

ゼロから上場まで！

～新しい農産物流通への挑戦～

Passion for Agriculture

～農業に情熱を～



会社概要

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 1975年1月2日 東京農業大学客員教授
本社	●和歌山県和歌山市黒田99番地12 希望郷いわて文化大使
資本金	●494百万円
業績	●売上高：4,737百万円（2021年8月期） ●流通総額：12,315百万円（2021年8月期）
従業員数	●250名（役員・パート含む）
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）
事業所	●営業所：「東京営業所」「大阪営業所」「名古屋営業所」 ●集荷場：全国94拠点
登録生産者数	●10,000名
販売拠点	●全国スーパーマーケット：国内2,000店舗／香港12店舗
関連会社	●株式会社世界市場／Nippon Ichiba Hongkong Limited

農業ベンチャー初！の上場



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

東証マザーズ上場

2016年6月16日

【東京証券取引所Arrows】

証券コード:3541





自己紹介



流通
が
重要



(農家 × 八百屋) + (IT × 泥臭さ) + (現場力 × 情熱)
= **農業ベンチャー**



経営陣紹介

堀内 寛 代表取締役社長 慶應義塾大学理工学研究科卒業 1973年 2月20日生まれ

- ・住友商事株式会社 入社
 - ・ハーツリンク株式会社 設立
- 代表取締役就任

松尾 義清 取締役副社長 九州大学経済学部卒業 1975年12月24日生まれ

- ・三菱電機株式会社 入社
 - ・株式会社アプレシオ 入社
- 取締役経営戦略室長

坂本 大輔 取締役/経営企画室長 上智大学経済学部卒業 1978年 5月17日生まれ

- ・株式会社大塚商会 入社
 - ・有限責任監査法人トーマツ 入所
- 公認会計士 登録

清野 芳昭 常勤監査役 早稲田大学法学部卒業 1948年 3月29日生まれ

- ・大和証券株式会社 入社



経営理念



新しい農産物流通を創造する会社

Vision
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

Mission
経営方針

ビジネスとして魅力ある農産業の確立

Innovation
農業革新

農業の産業化
産業として強い農業

農業の構造改革
「ありがとう」が届く構造

農業の流通革命
時代に合致した流通

Challenge
創造挑戦

ベンチャー精神

Mind
行動指針

愛情
すべてを愛する人間

感謝
ありがとうを伝える人間

笑顔
幸せを呼ぶ人間

