ユキグニファクトリー

2027年3月期 第2四半期 決算説明資料

2026年11月6日

ユキグニファクトリー株式会社

東証プライム市場：1375

AGENDA

1. 2027年3月期 第2四半期　決算概要
2. 2027年3月期 業績予想
3. 新規事業・次世代に向けた取り組み
4. サステナビリティ
5. 中期経営計画（2024年3月期～2028年3月期）
6. 財務方針と株主還元
7. 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. 2027年3月期 第2四半期 決算概要

2027年3月期 第2四半期　決算総括

第1四半期からの堅調な販売動向を背景に、第2四半期においても過去最高の売上収益を更新するとともに、コアEBITDAも前年同期の水準を上回った

外部環境

- 天候不順や自然災害の発生により、夏野菜を中心に露地野菜の生育に影響を与え、供給量の減少が発生、一部野菜単価の上昇を招いた
- 店頭価格の上昇傾向は消費者の節約志向や選別志向を継続させることとなった
- 中東情勢に起因した原価単価の上昇は、原価の押し上げ要因となった
- 従来からの運賃上昇傾向に加え、中東情勢の影響はさらなる運賃上昇圧力となった

当社の対応

- 外的環境の変化を適切に捉え、需要に応じた商品ミックスの最適化を図り、高単価を維持しつつ、主力商品の販売量が伸長した
- 小売業界の構造変化が進む中、組織的活動と科学的な提案による、人とデータを組み合わせた営業戦略により、新規販売先の獲得、販路拡大につなげた
- 仕入単価の上昇傾向があるものの、環境変化に対応しながら、影響を軽減した
- 運賃単価の上昇及び販売量の増加があるも、配送効率の向上により運賃の上昇幅を抑制した

