------------------------|--------|------------------------|---------------|-------|--------|
| | 実績 | 構成比 | 実績 | 構成比 | 金額 | 率 |
| 売上収益合計 | 13,457 | 100.0% | 14,988 | 100.0% | 1,531 | +11.4% |
| 茸事業 | 13,310 | 98.9% | 14,838 | 99.0% | 1,527 | +11.5% |
| まいたけ | 7,257 | 53.9% | 7,616 | 50.8% | 358 | +4.9% |
| エリンギ | 1,700 | 12.6% | 1,740 | 11.6% | 40 | +2.4% |
| ぶなしめじ | 2,832 | 21.0% | 3,047 | 20.3% | 215 | +7.6% |
| その他の茸※1 | 1,519 | 11.3% | 2,432 | 16.2% | 912 | +60.1% |
| その他事業 | 146 | 1.1% | 150 | 1.0% | 3 | +2.5% |

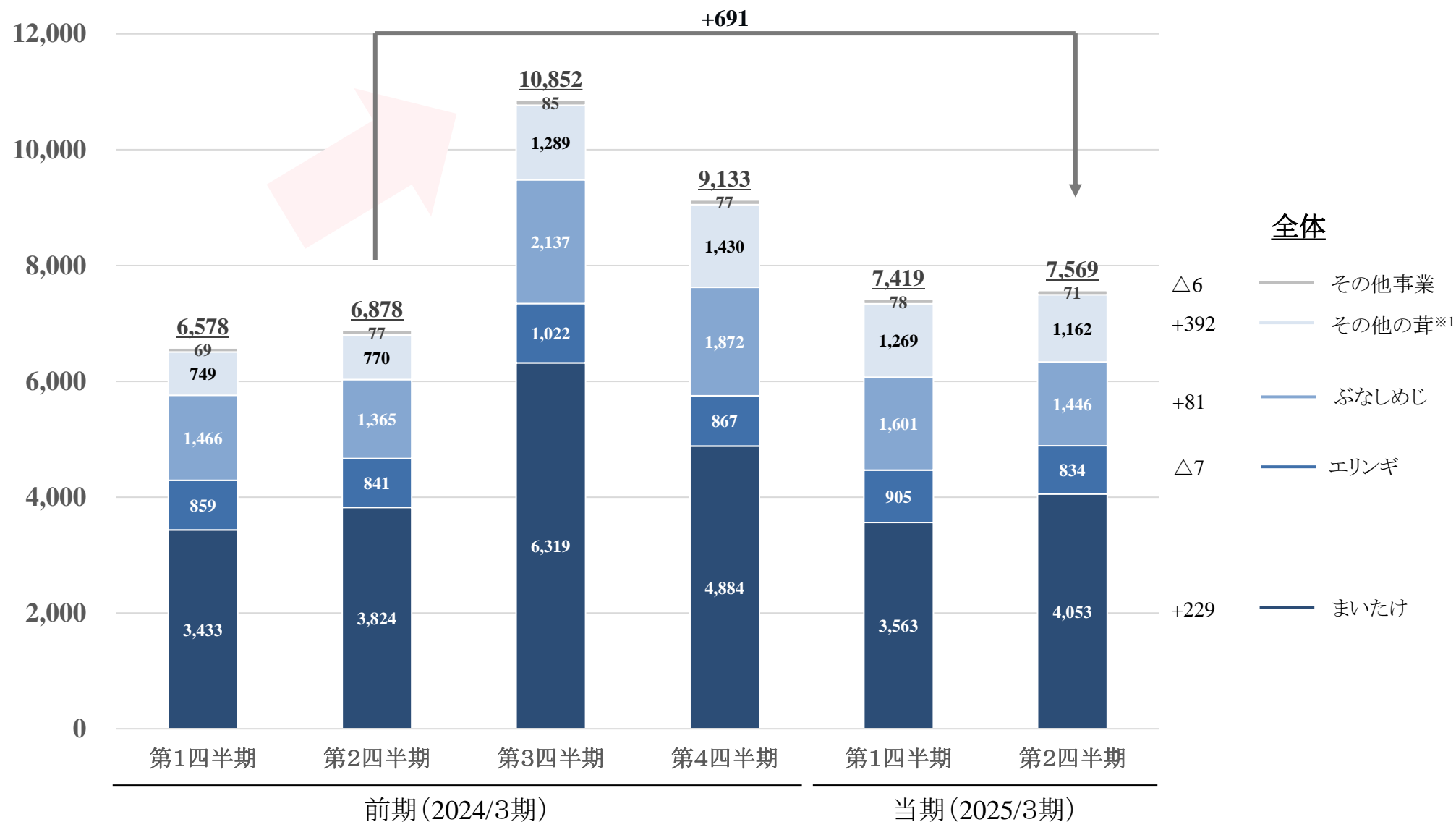
※1 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、海外事業、仕入きのこ他



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

(百万円)



※1 本しめじ、はたけしめじ、マッシュルーム、海外事業、仕入きのこ他



2025年3月期 第2四半期累計 茸事業の状況

販売量は、まいたけ・エリンギ・ぶなしめじにおいて対前年同期・対計画ともにマイナス
 販売単価は、まいたけ・エリンギ・ぶなしめじにおいて対前年同期・対計画ともに大きく上昇

販売量比較※1

| | 対前年同期 | 対計画 |
|-----------|-------|--------------|
| まいたけ | 98.2% | 95.3% |
| エリンギ | 93.4% | 96.0% |
| ぶなしめじ | 99.0% | 99.8% |
| その他の茸3品※2 | 91.8% | 85.6% |

販売単価比較※1

| | 対前年同期 | 対計画 |
|-----------|--------|---------------|
| まいたけ | 107.2% | 106.6% |
| エリンギ | 110.7% | 111.9% |
| ぶなしめじ | 109.0% | 110.7% |
| その他の茸3品※2 | 101.0% | 89.8% |

※1 海外事業、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

着実に借入金の返済を行い負債は減少し、資本の厚みがやや減少するも、四半期利益の積み増しにより自己資本は増加

| (百万円) | 前期(2024/3期) | 当期(2025/3期) 第2四半期累計 | 増減 | |
|------------------|-------------|------------------------|--------|--------|
| | 実績 | 実績 | 金額 | 率 |
| 流動資産 | 10,615 | 10,073 | △541 | △5.1% |
| 現金及び預金 | 2,797 | 960 | △1,837 | △65.7% |
| 営業債権及びその他の債権 | 3,211 | 2,807 | △404 | △12.6% |
| 棚卸資産 | 1,476 | 1,869 | +392 | +26.6% |
| 生物資産 | 2,939 | 4,275 | +1,335 | +45.4% |
| 非流動資産 | 27,645 | 27,632 | △12 | △0.0% |
| 有形固定資産 | 19,621 | 19,674 | +52 | +0.3% |
| のれん及び無形資産 | 6,025 | 5,984 | △41 | △0.7% |
| 資産合計 | 38,260 | 37,706 | △554 | △1.4% |
| 流動負債 | 9,278 | 9,148 | △129 | △1.4% |
| 営業債務及びその他の債務 | 3,570 | 2,899 | △670 | △18.8% |
| 未払法人所得税 | 940 | 445 | △494 | △52.6% |
| 短期借入金 | - | 2,000 | +2,000 | - |
| 1年内返済予定の長期借入金 | 1,422 | 1,422 | 0 | 0.0% |
| 非流動負債 | 17,370 | 16,613 | △756 | △4.4% |
| 借入金 | 16,857 | 16,146 | △710 | △4.2% |
| リース負債 | 196 | 172 | △23 | △12.2% |
| 負債合計 | 26,649 | 25,762 | △886 | △3.3% |
| 資本合計 | 11,610 | 11,943 | +332 | +2.9% |
| 親会社の所有者に帰属する持分合計 | 11,446 | 11,786 | +340 | +3.0% |
| 負債及び資本合計 | 38,260 | 37,706 | △554 | △1.4% |



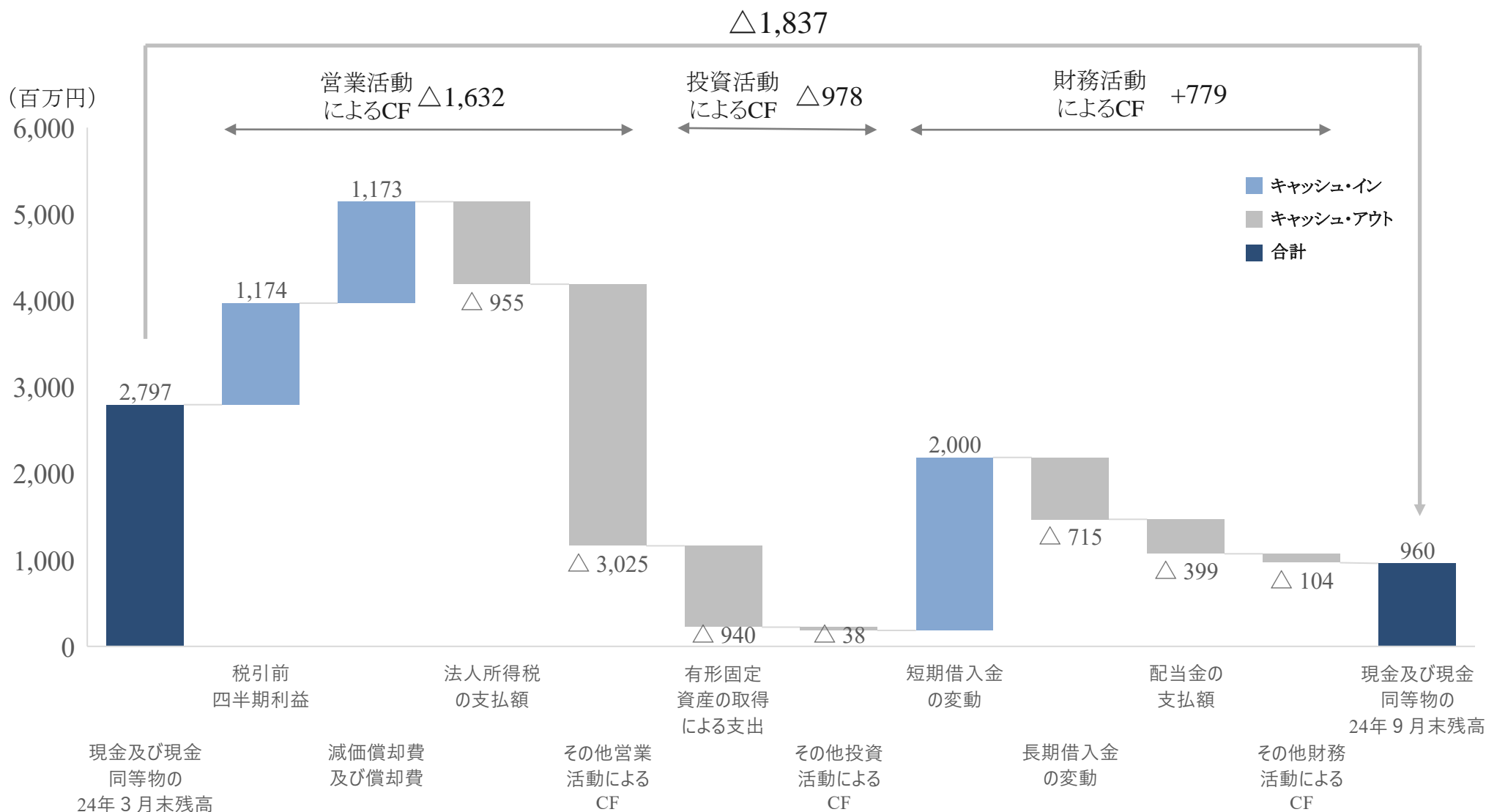
連結キャッシュ・フロー計算書(前年同期との比較)

営業活動によるCF…税引前利益の増加により収入が増加するも、銀行営業日影響により前期よりも支出増
 投資活動によるCF…設備投資の増加により支出増
 財務活動によるCF…借入金の返済、配当金支出の増加により支出増

| (百万円) | 前期(2024/3期) 第2四半期累計 | 当期(2025/3期) 第2四半期累計 | 増減 |
|------------------|------------------------|------------------------|--------|
| | 実績 | 実績 | 金額 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △139 | △1,632 | △1,492 |
| 税引前利益 | 864 | 1,174 | +310 |
| 減価償却費及び償却費 | 1,089 | 1,173 | +84 |
| 営業債権及びその他の債権の増減額 | △1,124 | 378 | +1,502 |
| 棚卸資産及び生物資産の増減額 | △1,634 | △1,730 | △95 |
| 営業債務及びその他の債務の増減額 | 1,207 | △1,006 | △2,213 |
| 法人所得税の支払額 | △691 | △955 | △263 |
| その他 | 149 | △667 | △817 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △341 | △978 | △636 |
| 有形固定資産の取得による支出 | △329 | △940 | △610 |
| 無形資産の取得による支出 | △0 | △1 | △1 |
| 子会社株式の取得による支出 | - | - | - |
| その他 | △12 | △36 | △24 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 1,185 | 779 | △405 |
| 短期借入金の借入による収入 | 2,300 | 2,000 | △300 |
| 短期借入金の返済による支出 | - | - | - |
| 長期借入れによる収入 | - | - | - |
| 長期借入金の返済による支出 | △770 | △715 | +54 |
| 配当金の支払額 | △239 | △399 | △160 |
| その他 | △105 | △104 | +1 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 704 | △1,837 | △2,541 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 1,060 | 2,797 | +1,737 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,764 | 960 | △804 |

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下回り、営業CFは1,632百万円減少
有形固定資産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1,837百万円減少





主要財務指標の状況

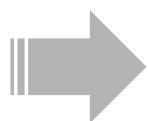
借入金の増加により、ネットD/Eレシオは悪化
コアEBITDAは上昇したが、借入金の増加によりネットD/コアEBITDA倍率は上昇

のれんに関する財務指標推移

■ のれん/純資産倍率^{※1}

0.5x

2024年
3月期



0.5x

2025年3月期
第2四半期



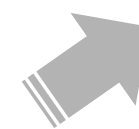
- 減損の兆候の有無に関わらず、年に1度減損テストを実施
- 四半期毎に減損の兆候の有無を確認し、減損の兆候がある場合は適宜減損テストを実施