農家の直売所事業



生産者と都市部スーパー等を直接つなぎ
新鮮で顔が見える農産物を生活者にお届け



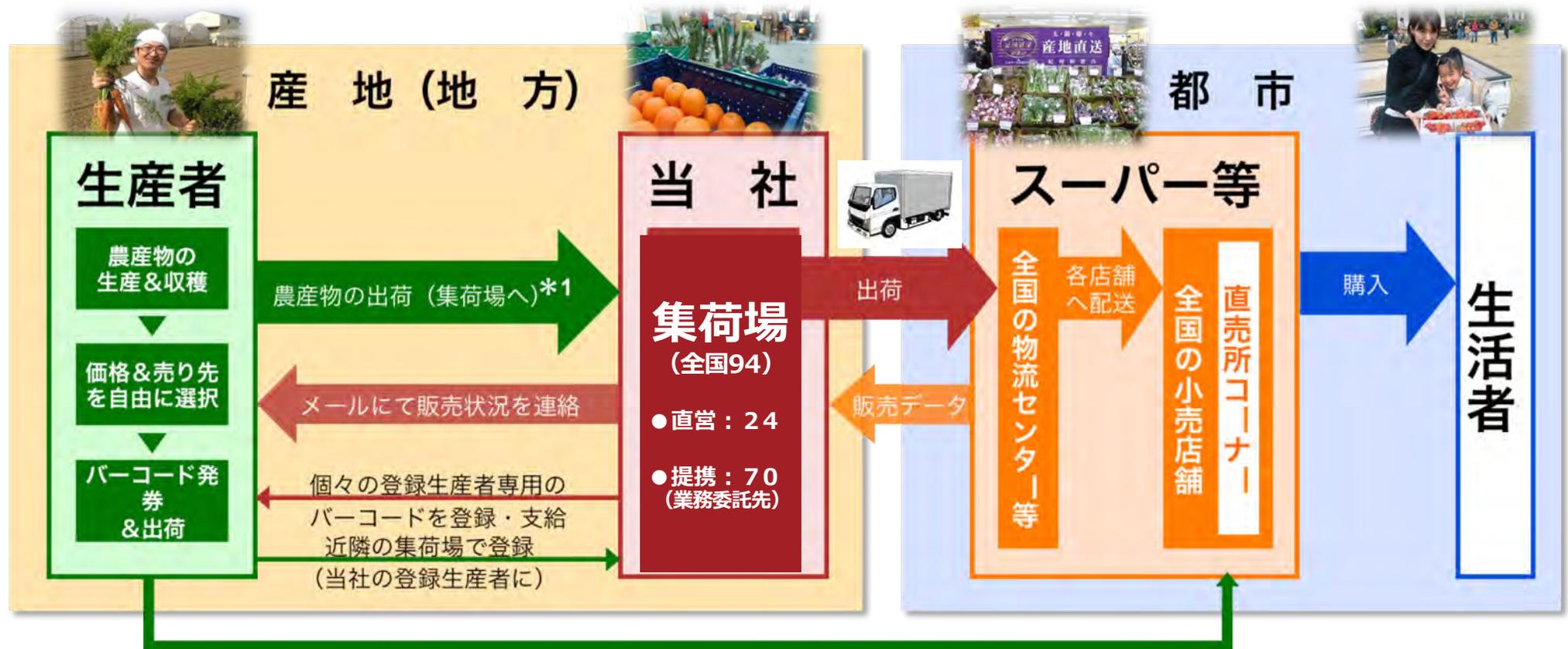
生産者の写真・氏名・農産物名等を表示し、
“顔の見える売り場”に





事業概要

物流&ITプラットフォーム



原則1日で店頭へ

*1: 集荷場が遠方にあり出荷できない登録生産者には、タブレット端末とバーコード発券機を貸与し自宅でバーコードを発券し、直接スーパー等へ郵送



ITプラットフォーム

都会のスーパーマーケット情報が手に取るようにわかる仕組み

「農家の直売所」専用アプリケーション『農直アプリ』
販売戦略支援支援ツール



- ▶ 売上データ、販売率、ランキング、支払明細書などの確認
 - ▶ 店舗の基本情報、その店舗に出荷されている商品の確認
 - ▶ 商品相場情報、おすすめ価格、店頭価格の確認
 - ▶ イベントカレンダー店舗フェアなどイベントカレンダー
 - ▶ 商品に貼るバーコードラベルなどの発券機能
 - ▶ 栽培履歴（トレーサビリティ）の管理
- etc...

開発中アプリ

生活者向けアプリ



バイヤー向けアプリ



順次機能追加し、生産者の農産物流通をフルサポート

既存流通との比較



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

生産者 *ワンストップで様々な流通を選択*

既存流通（市場）

価格決定権なし（市場相場・競りにより決定）
出荷決定権なし（販売店不明）
生産決定権なし（指定されたもののみ生産可能）
ロスリスクなし（出荷できないものあり）
収入低い



弊社流通（農家の直売所）

価格決定権あり（自由に価格を決定）
出荷決定権あり（自由に販売先を決定）
生産決定権あり（自由に好きな生産）
ロスリスクあり（出荷できないものなし）
収入高い

生活者 & 生産者双方にとってメリットのある流通

生活者 *毎日新鮮なものを近くで購入*

既存流通（市場）

3～4日後に店頭へ（収穫日不明）
未完熟商品（早取り）
生産者が不明（共選出荷）
規格品（流通規格）
価格高い



弊社流通（農家の直売所）

翌日には店頭へ（鮮度が良い）
完熟商品（味が良い）
生産者の名前入り（顔が見える）
未規格品（選ぶ楽しさと多品目）
価格安い

流通価格の比較



既存流通（市場） 大規模流通



直売流通（道の駅） 小規模流通



産直流通（農家の直売所） 中規模流通





産直卸販売事業

産地取材～商品の付加価値を見える化 (ブランディング)

農総研の買取商品専用のオリジナルデザインです。
POP、パッケージデザインで「商品の付加価値を見える化」。
イメージを統一することでブランドを確立。売場での一体感が生まれ、
お客様の目にも留まりやすくなり、選ばれる商品に。