総括

売上収益
164.8億円

- 対前年同期 +15.2億円（+10.2%）
- 対計画

コアEBITDA
19.2億円

- 対前年同期 +6.9億円（+56.9%）
- 対計画

連結損益計算書（第2四半期）

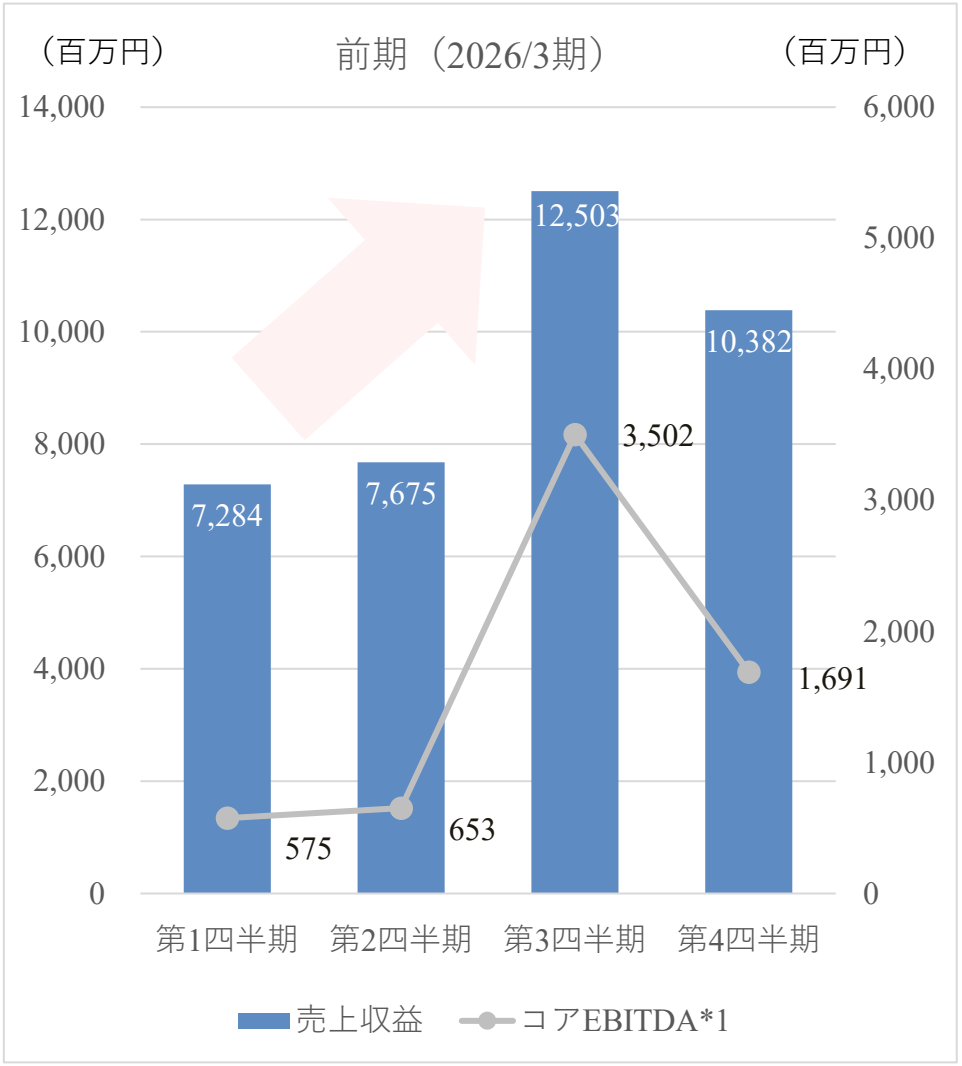
過去最高の売上収益を更新し、当第2四半期累計は対前年同期で増収増益

（百万円）	当期（2027/3期）第2四半期累計 実績	前期（2026/3期）第2四半期累計 実績	増減（対前年同期） 金額/マージン	増減（対前年同期） 率
売上収益	**16,482**	14,959	+1,523	*+10.2%*
公正価値変動による利得	**7,008**	4,813	+2,195	*+45.6%*
収益合計	**23,491**	19,773	+3,718	*+18.8%*
材料費、人件費等	**11,324**	10,513	+810	*+7.7%*
公正価値変動による利得	**5,890**	4,513	+1,377	*+30.5%*
売上原価	**17,214**	15,026	+2,187	*+14.6%*
売上総利益	**6,277**	4,746	+1,530	*+32.2%*
販売費及び一般管理費	**4,552**	4,379	+173	*+4.0%*
その他の収益	**55**	100	△45	*△44.7%*
その他の費用	**30**	36	△5	*△15.3%*
営業利益	**1,749**	431	+1,317	*+305.2%*
対売上収益	***10.6%***	*2.9%*	*+7.7%*	-
対収益合計	***7.4%***	*2.2%*	*+5.3%*	-
税引前四半期利益	**1,633**	377	+1,255	*+332.9%*
親会社の所有者に帰属する四半期利益	**1,022**	81	+940	*+1152.2%*
【参考数値】				
コア営業利益※1	**727**	108	+619	*+572.5%*
コア営業利益マージン※1	***4.4%***	*0.7%*	*3.7%*	-
コアEBITDA※1	**1,928**	1,228	+699	*+56.9%*
コアEBITDA マージン※1	***11.7%***	*8.2%*	*+3.5%*	-

※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
・コア営業利益マージン＝コア営業利益÷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ともに前年同期を大きく上回る