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}

1.4x

2024年
3月期



1.6x

2025年3月期
第2四半期

■ ネットD/コアEBITDA倍率^{※2}

3.2x

2024年
3月期



3.5x^{※3}

2025年3月期
第2四半期

※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(2024/3期) 第2四半期累計 | 当期(2025/3期) 第2四半期累計 |
|-------------------------|------------------------|------------------------|
| 営業利益率 | 5.7% | 6.1% |
| コアEBITDAマージン | 6.7% | 9.1% |
| 基本的1株当たり四半期利益※1 | 14.03円 | 18.59円 |
| ROE(親会社所有者帰属持分四半期利益率)※2 | 12.5% | 13.6% |
| ROIC(投下資本利益率)※3 | 5.4% | 6.5% |

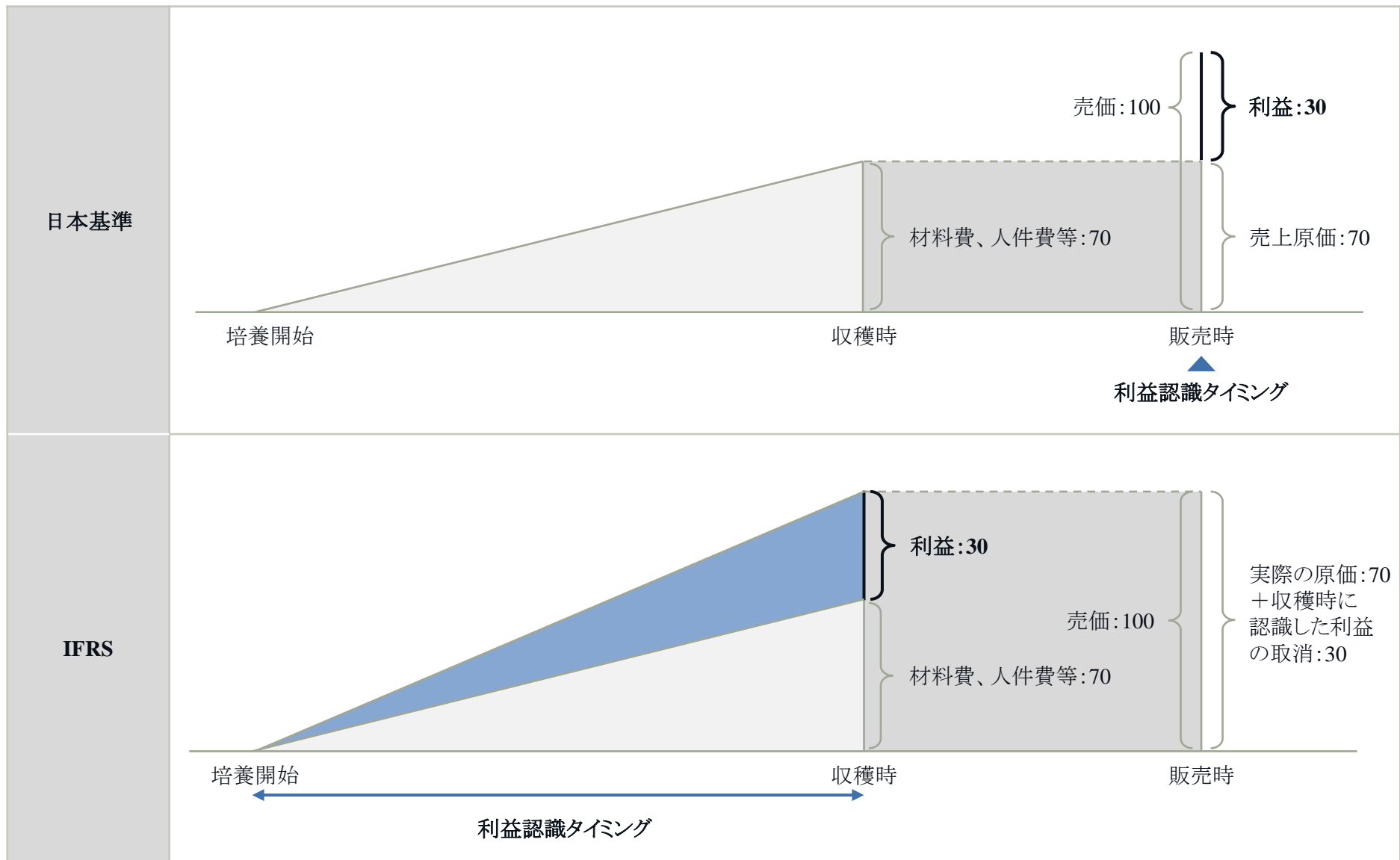
※1 当社は2020年7月30日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っており、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、基本的1株当たり当期利益を算定

※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2四半期累計)

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+1,410百万円

(単位:百万円)

| | 内訳 | 2025年3月期 第2四半期累計 | |
|-------------------|-----------------|---------------------|---|
| 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 | △1,145 | 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>1,039百万円</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 | 2,184 | |
| | 当期収穫分 | 5,393 | |
| | その他 | 134 | |
| | 合計 | 6,566 | |
| 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 | △389 | 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>337百万円</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 | 726 | |
| | 当期収穫分 | △5,393 | |
| | その他 | △100 | |
| | 合計 | △5,156 | |
| 損益インパクト合計 | | 1,410 | |



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、通期での影響は限定的

| (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 (2025/3期) | 収益 | 期首仕掛品に含まれる利得 | △1,145 | △959 | | △1,145 |
| | | 期末仕掛品に含まれる利得 | 959 | 2,184 | | 2,184 |
| | 売上原価 | 期首製品・半製品に含まれる利得 | △389 | △469 | | △389 |
| | | 期末製品・半製品に含まれる利得 | 469 | 726 | | 726 |
| | 当期収穫分 | ±0 | ±0 | | | ±0 |
| | その他 | 29 | 5 | | | 34 |
| | 損益インパクト合計 | △75 | +1,486 | | | +1,410 |

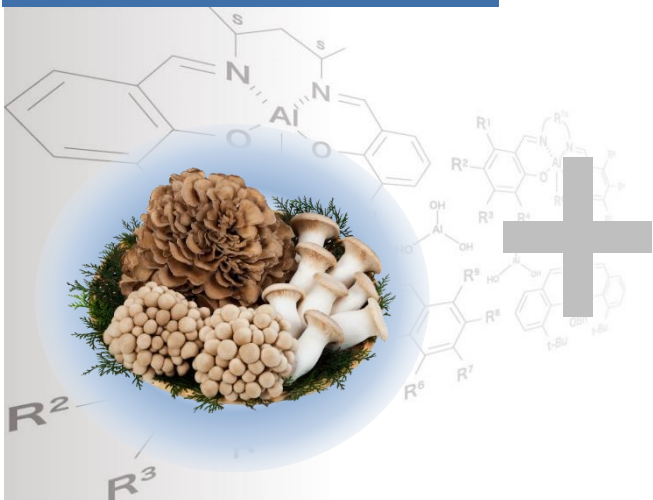
| (百万円) | | 第1四半期 | 第2四半期 | 第3四半期 | 第4四半期 | 累計 | |
|-----------------|-----------|-----------------|--------|-------|--------|--------|-------|
| 前期 (2024/3期) | 収益 | 期首仕掛品に含まれる利得 | △764 | △665 | △1,958 | △2,197 | △764 |
| | | 期末仕掛品に含まれる利得 | 665 | 1,958 | 2,197 | 1,113 | 1,113 |
| | 売上原価 | 期首製品・半製品に含まれる利得 | △277 | △278 | △510 | △471 | △277 |
| | | 期末製品・半製品に含まれる利得 | 278 | 510 | 471 | 369 | 369 |
| | 当期収穫分 | ±0 | ±0 | ±0 | ±0 | ±0 | |
| | その他 | 28 | 8 | △1 | △12 | 22 | |
| | 損益インパクト合計 | △69 | +1,533 | +197 | △1,197 | +463 | |



プロダクト・イノベーションの取り組み:代替肉の開発

2023年6月 きのこを主原料として代替肉の開発に成功後、さまざまな可能性を模索
2025年3月期において上市を予定

きのこのポテンシャル



研究開発力



**2025年3月期
上市予定**

メディア露出増

可能性模索

開発成功



TBS「THE TIME」
(2024年2月1日)



社名(コーポレートブランド)の刷新

2025年4月1日に商号をユキグニファクトリー株式会社に変更

これからもきのこの可能性を、雪国で磨いた技術や探求心により最大限引き出し、持続的な成長へとつなげる

新社名の成り立ち

雪国時代に磨かれた伝統と信頼を継承し、地理的限定からは解放し新たな価値を創り出すファクトリーを目指す

- ・雪国アイデンティティの継承
- ・地理的限定からの解放

ユキグニファクトリー株式会社

- ・キノコのチカラを引き出して、ミライのセカイ(世界の健康)を『創る』というパーパス・CIを表現
- ・これまでの『安心・安全』に加え、『ワクワクする会社』をイメージ

今後のブランド構成イメージ

新社名であるコーポレートブランドの下、ファミリーブランドとしてご愛顧頂いている<雪国>ブランドは継承



パーパスとコーポレートアイデンティティ(CI)

Purpose

『キノコのチカラ、ミライのセカイ』

Corporate Identity

『雪国で磨いた技術や探求心をベースに

きのこの新たな可能性を結集し、世界の健康を創造する企業』



2

2025年3月期 業績予想



2025年3月期業績予想 / 主要数値

2024年に刷新した中期経営計画に沿った前期の流れを継続し、計画達成に向けた戦略を着実に推進する

| (百万円) | 24/3期 実績(A) | 25/3期 予想(B) | 増減額 (B-A) | 増減率 | |
|-----------------------------|----------------|----------------|--------------|-------|-------|
| 収益合計 | 47,476 | 49,990 | 2,513 | 5.3% | 収益 |
| 内売上収益 | 33,443 | 36,770 | 3,327 | 9.9% | |
| 営業利益 | 2,798 | 2,620 | △179 | △6.4% | 売上総利益 |
| 対売上収益比率 | 8.4% | 7.1% | △1.3% | - | |
| 税引前利益 | 2,227 | 2,370 | 142 | 6.4% | 営業利益 |
| 親会社の所有者に帰属する 当期利益 | 1,350 | 1,550 | 199 | 14.8% | |
| 基本的1株当たり当期利益 (円) | 33.87円 | 38.87円 | 5.00 | 14.8% | 金融収支 |
| コアEBITDA ^{※1} | 4,802 | 5,190 | 387 | 8.1% | |
| コアEBITDA マージン ^{※1} | 14.4% | 14.1% | △0.2% | - | |

主要内訳

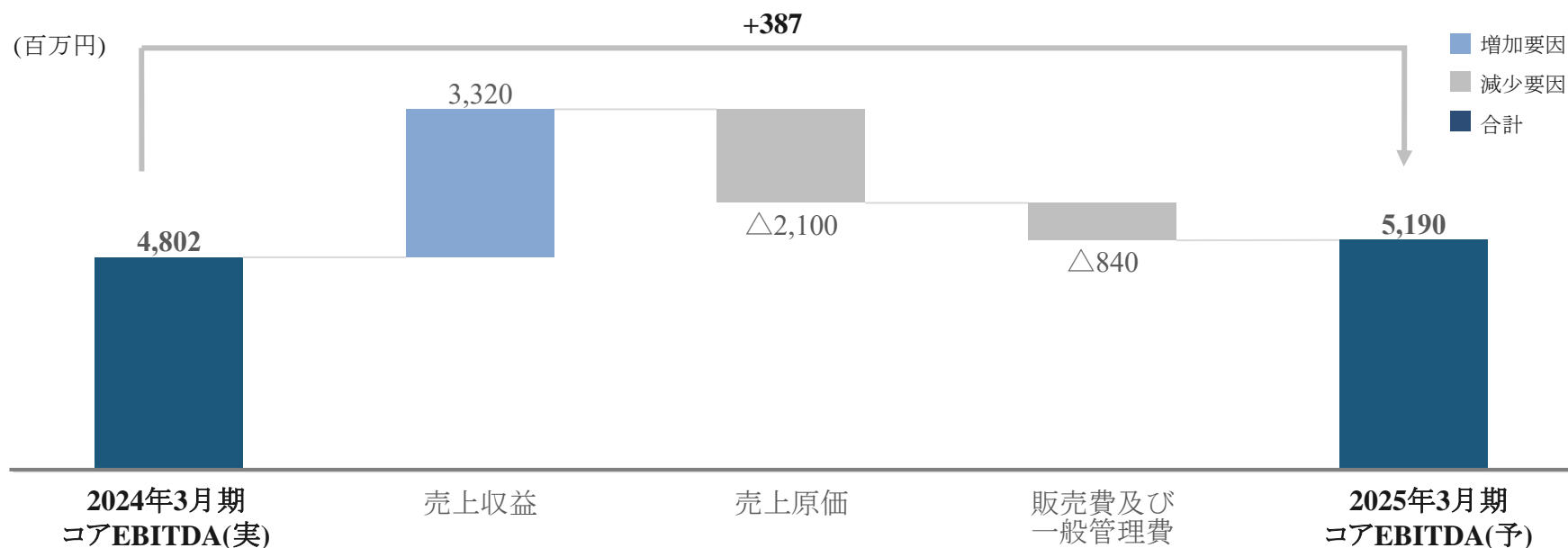
- 売上収益: 36,770百万円 (前期比9.9%増)**
 - ✓ 売上の売上収益: 19,790百万円 (同7.2%増)
 - ✓ エリンギの売上収益3,490百万円 (同2.8%減)
 - ✓ ぶなしめじの売上収益: 6,770百万円 (同1.1%減)
 - ✓ その他の茸の売上収益: 6,420百万円 (同51.4%増)
- 収益合計49,990百万円 (同5.3%増)**
 - 公正価値変動による利得13,230百万円 (同5.7%減)
- 売上原価: 37,860百万円 (同5.6%増)**
 - ✓ 材料費、人件費等: 24,420百万円 (前期比9.5%増)
 - ✓ 公正価値変動による利得: 13,430百万円 (同1.0%減)
- 売上総利益: 12,140百万円 (同4.5%増)**
- 販売費及び一般管理費: 9,460百万円 (同6.9%増)**
- 営業利益: 2,620百万円 (同6.4%減)**
- 税引前利益: 2,370百万円 (同6.4%増)**
 - ✓ 金融収支: △250百万円 (支払利息等)
- 親会社の所有者に帰属する当期利益: 1,550百万円 (同16.2%増)**