〈表面〉



〈裏面〉

■農総研の買取商品専用 オリジナルパッケージデザイン

クラシルレシピ

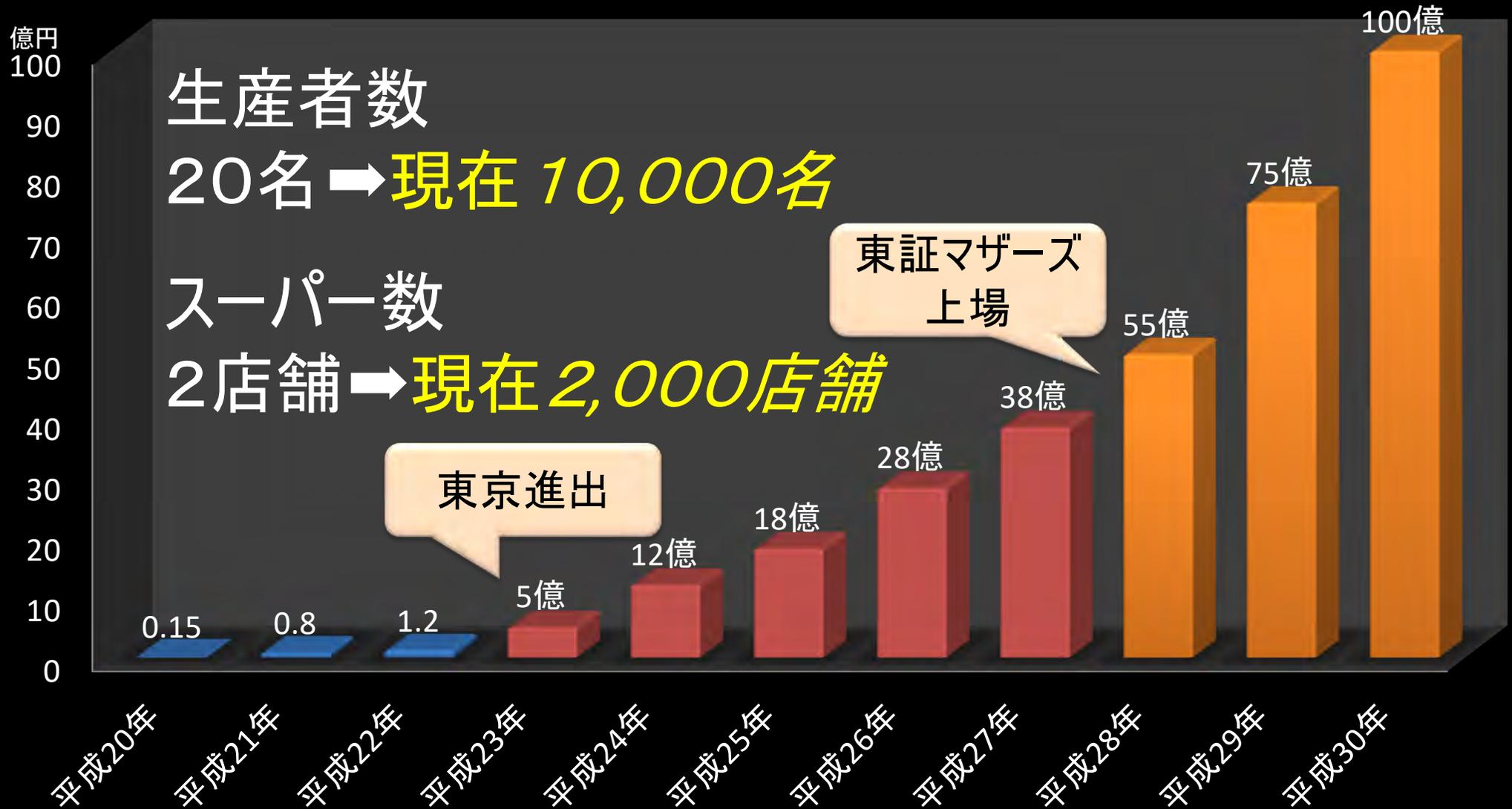


■農総研の買取商品専用 オリジナル POP デザイン





業績推移



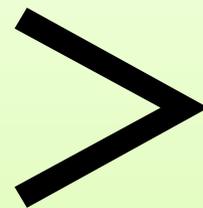
流通の6次産業化

にんじん生産量



613,330t /年

余剰量



236,620t

にんじん消費量



376,710t /年

貯蔵・輸出・加工など、余剰分を
市場へ流通させない仕組み

給食の国産化など、より多くのにん
じんを食べてもらうための仕組み



株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

最後に

農業に情熱を！

Passion for agriculture