



ひとを大切に。自然を大切に。

ホウライ株式会社

2026年9月期 決算説明資料

2025年10月1日～2026年9月30日



1 2026年9月期の経営成績（損益計算書）

- ◆ 保険において損保の契約更改、生保の新規契約により増収
- ◆ 牧場施設のリニューアル、ソフトクリームショップ出店が寄与し増収
- ◆ 営業利益は過去最高益、6期連続で増収増益

（単位：百万円、百万円未満切り捨て）

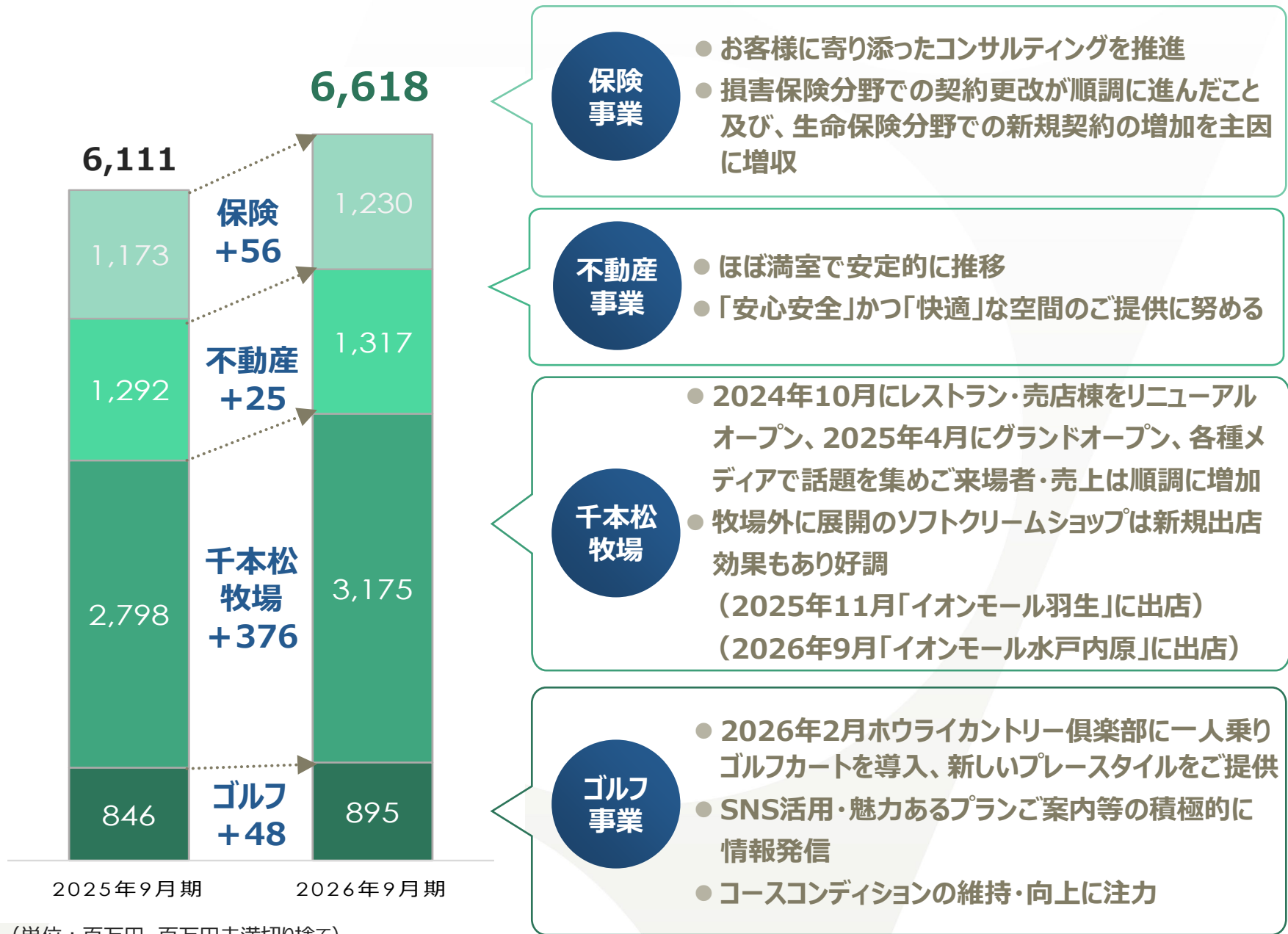
	2025年 9月期	2026年9月期	前期比
営業収益	6,111	6,618	+506
営業原価	4,672	5,120	+447
営業総利益	1,439	1,498	+59
一般管理費	822	844	+22
営業利益	616	653	+36
会員権消却 益	133	127	▲6
経常利益	734	768	+33
固定資産 除売却損等	62	16	△45
当期純利益	497	546	+48