※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

2025年3月期業績予想 / 前期比較と主要前提

2025年3月期は、中期経営計画をしっかりと捉える業績見通しを据えて、中長期に渡る成長に向けた基盤強化を推進する



見通し環境

- 市場供給量は引き続き落ち着いて推移すると想定
 - ✓ 安定した市場供給量の基、単価は前年並みに推移
 - ✓ インフレ環境の中、消費者は選別消費の傾向

- 経済情勢先行き不透明感でコストの高止まりが続くと想定
 - ✓ 世界各地における地政学的リスクが継続
 - ✓ 燃料費の高止まりや円安は原価上昇に影響
 - ✓ 従業員エンゲージメント向上のための労務費アップ

今期の戦略

売上 プレミアム戦略の推進による利益創出

- ✓ 既存事業の利益重視戦略による緩やかな拡大
- ✓ 新規事業のローンチにより新たな価値を訴求し、ニッチプレミアム市場における需要を創造
- ✓ 高付加価値品を組み合わせた多様な商品提案
- ✓ オランダ子会社との経営統合を完遂し、さらなる収益の拡大を図る

生産・販売 BPRの開始と生産効率改善の推進

- ✓ 生産や包装工程の見直しによる収量増加
- ✓ 原材料の調整によるコスト低減、設備導入による生産効率向上



3

サステナビリティ



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

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

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

積極的なサステナビリティへの取り組み



- 自然・人・社会との調和を大切に、社会課題の解決につなげ、持続的な成長に向けて取り組みを進める
- 2024年7月、「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」構成銘柄への選定

仕事と育児の両立サポート

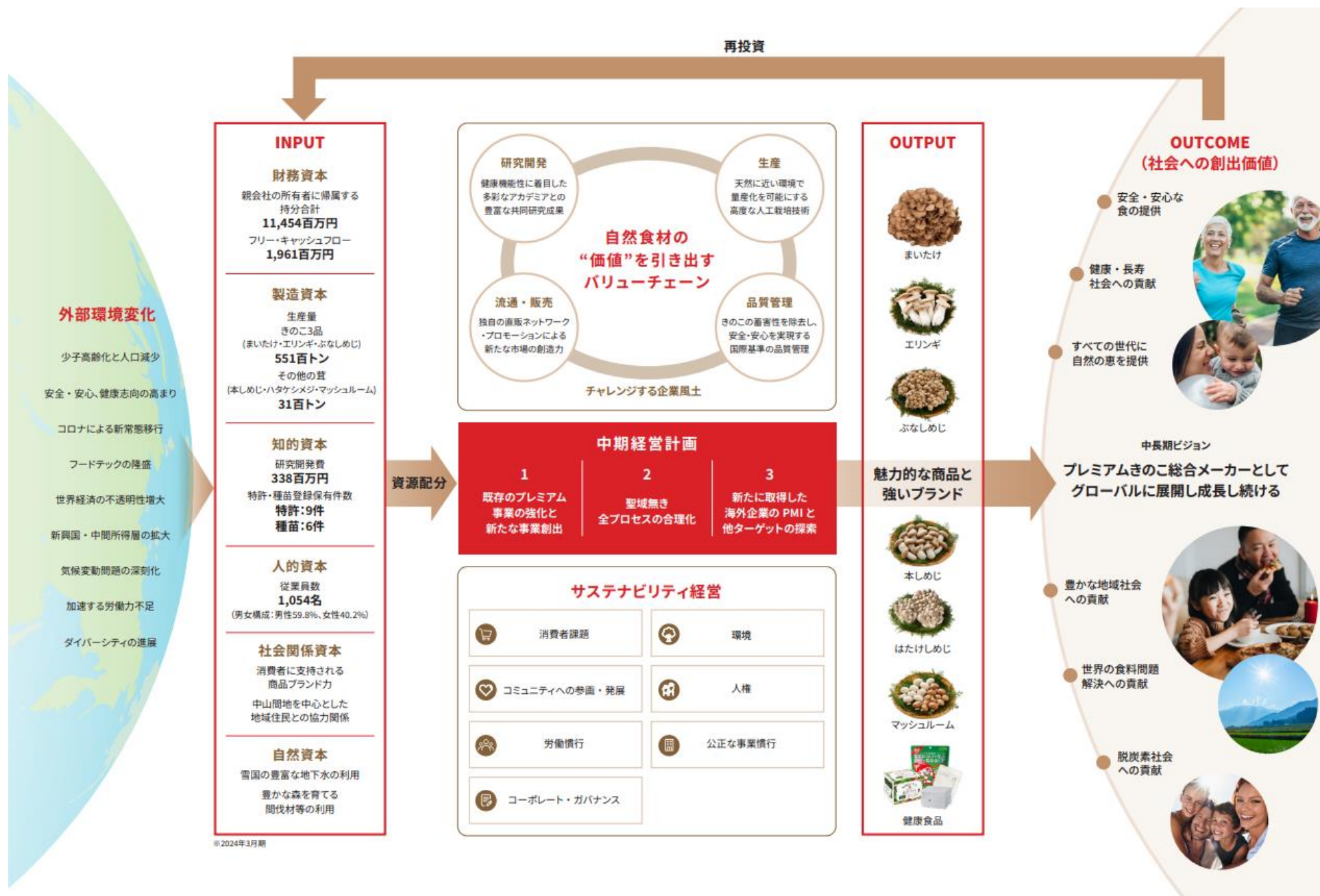


- さまざまなライフステージにおいて、従業員が安心して働ける環境を整備し、各種認定を取得
- 厚生労働大臣認定「くるみん認定」(2023年6月)、新潟県「ハッピー・パートナー企業」(2024年2月)、厚生労働大臣認定「えるぼし認定(3つ星)」(2024年8月)



価値創造プロセス

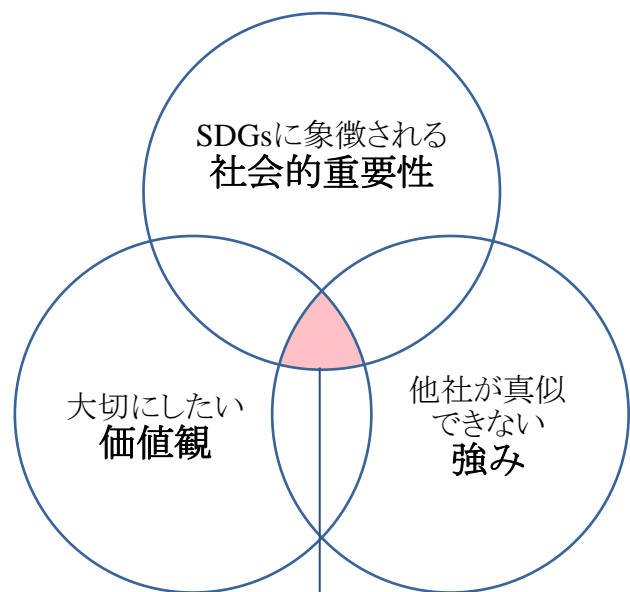
外部環境の変化がある中、バリューチェーンや当社の強みを活かし、事業活動を通じて社会とともにサステナブルな成長をし続ける





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 | <p>持続可能な原材料等の調達と水資源の活用</p> <p>6 安全な家とエネルギーを世界中に 12 つくる責任 14 海の豊かさを 15 陸の豊かさも 17 パートナリシップで</p> <p>つかる責任 つかう責任 守ろう 守ろう 目標を達成しよう</p> |
| | <p>気候変動への対応</p> <p>7 エネルギーをみんなに 12 つくる責任 13 気候変動に 13 気候変動に</p> <p>もってグリーンに つかう責任 具体的な対策を</p> |
| S | <p>安全・安心・高品質なきのこの提供を通じた健康的な社会の実現</p> <p>3 すべての人に 8 働きがいも 12 つくる責任</p> <p>健康と福祉を 経済成長も つかう責任</p> |
| | <p>地域社会との共生</p> <p>4 質の高い教育を 11 住み続けられる 15 陸の豊かさも 17 パートナリシップで</p> <p>みんなに まちづくりを 守ろう 目標を達成しよう</p> |
| | <p>きのこを起点とした新たな価値創出</p> <p>8 働きがいも 9 産業と地域経済の 12 つくる責任 17 パートナリシップで</p> <p>経済成長も 発展をつくらう つかう責任 目標を達成しよう</p> |
| G | <p>人的資本への投資と人権の尊重</p> <p>3 すべての人に 4 質の高い教育を 5 ジェンダー平等を 8 働きがいも 10 人や国の不平等 12 つくる責任 16 平和と公正を</p> <p>健康と福祉を みんなに 実現しよう 経済成長も をなくそう つかう責任 すべての人に</p> |
| | <p>公正・透明・健全な事業活動</p> <p>8 働きがいも 16 平和と公正を 17 パートナリシップで</p> <p>経済成長も すべての人に 目標を達成しよう</p> |



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



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

指標と目標

- 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



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

GHG総排出量、生産量あたり排出量ともに、基準年である21/3期から緩やかに減少で推移する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*1と目標



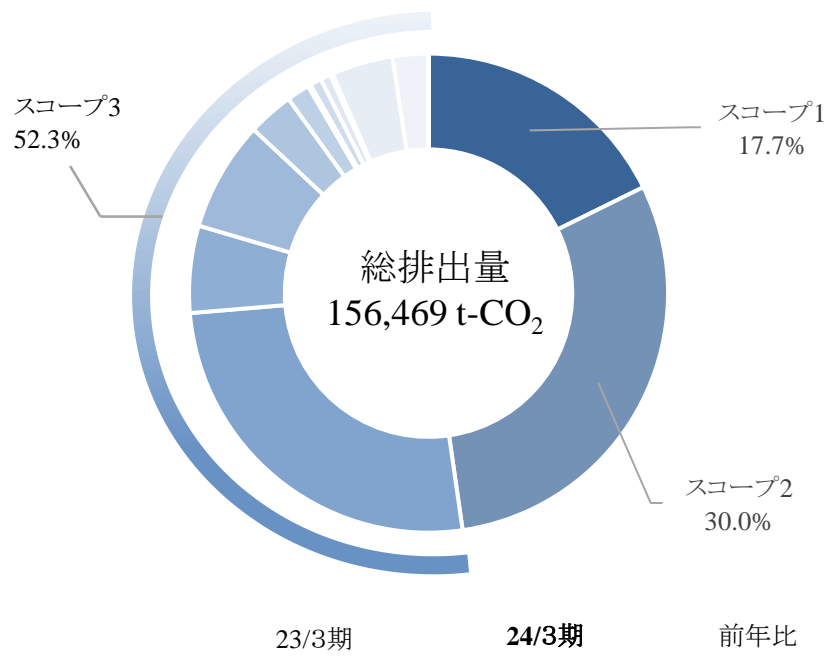
*1 対象範囲は雪国まいたけ、瑞穂農林。算定計数はIDEA並びに環境省データベースを使用。データベースが存在しないものは、シナリオを作成し算定



GHG排出量削減の実績と取り組み

24/3期のGHG排出量は、前期よりも△4.0%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(2024年3月期実績)※1



| | 23/3期 | 24/3期 | 前年比 |
|---------------|------------------------------|------------------------------|-------|
| スコープ1~3 合計 | 163,035 t-CO ₂ | 156,469 t-CO ₂ | △4.0% |

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

※1 対象範囲は雪国まいたけ、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

※2 カテゴリ8、13、14、15は排出量0のため省略。



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

森づくり活動のこれまでの歩み

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 定期的の下草刈りや間伐を行い、木々が育ちやすいように整備を実施(毎年実施)

2022年 広葉樹(サクラ)を植樹し、自然の森林に近い混合林を作成
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

2023年 ヤマモミジ、アジサイを植樹
昨年に引き続き、「グリーンパートナー2023」に認定



2024年 木製歩道の敷設を実施

20xx年 人の集まる森林公園へ...