	前期比	【主な要因】
営業収益	+506	給料・雑給 +65 賞与 +39 役員報酬 +29
営業費用	+470	
人件費	+123	減価償却費 +60 支払手数料 +80 修繕費 +37 支払リース料 +22 賃借料 +13 他
経費	+218	
その他	+128	
営業利益	+36	
EBITDA	+97	

牧場レストラン・売店（2024年10月
リニューアルオープン）の旧施設取り壊し
に伴う除却損等

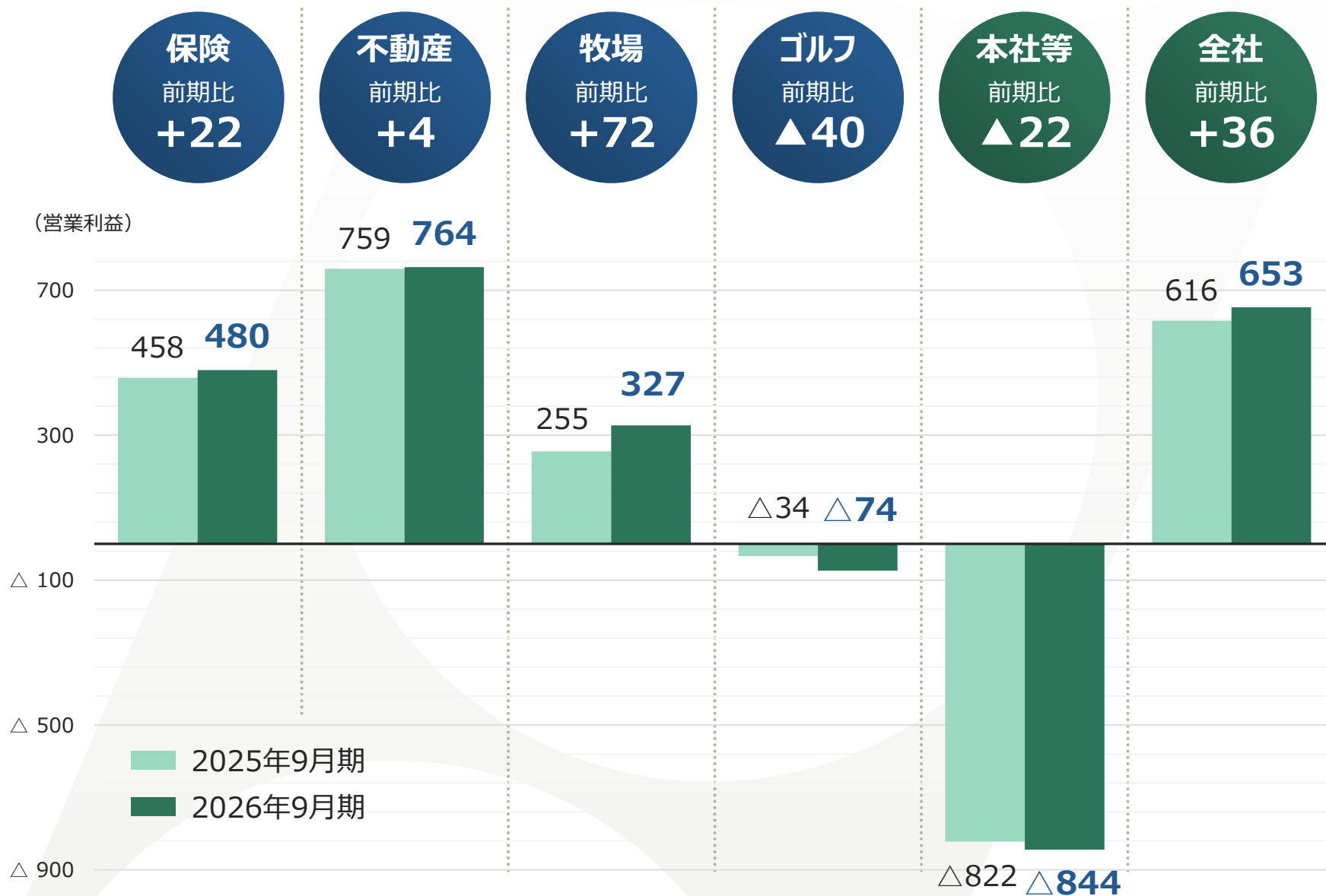
牧場内施設改修に伴う除却損等

2 2026年9月期 セグメント別営業収益



3 2026年9月期 セグメント別営業利益

(単位：百万円、百万円未満切り捨て)