25/3期活動実績

- 木製遊歩道の敷設
- 杉の木の間伐、草取りによる整備
- タチアオイの種まき



木製遊歩道の敷設

木製遊歩道の敷設を実施
人々が訪れやすい森林公園への整備が進む



タチアオイの種まき

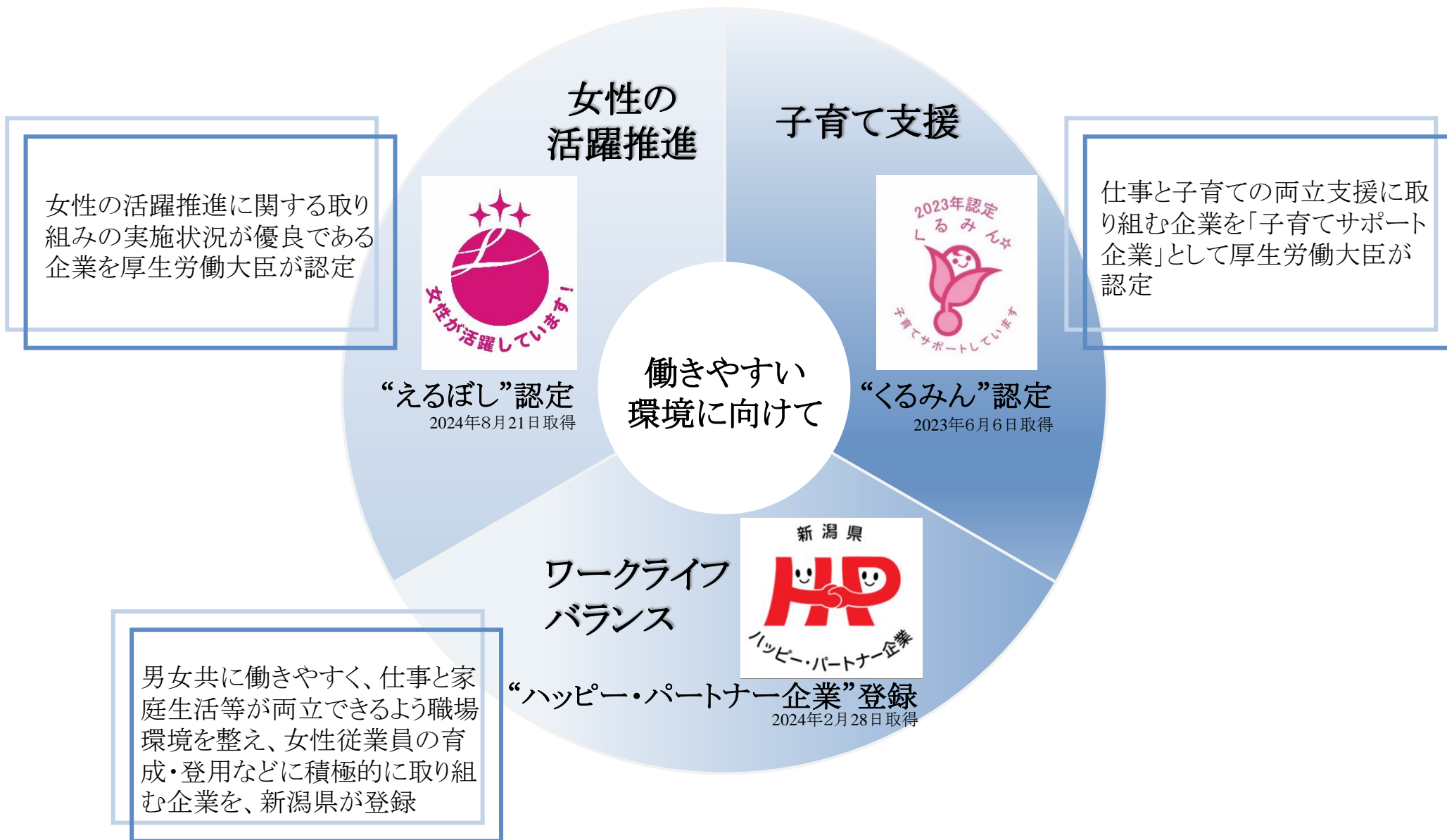
設置した木製歩道沿いに種まきを実施
春から夏にかけて華やかな花が咲く予定

※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



従業員が働きやすい環境をつくる

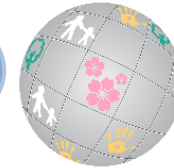
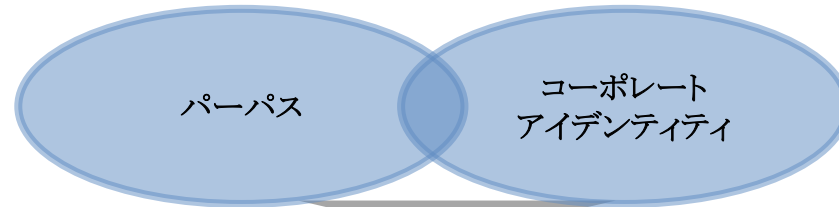
子育て世代を応援し、従業員が生き生きと働けるワークライフバランスの実現に向けて取り組む





「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」構成銘柄への選定

環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)の対応に優れた日本企業のパフォーマンスを反映するインデックスの構成銘柄に選定
自然・人・社会との調和を大切にしていくことで、社会課題の解決と持続的な成長に向けて取り組む



**FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index** ※1

サステナビリティ方針

自然の恵みを活かし育てる企業である私たちは、ステークホルダーの皆様とともに、持続的な成長と実り豊かな自然との共生をめざして、自然と人と社会の豊かさを追求していきます。

自然の豊かさに貢献

人々の健康に貢献

社会の発展に貢献

Environment

- TCFD提言に沿った情報開示
- 持続可能な原料調達と水資源の活用
- 生物多様性の保全
- 廃棄物削減と環境汚染防止

Social

- DE&Iの推進
- 人的資本への投資
- 労働安全衛生の推進
- 地域社会との共生

Governance

- 「コンプライアンス、法令順守の徹底」を重点テーマとして継続的な取り組みを進める
- サプライチェーン全体で責任ある事業活動を展開するため、取引先にもCSR調達への協力等の取り組みを推進

※1 FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Company の登録商標)はここに株式会社雪国まいたけが第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Sector Relative Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan Sector Relative Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。
URL: <https://www.lseg.com/en/ftse-russell/indices/blossom-japan>



4

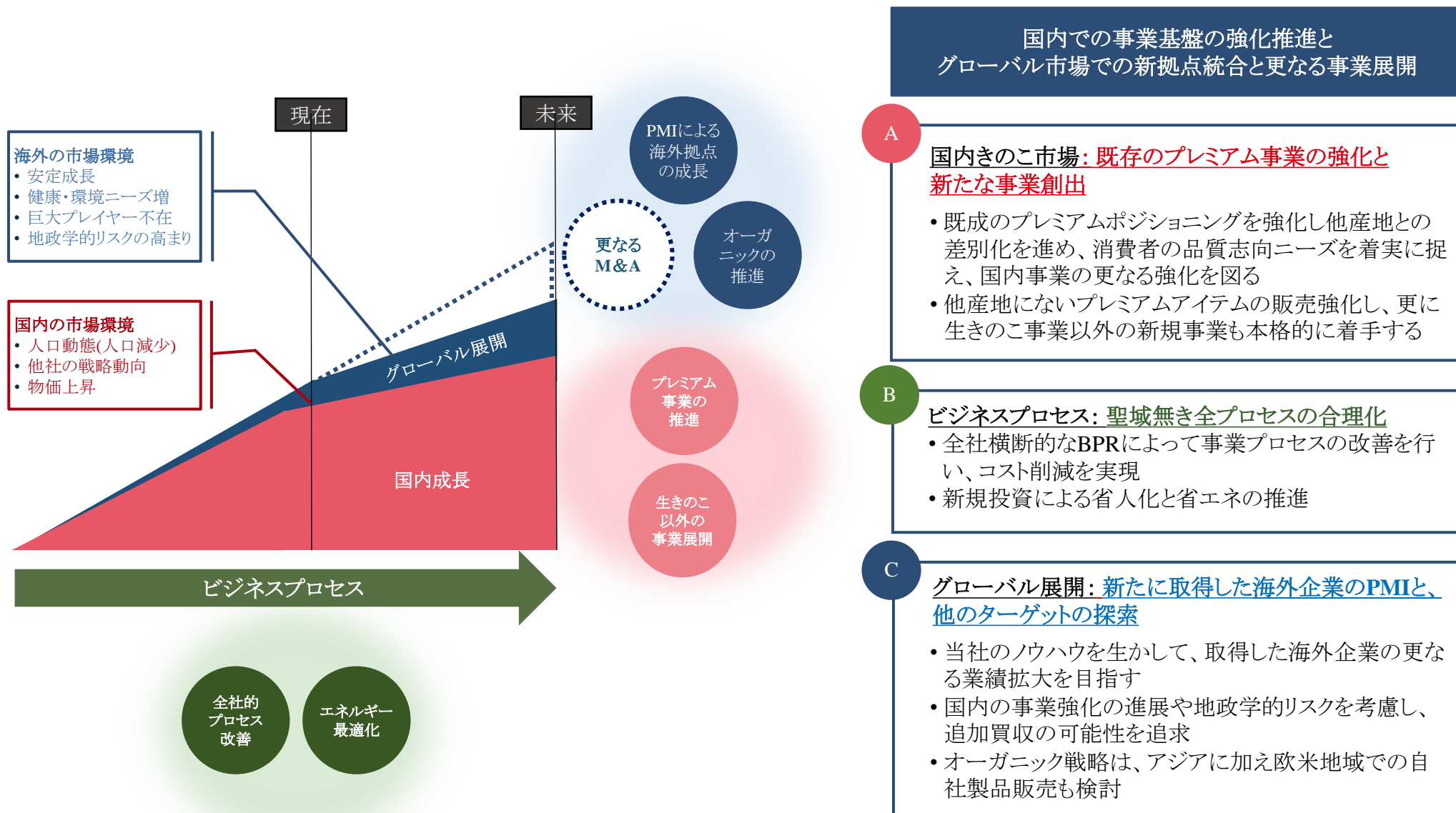
中期経営計画(2024年3月期～2028年3月期)

「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

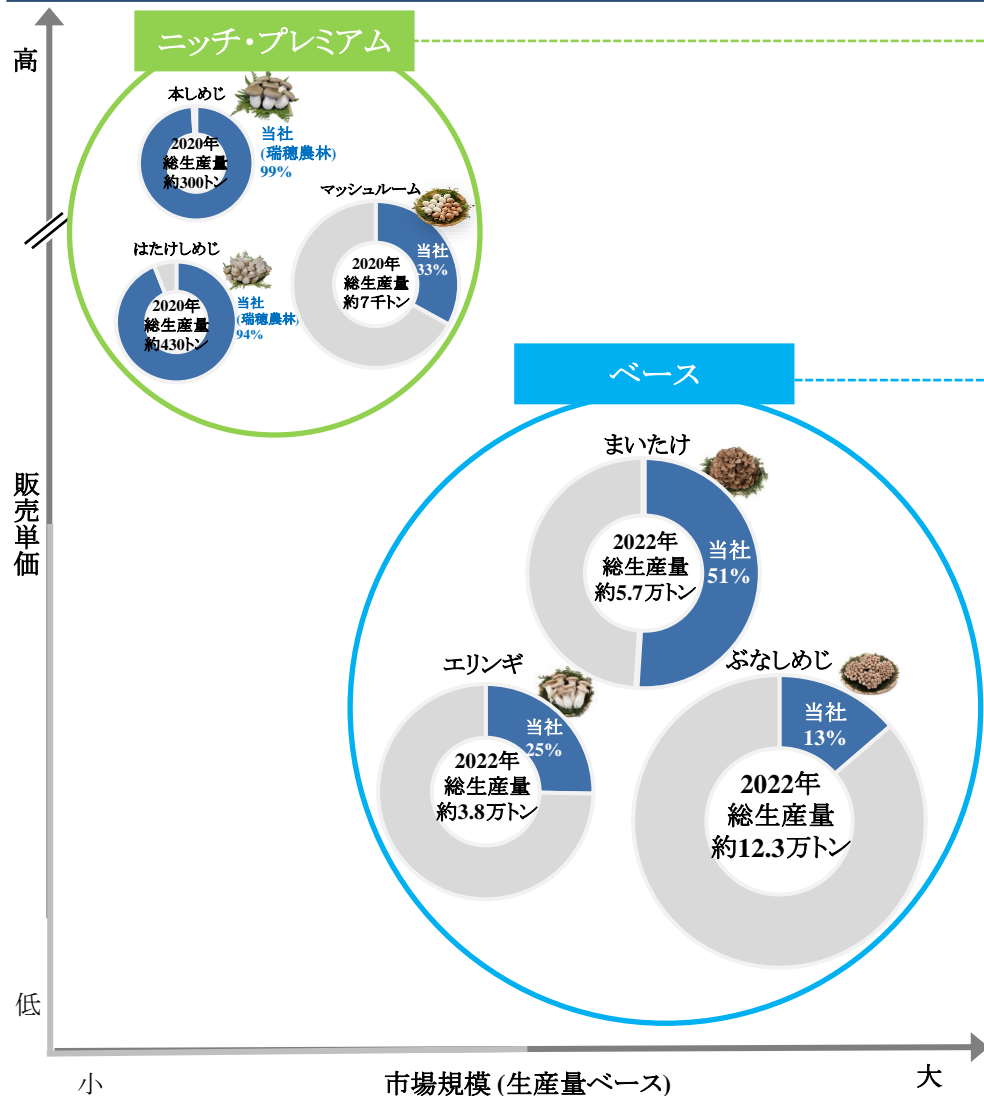




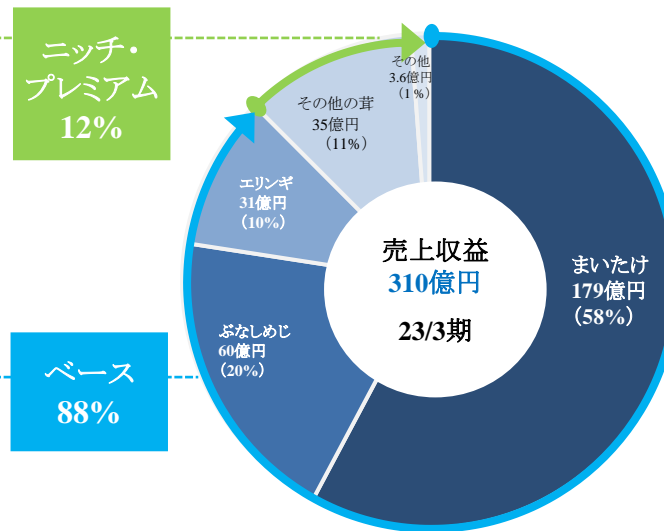
基本方針A. 国内きのこ市場(当社のプレミアムポジション)

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

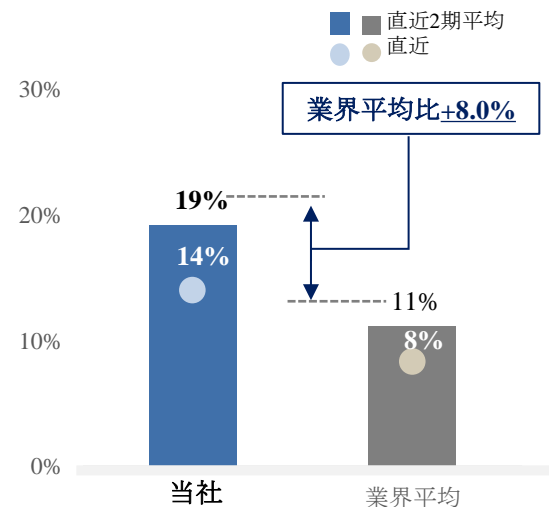
きのこ市場規模(生産ベース)とシェア



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



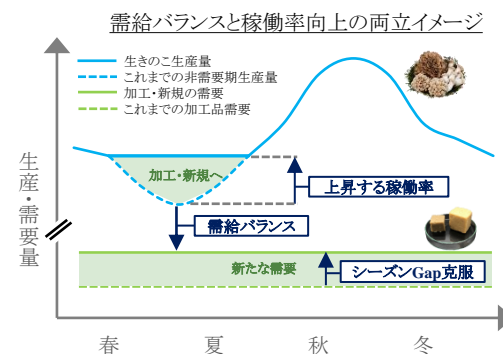
※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)
出所: 林野庁特用林産物生産統計調査、農林水産省地域特産野菜生産状況調査

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』

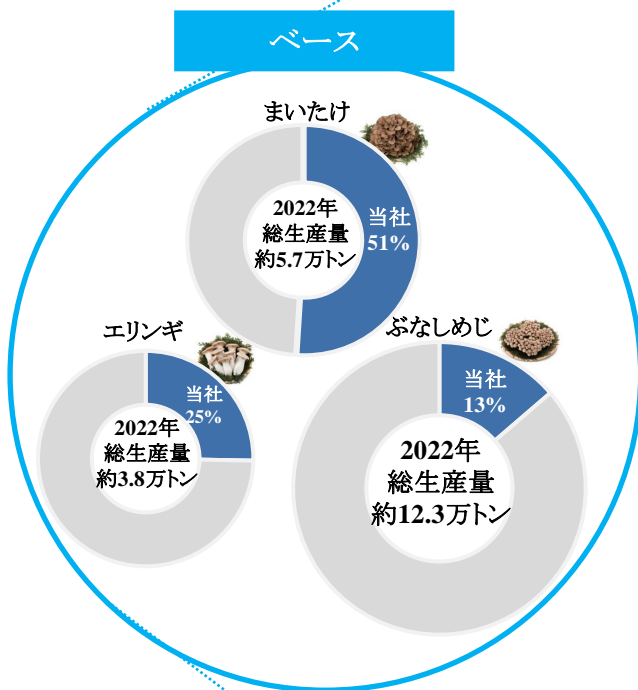


※掲載写真メニューは今後変更となる可能性があります

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

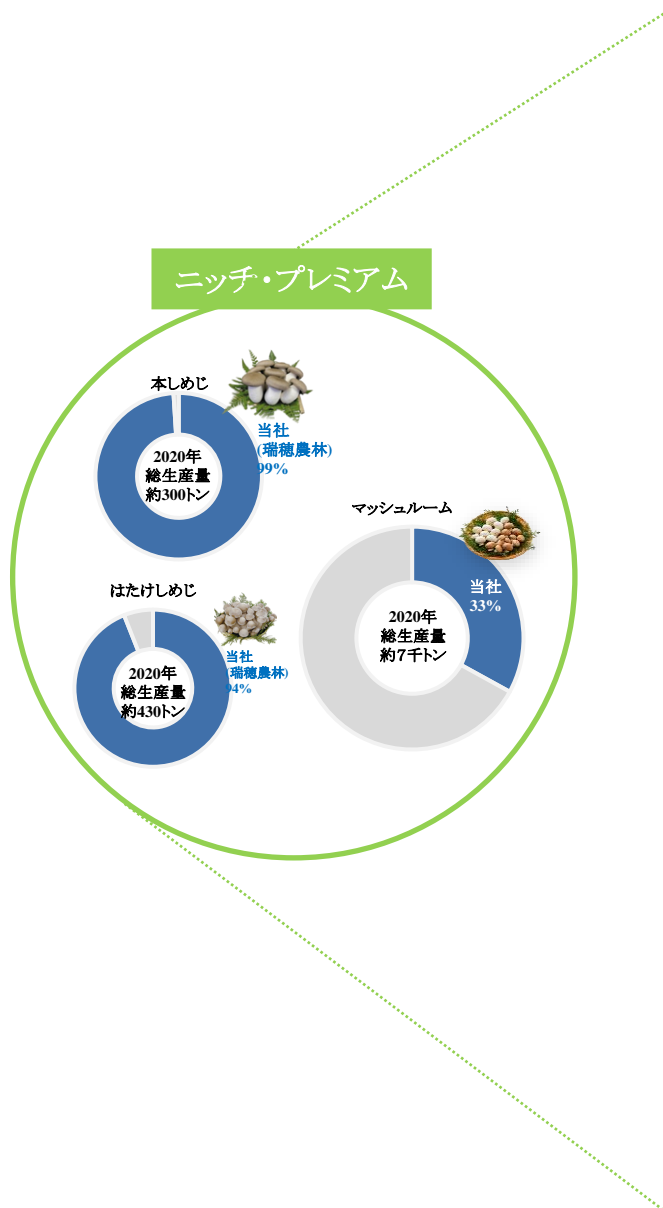
当社独自の白黒まいたけの棚構成





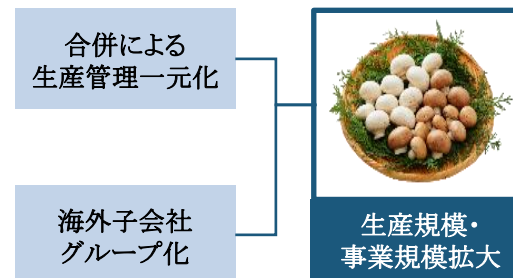
基本方針A. 国内きのこ市場(ニッチ・プレミアム事業の拡大)

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



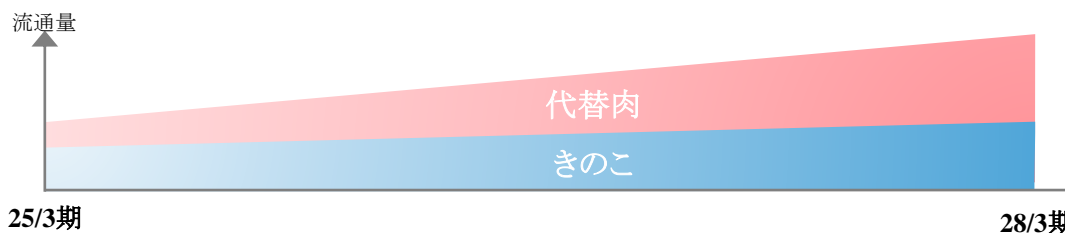
新規事業領域の本格的拡大

- 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)



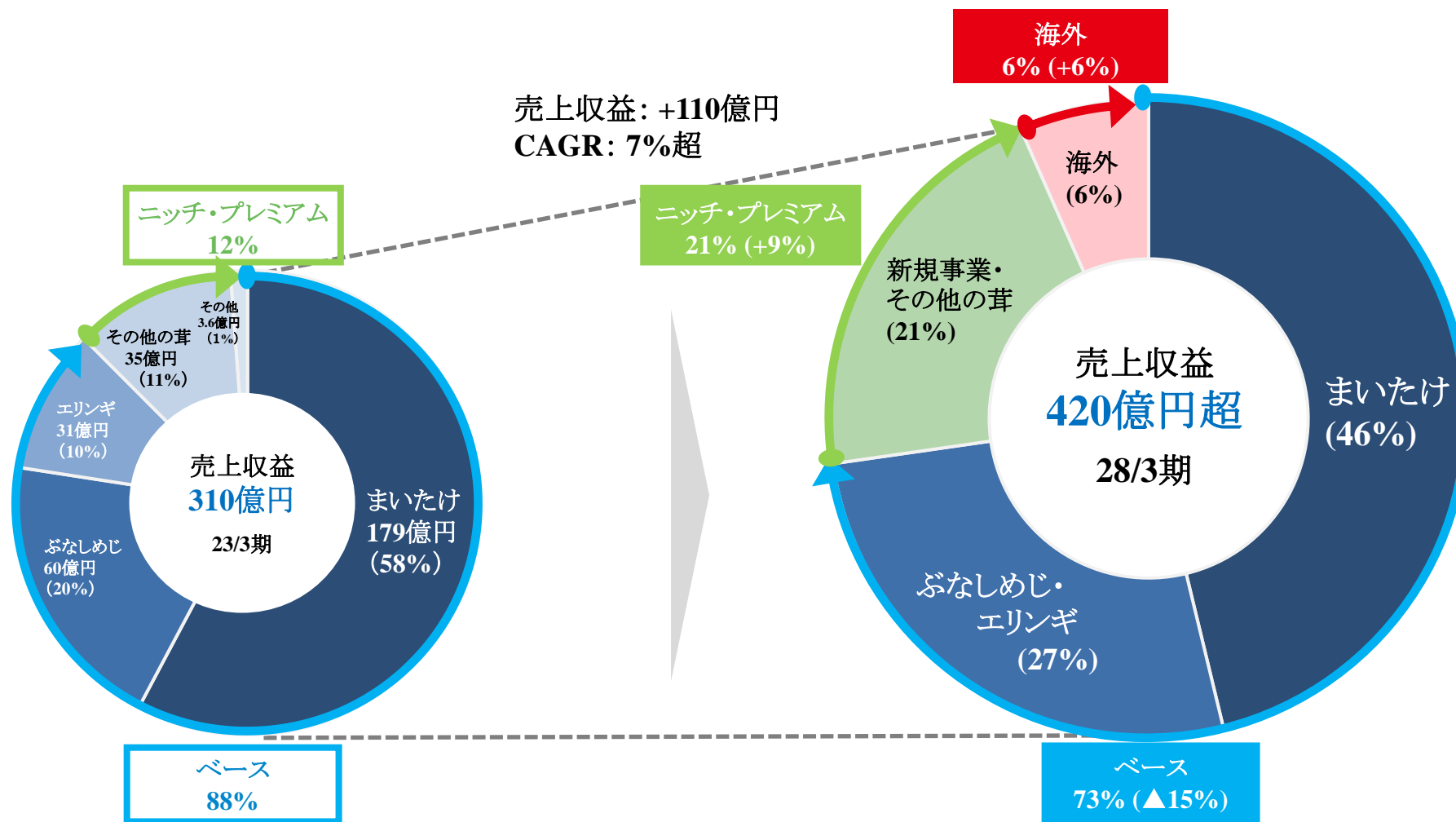
新規事業 流通製品構成のイメージ





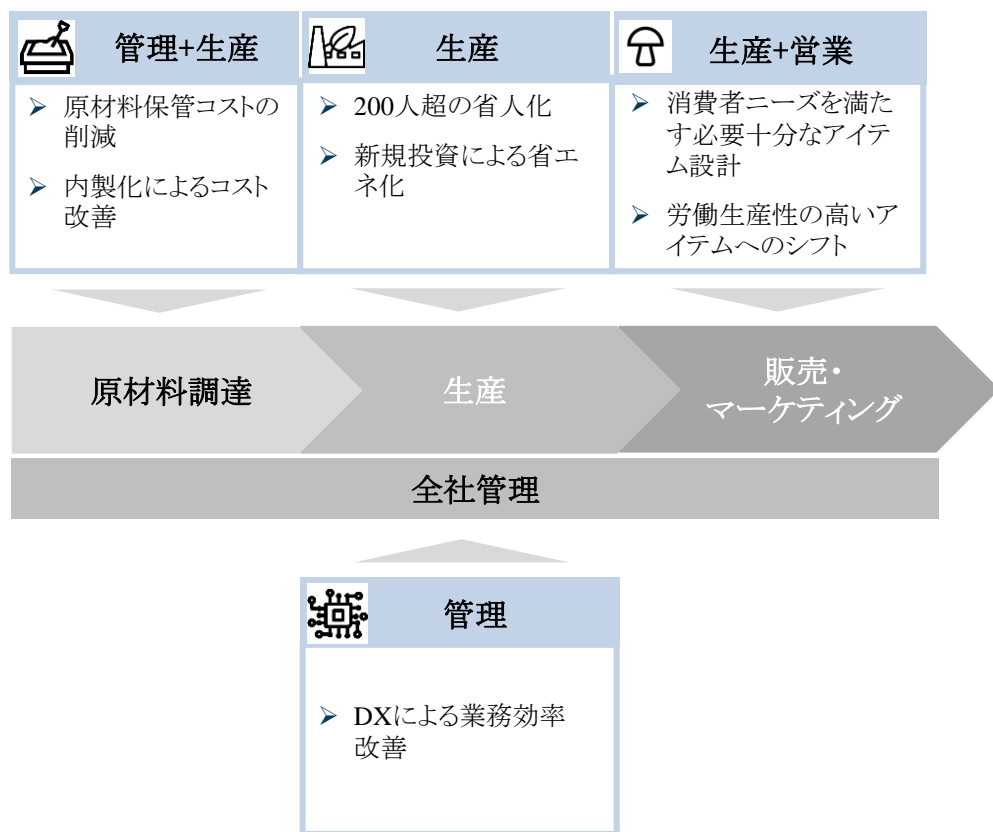
基本方針A. 国内きのこ市場(将来のポートフォリオ)