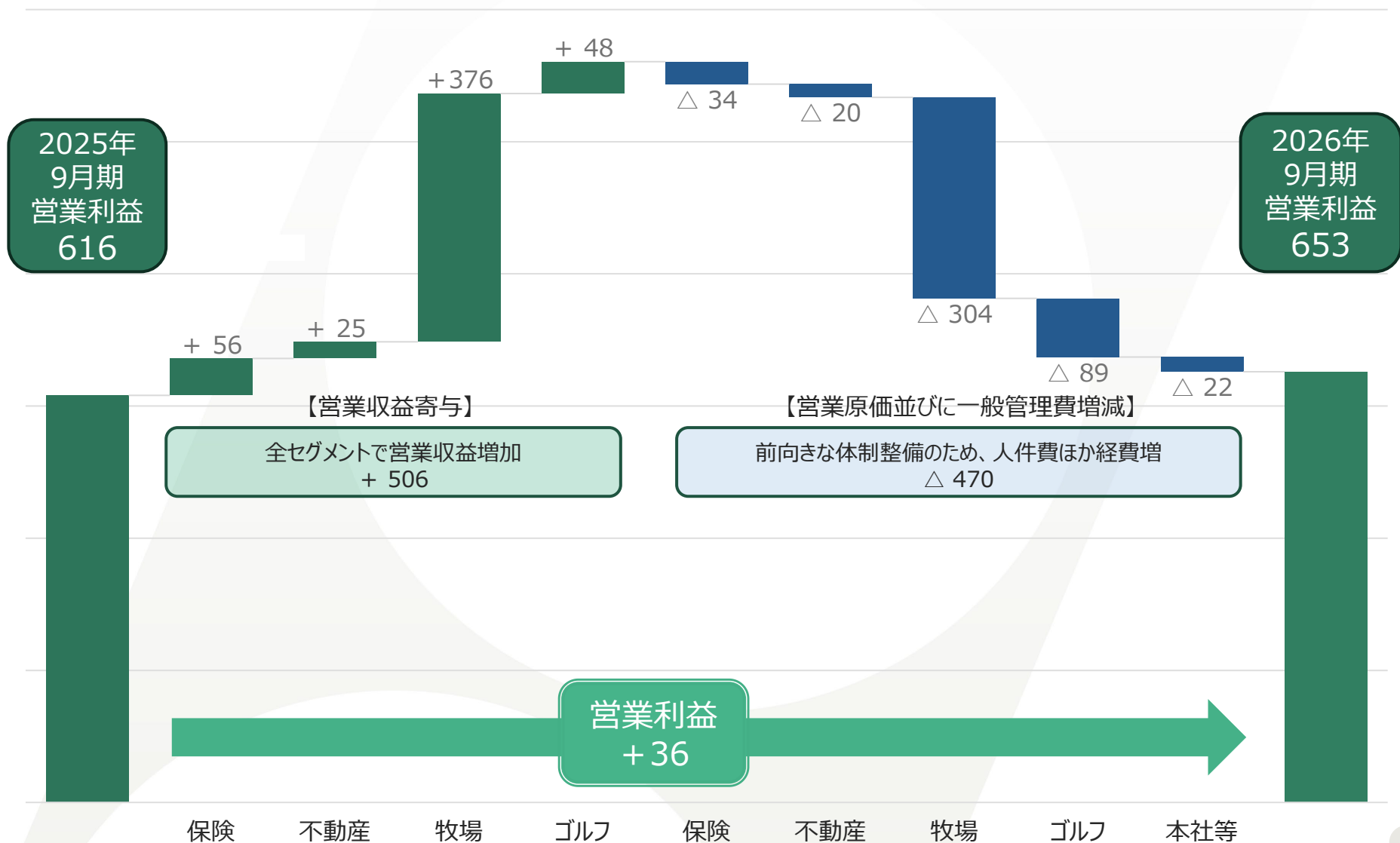


4 2026年9月期 営業利益の増減要因

(単位: 百万円、百万円未満切り捨て)