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

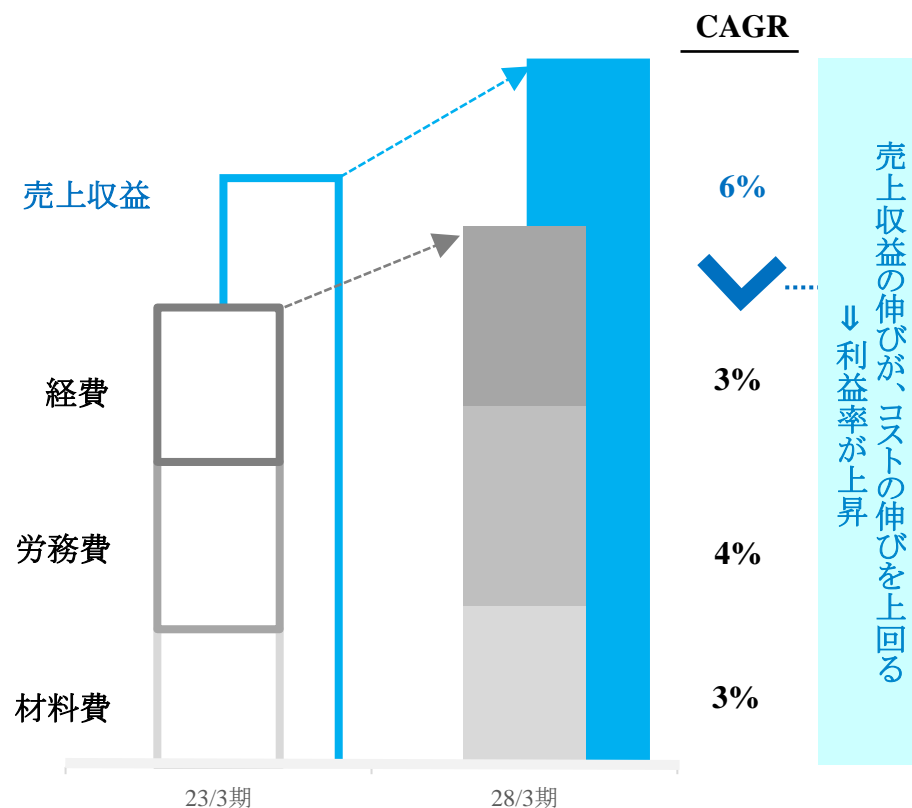


基本方針B: 聖域なき全プロセスの合理化

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

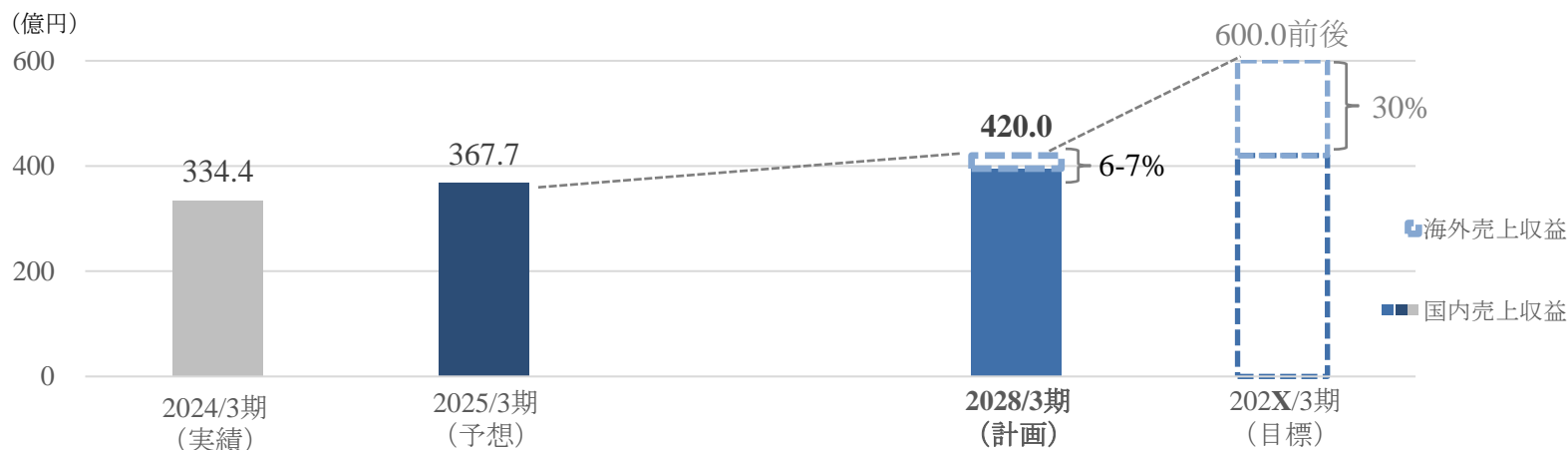
- 買収したオランダ企業を**統合**し、**更なる事業拡大**を推進する
- **優れた技術や製品**を**国境を越えて共有**し、グループ全体の競争力を向上させる
- 戦略展開に応じて**追加買収の可能性**を探索する



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

| | 2024/3期 (実績) | 2025/3期 (予想) | 2028/3期 (計画) | アップサイド |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------|
| 1. 売上収益 | 334.4億円 | 367.7億円 | 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 | 14.4% | 14.1% | 18%前後 | 18%前後 |
| 4. ROIC | 6.4% | — | 10%前後 | |



| コアEBITDAマージン | 14.4% | 14.1% | 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



5

財務方針と株主還元



今後に向けた当社の財務方針

営業活動で獲得した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、持続可能な株主還元と中期的成長に必要な投資を両立し、企業価値向上を目指す

| | | | |
|------------------|----------|------|--------|
| 2024年3月期 | 1株当たり配当金 | 年間配当 | 11円00銭 |
| | | 中間配当 | 1円00銭 |
| | | 期末配当 | 10円00銭 |
| | 配当性向 | | 32.3% |
| 2025年3月期 (予想) | 1株当たり配当金 | 年間配当 | 12円00銭 |
| | | 中間配当 | 3円00銭 |
| | | 期末配当 | 9円00銭 |
| | 配当性向 | | 30.9% |

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バランスを実現』

- 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%)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



6

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:1,054名、臨時雇用者数:1,472名 (2024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)



新潟本社



東京本部

東京本社

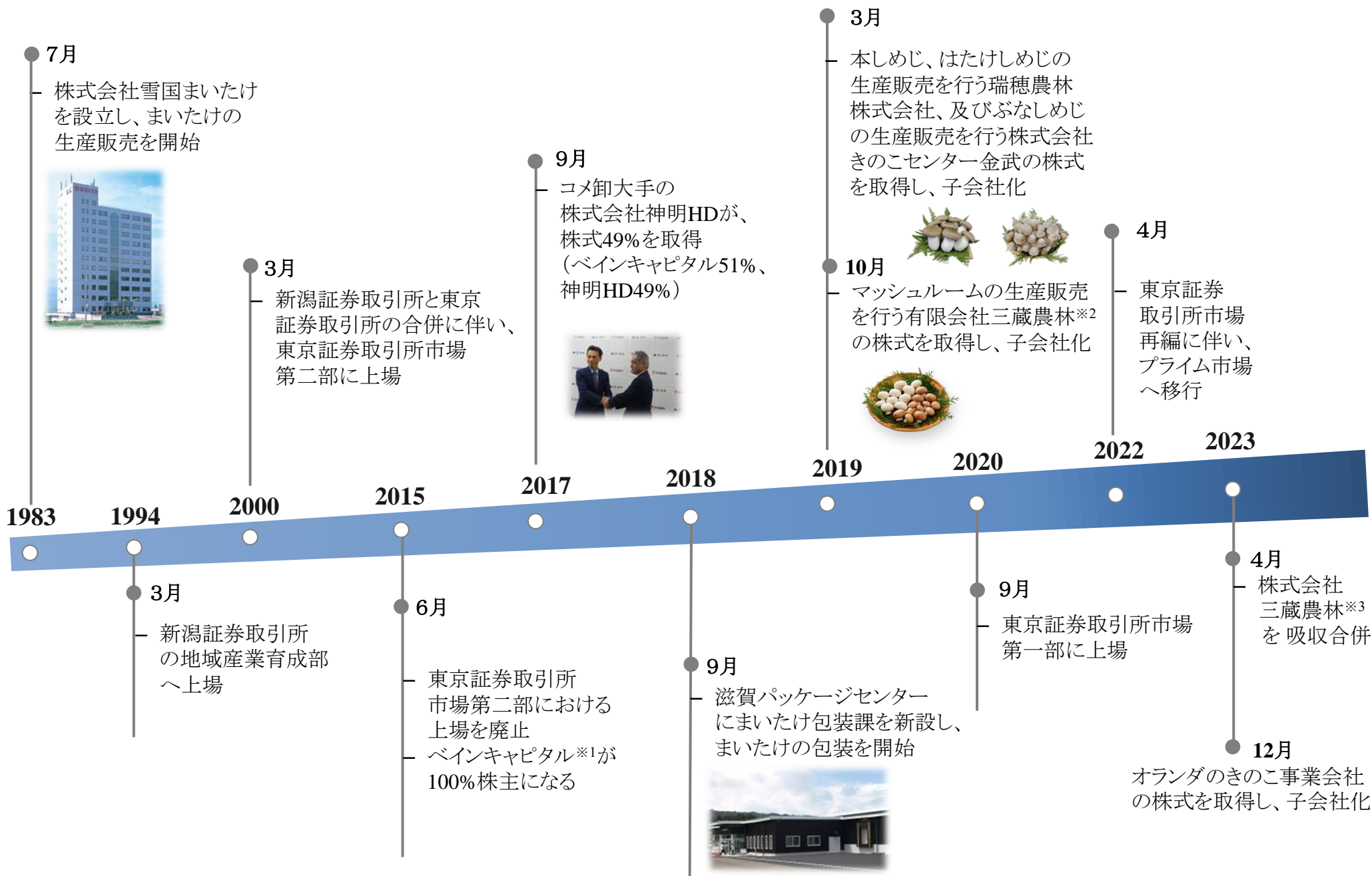


- 生産・営業拠点
- 営業拠点
- 関連会社

※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“約900g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