営業利益の成長要素をセグメント別に階段図にまとめました。

■ 増加 ■ 減少



(単位:百万円、百万円未満切り捨て)

営業利益
653

経常利益
768

税引前
当期純利益
751

当期
純利益
546

営業外損益

特別損益

法人税等

115

△16

△205

(営業外損益)
会員権消却益 127
受取配当金 32
支払利息 △34

(特別損益)
固定資産除売却損 △16

(法人税等)
法人税、住民税及び事業税 △197
法人税等調整額 △8

653

768

751

546

（単位：百万円、百万円未満切り捨て）

	2025年 9月期	2026年9月期	前期比
資産合計	19,706	19,997	+291
流動資産	2,753	2,388	△364
現金及び預金	1,940	1,646	△294
固定資産	16,953	17,609	+655
負債合計	9,841	9,463	△377
流動負債	1,507	1,381	△126
保険会社勘定	122	27	△ 95
固定負債	8,334	8,082	△251
長期預り保証金	5,175	4,905	△269
長期借入金	2,858	2,737	△120
純資産合計	9,865	10,533	+668
自己資本比率	50.1%	52.7%	+2.6%

営業キャッシュフロー 1,262
 投資キャッシュフロー △1,058
 財務キャッシュフロー △403
 保険会社勘定 △95

設備投資 863
 減価償却 △498
 除売却 △64
 投資有価証券 317

未払金 △197
 未払費用 △41
 未払消費税等 115

当期純利益 546
 配当 △100
 有価証券評価差額 217

7 2026年9月期 キャッシュフローの状況

(単位:百万円、百万円未満切り捨て)

	2025年 9月期	2026年 9月期	前期比
営業活動による キャッシュ・フロー	938	1,227	+288
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,095	△1,022	+72
財務活動による キャッシュ・フロー	△346	△403	△57
現金及び現金同等物 の増減額	△502	△199	+303

税引前当期純利益	751
減価償却費	513
未払消費税	115
法人税等支払	△166

有形固定資産取得	△859
設備未払支払	△209

配当金支払	△99
入会預り保証金の買取	△164
長期借入金返済	△120

	2025年 9月末	2026年 9月期	増 減
現金及び現金同等物 の残高	1,817	1,618	△199

前中期経営計画までの成長軌道を受け「サステナブルな成長」と「次の成長に向けた基盤強化」を両立
事業成長に伴う業務量拡大や足許の人材不足、インフレに伴うコスト上昇といった環境変化を踏まえ、

1. 収益基盤の強化と成長領域への重点配分

商品・サービスの拡充により顧客満足度と収益力を高めつつ、成長領域へ経営資源を重点配分し、サステナブルな成長を目指す

2. 人的資本への戦略投資とDXの推進

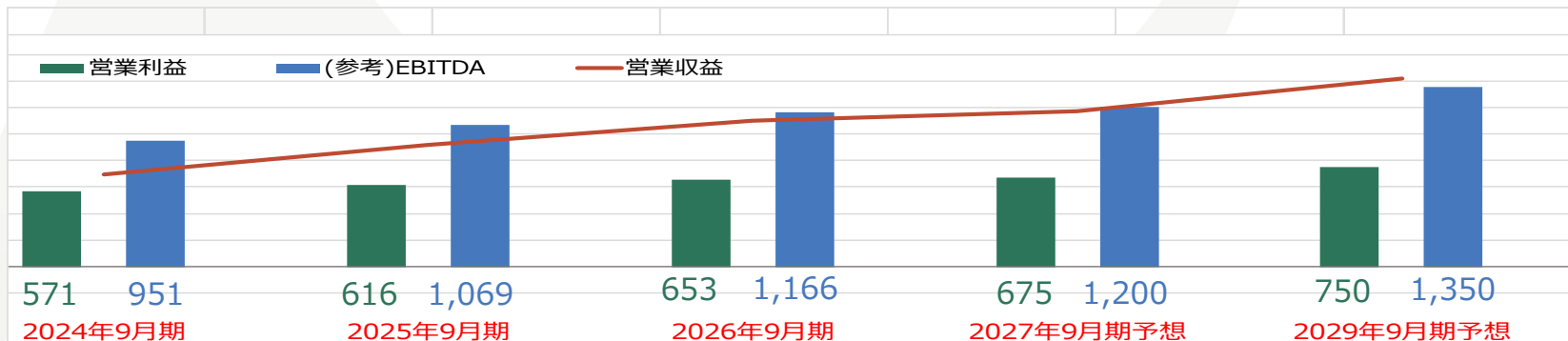
変革を担う人材の育成による推進・管理態勢の整備やDX推進により、成長と生産性向上を両立する