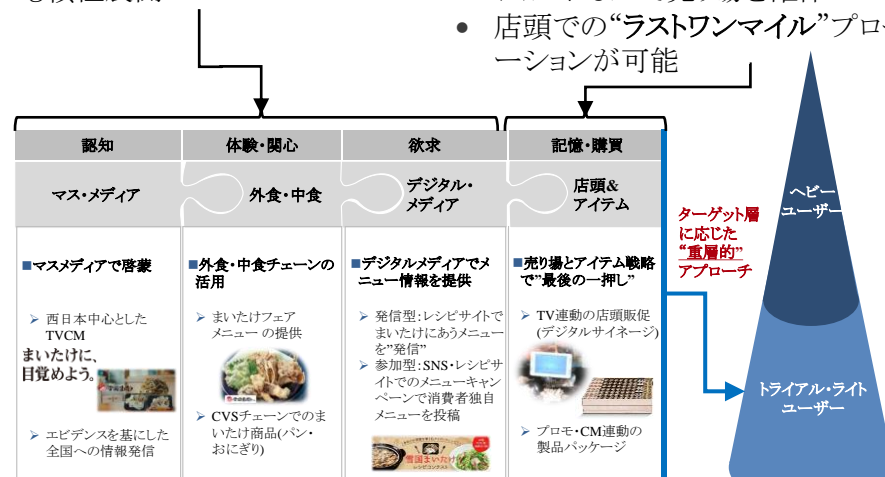
顧客層の違いに応じたきめ細かな立体的マーケティング

- 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

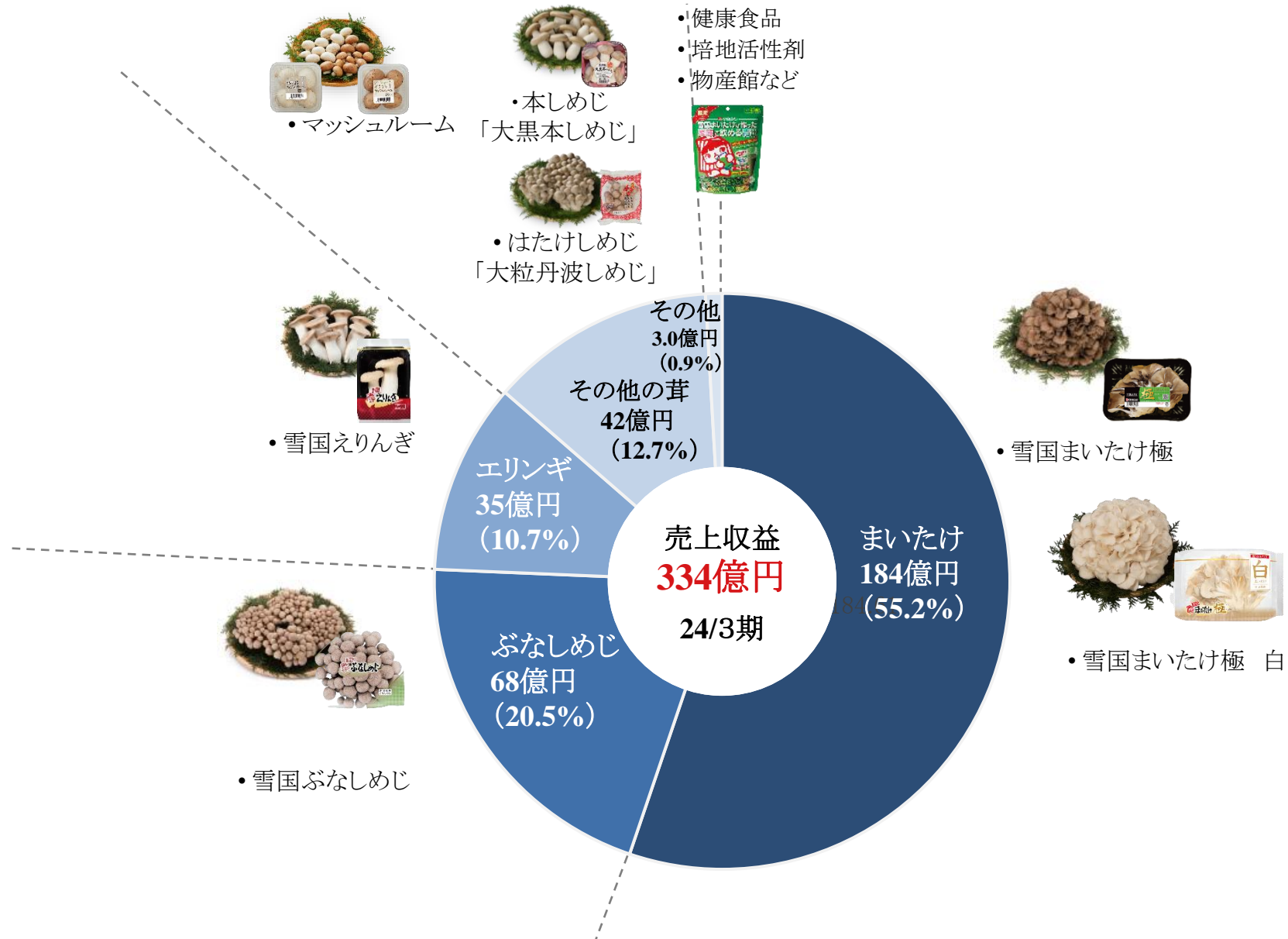


複数のメディア・チャネルを“複合”した購買プロセスの構築



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

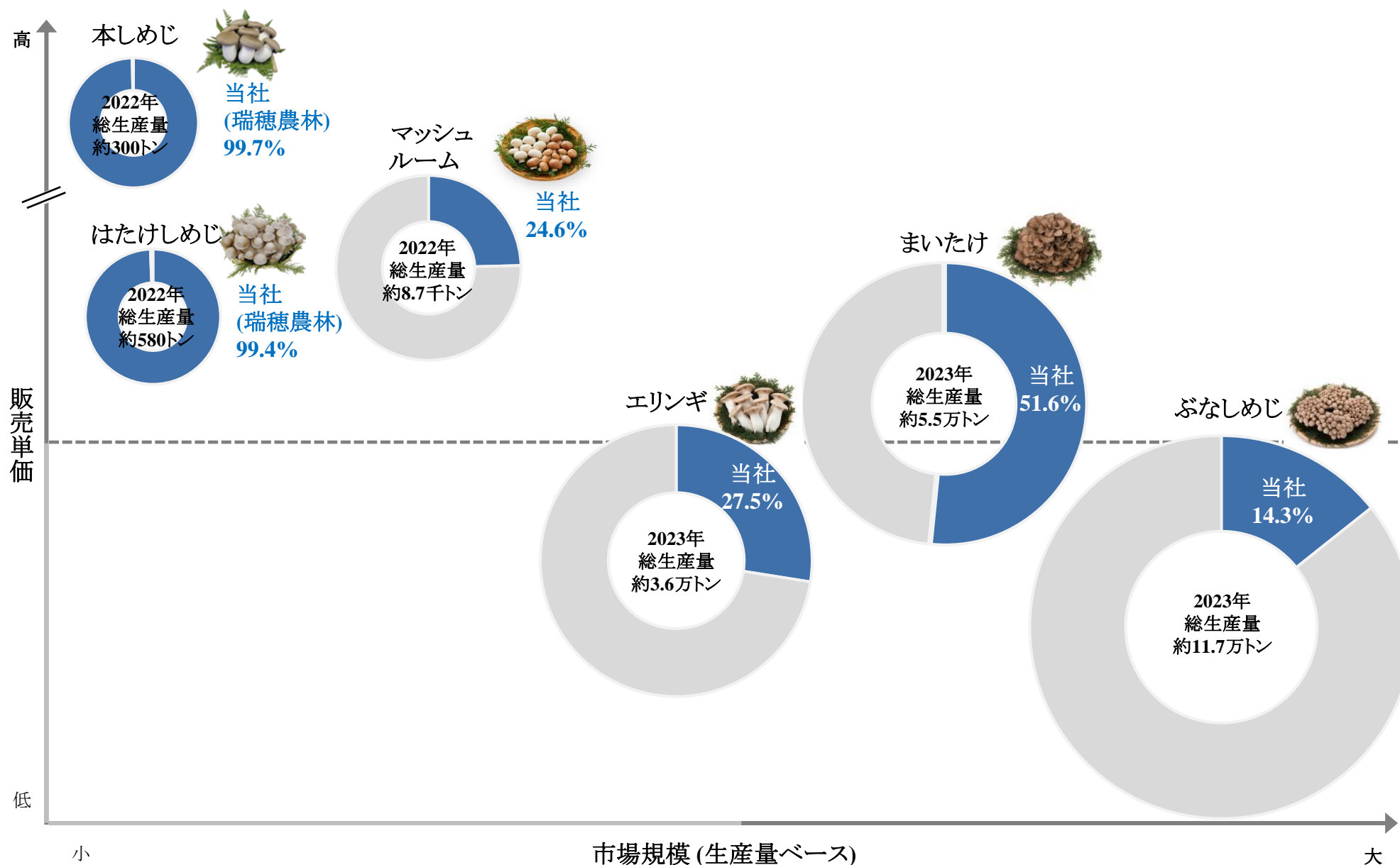
※2 各きのこの加工食品は、原料となるきのこのセグメントに分類

※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



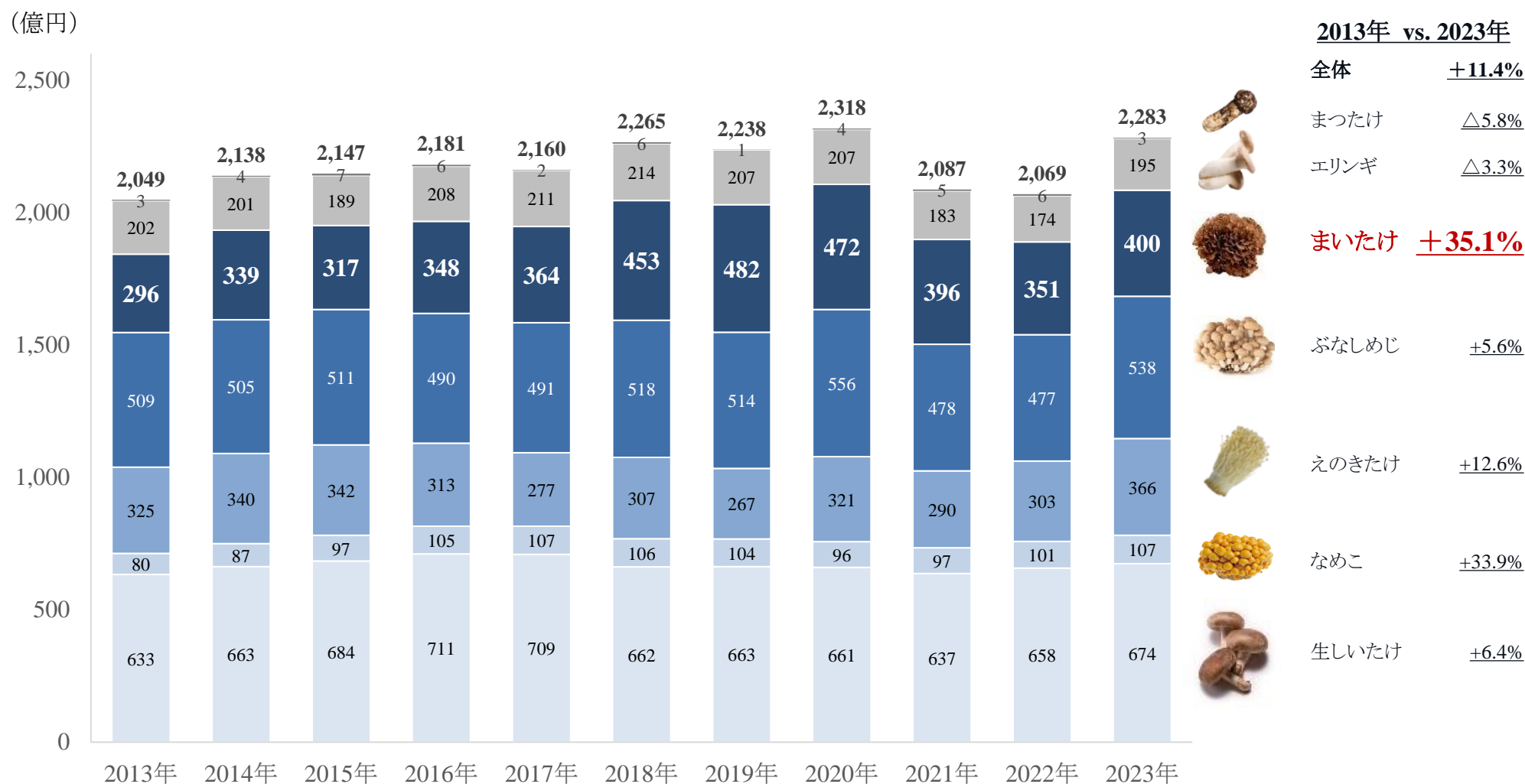
※ 各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出(弊社生産量÷国内全体での生産量)

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上がり、きのこ類全体の市場規模は回復傾向



※ 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

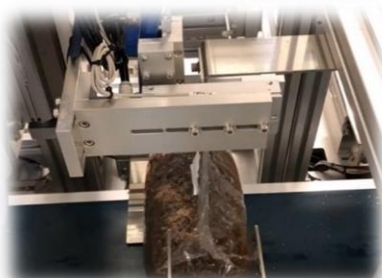
安定した生産能力・収穫・品質

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

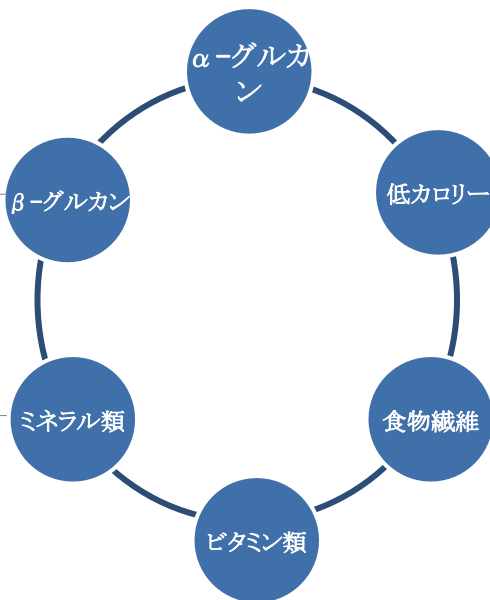
- ※1 ・ He et al. 2017 Int. J. Biol. Macromol. 101: 910-921.
- ・ Wesa et al. 2015 Cancer Immunol Immunother 64: 237-247.
- ・ Masuda et al. 2013 Int. J. Cancer 133: 108-120.

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

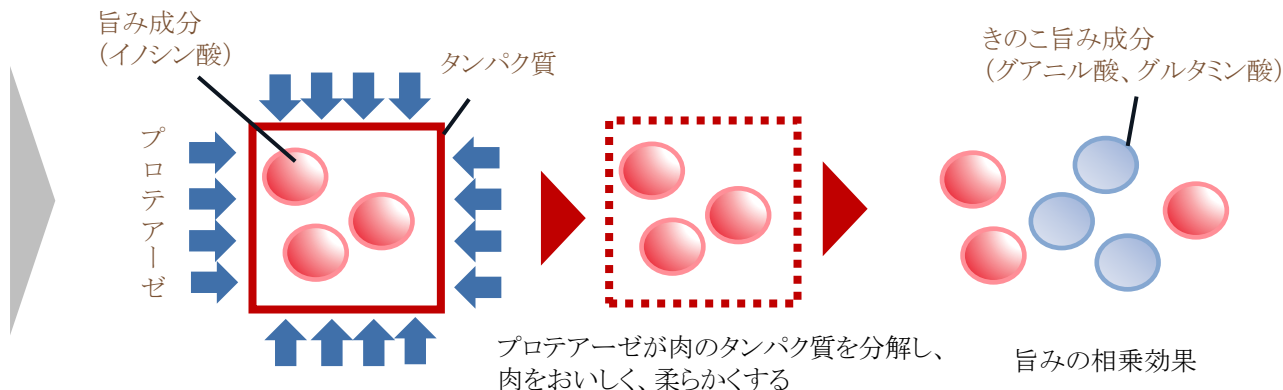
タンパク質分解酵素(プロテアーゼ)

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

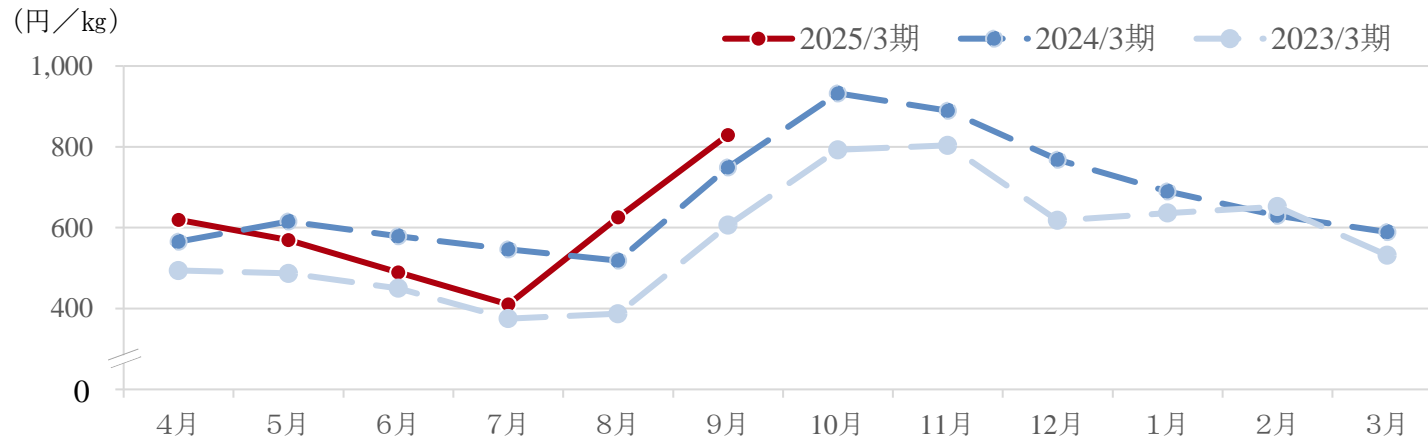
主要な旨み成分である“グアニル酸”と“グルタミン酸”を含み、肉の持つ“イノシン酸”と合わせ、旨みの相乗効果が生まれる。また、いつもの料理にプラスすることでおいしさが一層アップする。





外部環境 市場取引単価の推移

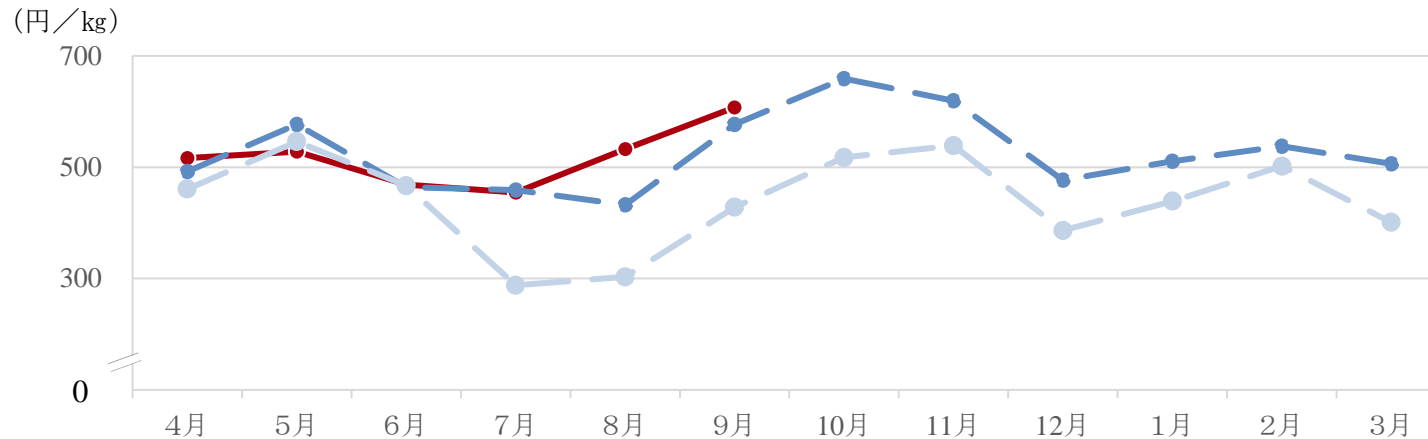
まいたけ



加重平均単価(円)

| | 2Q | 通年 |
|---------|-----|-----|
| 2025/3期 | 591 | - |
| 2024/3期 | 600 | 679 |
| 2023/3期 | 473 | 582 |