3. ESGへの取組み深化

循環型酪農高度化と自然資本整備を進め「ネイチャーポジティブ型観光牧場モデル」の確立を目指す

(単位：百万円)
※百万円未満切り捨て

					新中期経営計画		2029年9月期 業績予想
	2024年 9月期実績	2025年 9月期実績	2026年 9月期実績	前期比	2027年9月期 業績予想	前期比	
営業収益	5,480	6,111	6,618	506	6,800	181	7,500
営業利益	571	616	653	36	675	21	750
経常利益	724	734	768	33	775	6	—
当期純利益	308	497	546	48	540	▲6	—
参考：EBITDA	951	1,069	1,166	97	1,200	33	1,350



☆☆ 2025年4月のグランドオープンから2年目へ～さまざまなイベント開催・新商品発売 ☆☆

千本松ハロウィーン2026



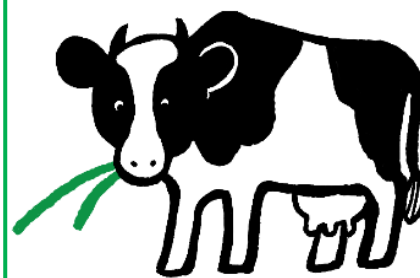
千本松牧場牛まるごとビーフカレー 牧場の牛乳のおいしさをそのままに
PURE MILK JAM
(ピュアミルクジャム)



どうぶつふれあい広場に「アルパカ」が仲間入り



千本松牧場公式キャラクター



【なまえ】
セボン

オリジナルキャンディ



2025年11月28日、埼玉県羽生市にあるショッピングモール「イオンモール羽生」に、埼玉県2店舗目としてオープンいたしました。



2026年9月10日、茨城県水戸市にあるショッピングモール「イオンモール水戸内原」に、茨城県初出店としてオープンいたしました。



ハウライの直営店舗は合計7店舗。看板メニューの「千本松ミルクソフト」をはじめ、那須千本松牧場のスイーツ、乳製品等多数の商品を取り揃えています。

成長戦略の中核であるソフトクリームショップ事業を通じて顧客接点を拡大し、“PURE MILK FARM”のブランド発信を強化してまいります。



☆☆ 2026年2月ハウライカントリー倶楽部に100台導入 ☆☆

「G-CART」は、軽量で芝を痛めることなくフェアウェイを走行できる一人乗りカート。この「G-CART」を使うことで、ボールの位置までフェアウェイを移動でき、移動中は、世界的なコース設計家ロバート・ボン・ヘギー設計の美しいハウライカントリー倶楽部のコースと、「那須千本松」の自然の景観を満喫いただけます。また「G-CART」にはキャディーバッグを積むことができるので、最適なクラブをすぐに取り出せます。



■golファーにとっての 3 つのメリット

・ストレスフリーなプレー

「G-CART」にゴルフバッグを積み、ボールの落下地点までフェアウェイを移動できるので、クラブの変更もすぐに行え、目の前のショットにより集中することができます。

・歩行距離が短くなり疲労感を軽減

体への負担が少なく、どなたでも安心してプレーを楽しめます。体力のある方は、気軽にスループレー・ハーフプレーの追加が出来ます。

・1 ラウンドを 3 時間程に短縮

従来のゴルフは「1日かかるスポーツ」というイメージでしたが、1ラウンド3時間程度に短縮でき、プレー後、周辺地域の観光をしたり、家族との時間を過ごしたりと、自由な時間が増やせます。

☆☆ 2026年も西那須野カントリー倶楽部で開催いたしました ☆☆



本大会は、新型コロナウイルス拡大によるトーナメント減少など、かつてない男子プロゴルフ界の苦境を乗り越えるために、ツアープロたち自らが主導して様々なアイデアや夢を持ち寄って企画し、2021年に第1回大会が開催されました。

第1回から6年連続で西那須野カントリー倶楽部で開催され、2026年大会も7月2日から5日まで、那須連山の裾野に広がる雄大な自然の中で、熱戦が繰り広げられました！。



最終日2打差3位タイから出た岩崎 亜久竜（いわさき あぐり）選手が逆転で初優勝。4日間で通算25アンダーの大会新記録でツアー2年ぶり通算3勝目となる嬉しい大会初優勝を果たしました。