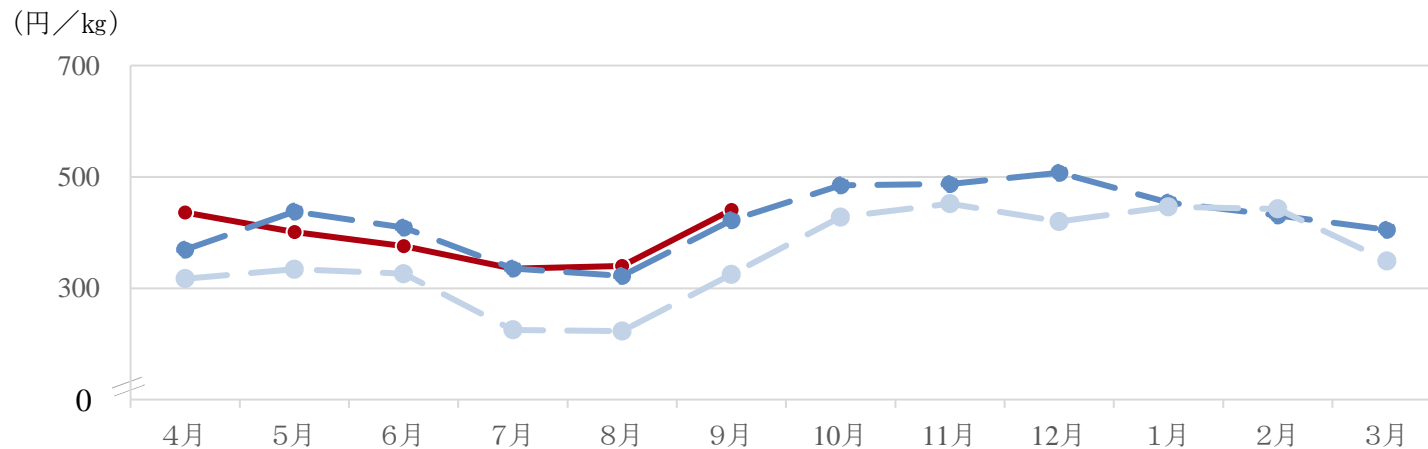
エリンギ



加重平均単価(円)

| | 2Q | 通年 |
|---------|-----|-----|
| 2025/3期 | 519 | - |
| 2024/3期 | 502 | 525 |
| 2023/3期 | 405 | 434 |

ぶなしめじ



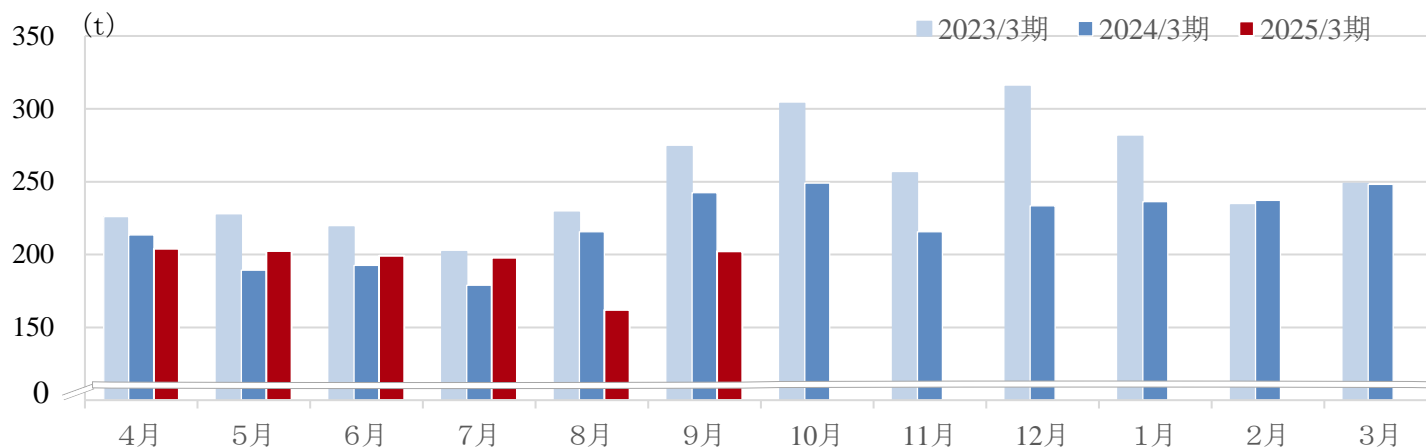
加重平均単価(円)

| | 2Q | 通年 |
|---------|-----|-----|
| 2025/3期 | 390 | - |
| 2024/3期 | 384 | 427 |
| 2023/3期 | 292 | 363 |



外部環境 市場販売量の推移

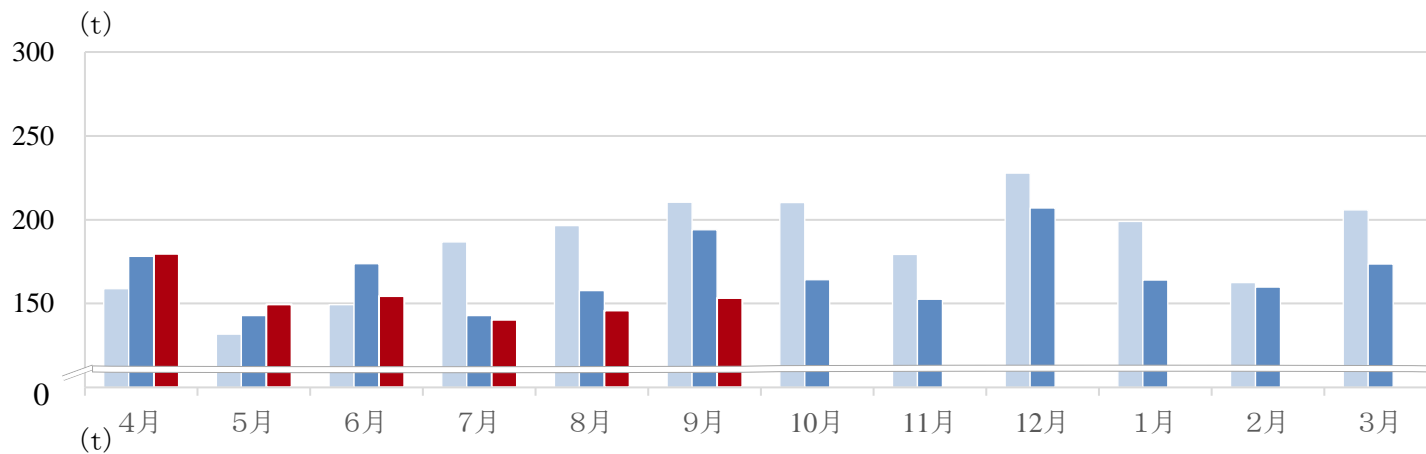
まいたけ



市場販売量(t)

| | 2Q | 通年 |
|---------|-------|-------|
| 2025/3期 | 1,167 | - |
| 2024/3期 | 1,232 | 2,652 |
| 2023/3期 | 1,377 | 3,016 |

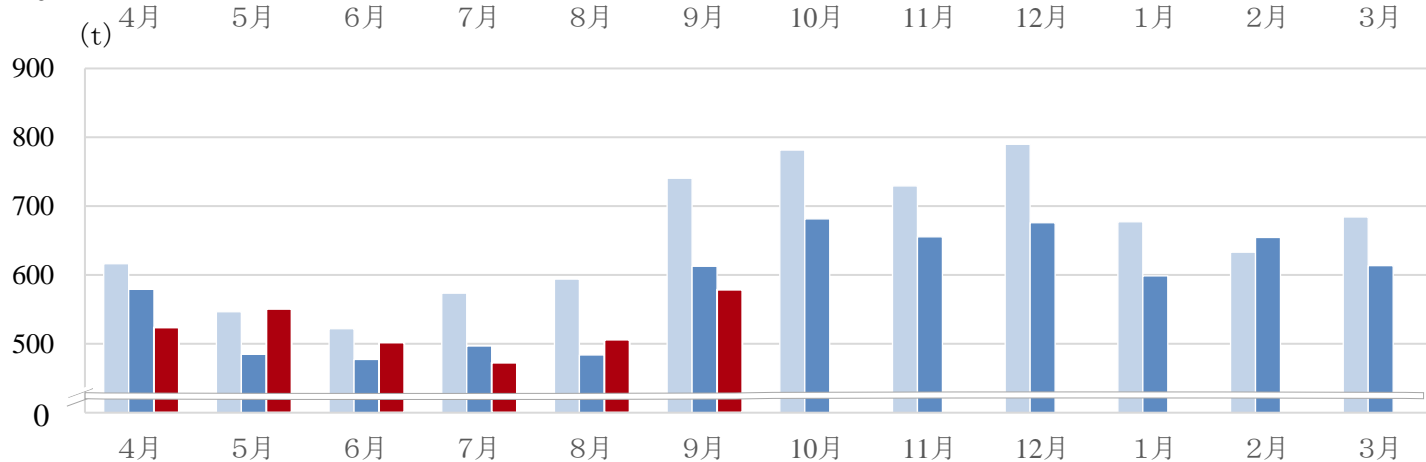
エリンギ



市場販売量(t)

| | 2Q | 通年 |
|---------|-------|-------|
| 2025/3期 | 923 | - |
| 2024/3期 | 989 | 2,011 |
| 2023/3期 | 1,033 | 2,217 |

ぶなしめじ

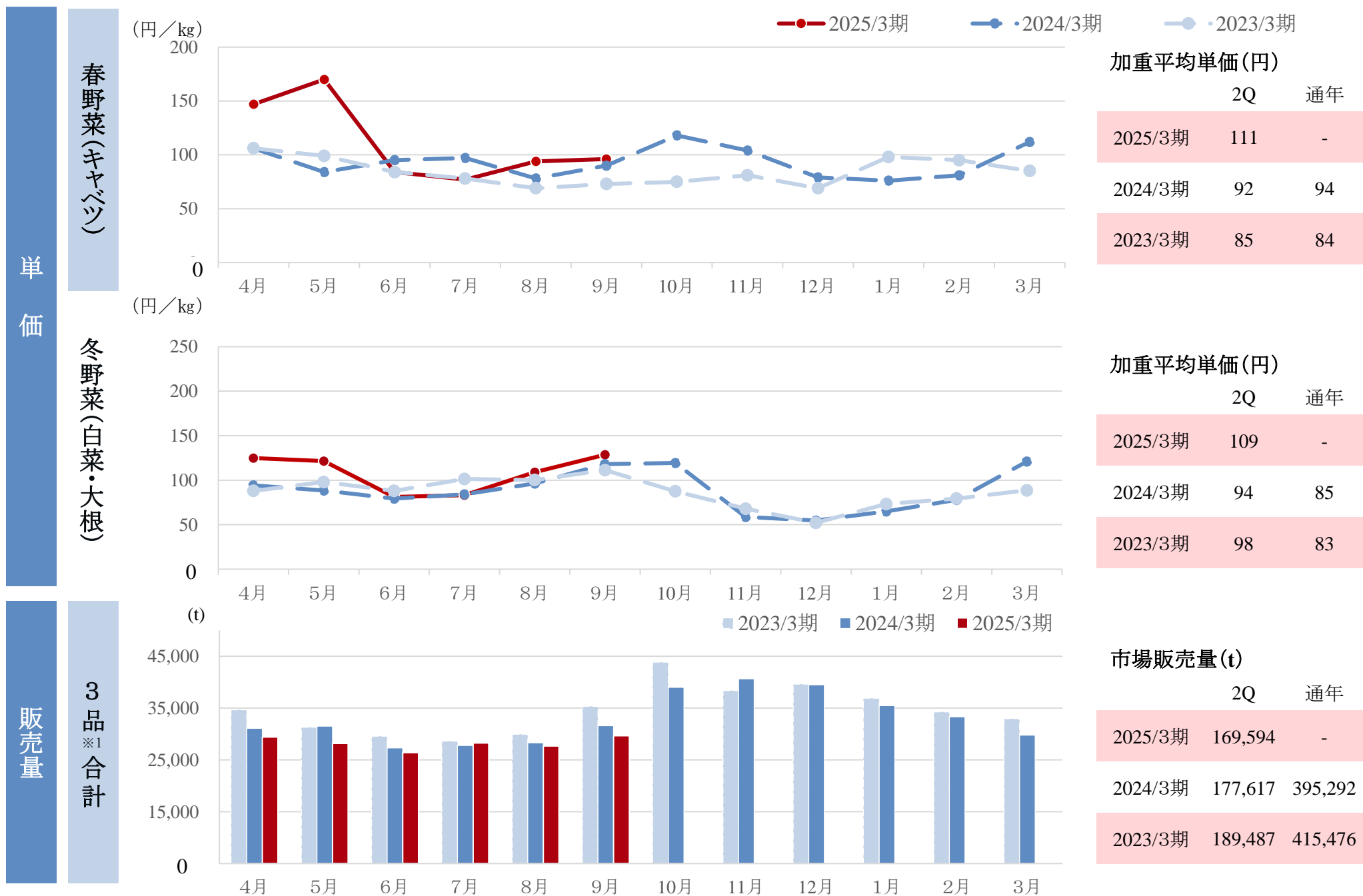


市場販売量(t)

| | 2Q | 通年 |
|---------|-------|-------|
| 2025/3期 | 3,134 | - |
| 2024/3期 | 3,135 | 7,014 |
| 2023/3期 | 3,592 | 7,887 |



外部環境 季節野菜の市場取引推移



※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



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