～森林整備・生物多様性調査・環境教育を統合した体験プログラムを、2026年秋以降に段階的に展開～



具体的には、①森林施業・生物多様性体験、②里山体験、③循環型酪農高度化、④森林エコシステム構築の4分野で、生物多様性調査と環境教育を統合した体験プログラムを段階的に展開するとともに、各分野の専門事業者・研究者とともに、共創・実証（スタートアップ連携）の枠組みを整備し、現地実装を進めます。

なお、当社は、本取組みにあたり、広告主：株式会社三井住友フィナンシャルグループと、3か年の広告契約を締結しました。2024年4月17日締結の循環型の酪農・林業における協業を目的とした覚書を発展させ、年間115万人が訪れる那須千本松牧場において情報発信を行いながら本事業を推進します。

14 私たちが大切にしている「循環型酪農」

千本松牧場が目指してきた、大地と牛と人のやさしい関係、
「きれいなミルク」が生まれるエコサイクル。



POINT 1

大地にやさしい。自然との共生

100 年前から森を大切に育ててきました。酪農から生じるCO2の多くを敷地内の広大な森林で吸収しています。



POINT 3

人にやさしい。安心安全な生乳

自然を大切に守りながら、牛の主食となる牧草作りから、牛乳の製造工程までしっかり管理。安心安全で、かけがえのない「きれいなミルク」が生まれます。

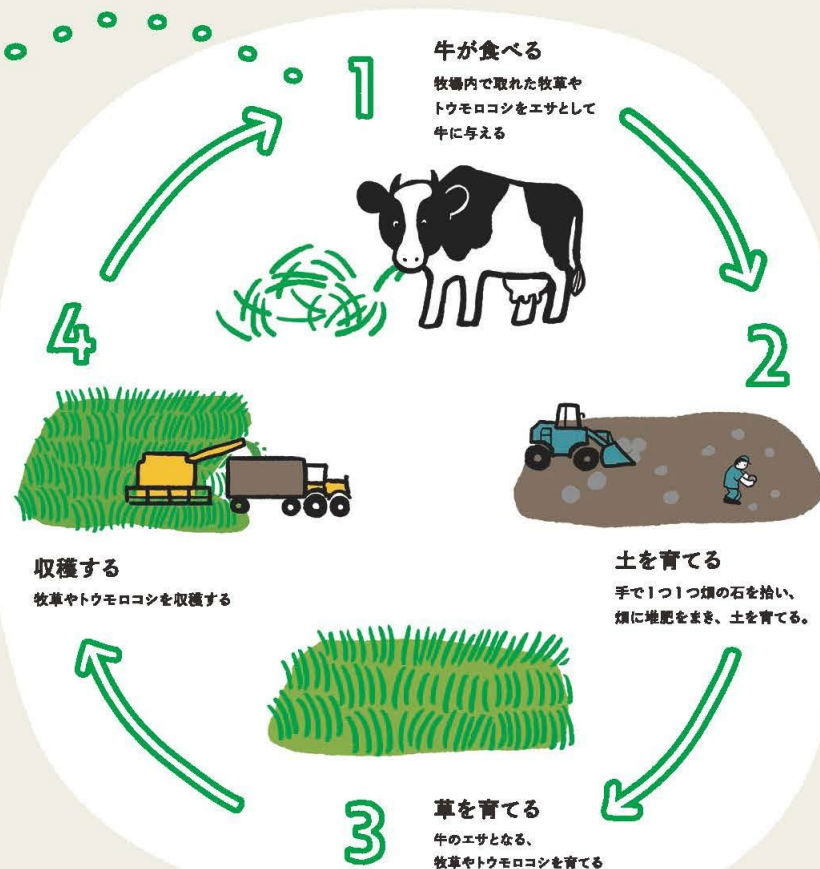
POINT 2

牛にやさしい。自給自足型の暮らし

主食は、本州最大級の牧草場で自家製の堆肥を用いて育てた安全な牧草。寝床は、牧場の森林でとれるおが粉を使ったふかふかのベッド。牛さんはゆったり毎日過ごしています。



森林がメタンガスを吸収



那須千本松牧場が大切にしている循環型酪農の取り組みについて

https://www.senbonmatsu.com/info/JyunkangataRakuno_pamphlet.pdf



＜お問い合わせ先＞

ホウライ株式会社 総合企画部 財務企画室

T E L 03-6810-8115

ホームページ <https://www.horai-kk.co.jp/>



千本松牧場（放牧地）