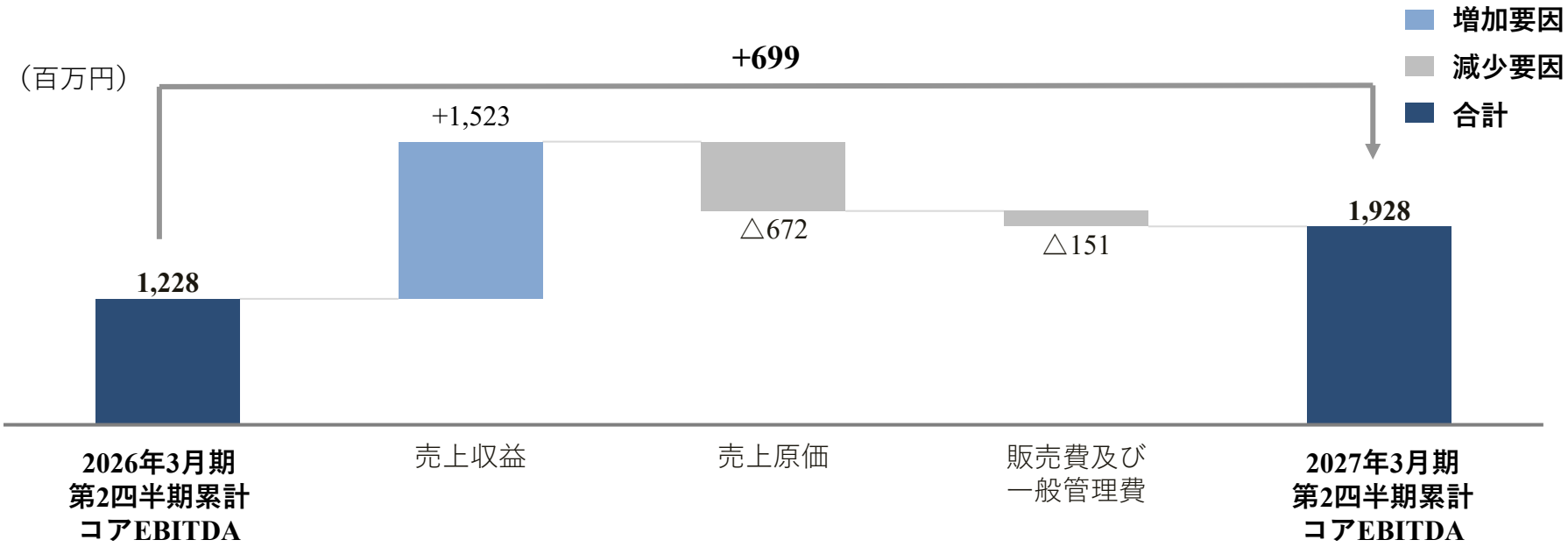




※1　コアEBITDA＝コア営業利益 ＋ 減価償却費及び償却費

コアEBITDAの増減分析（対前年同期）

売上収益の成長とコストコントロールにより、コスト上昇局面においてもコアEBITDAは増加し、マージンも改善



外部環境

- **売上収益への影響要因**
  - ✓ 市場におけるきのこの減産傾向
  - ✓ 天候不順による野菜の生育不良
  - ✓ 消費者の選別・節約志向の継続
- **コストへの影響要因**
  - ✓ 不安定な世界情勢による先行き不透明感
  - ✓ インフレによる物価上昇
  - ✓ 運賃の上昇トレンド

コアEBITDAの変動要因

- **売上収益の主な変動要因**
  - ✓ 販売量の増加、高単価水準の両立
  - ✓ (まいたけ) 消費者ニーズを捉えた商品構成の最適化と新規獲得
  - ✓ (ぶなしめじ) 1株製品の割合増加
- **コストの主な変動要因**
  - ✓ 材料単価の上昇
  - ✓ ユーティリティ単価上昇も環境変化に対応し、コスト増加を抑制
  - ✓ 運賃単価は上昇が継続するも、積載効率改善により対応

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により過去最大の売上収益を更新
その他の茸における海外事業の割合は約**45**%

（百万円）	前期(2026/3期) 第2四半期累計 実績	*構成比*	**当期(2027/3期) 第2四半期累計 実績**	***構成比***	増減 金額	*率*
売上収益合計	**14,959**	***100.0%***	**16,482**	***100.0%***	**1,523**	***+10.2%***
茸事業	14,800	*98.9%*	**16,274**	***98.7%***	1,474	*+10.0%*
まいたけ	7,562	*50.6%*	**8,490**	***51.5%***	928	*+12.3%*
エリンギ	1,780	*11.9%*	**1,906**	***11.6%***	125	*+7.1%*
ぶなしめじ	3,244	*21.7%*	**3,445**	***20.9%***	201	*+6.2%*
その他の茸※1	2,212	*14.8%*	**2,431**	***14.8%***	218	*+9.9%*
その他事業※2	159	*1.1%*	**208**	***1.3%***	48	*+30.3%*

※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
※2 新規事業含む

2027年3月期 第2四半期累計　茸事業の状況

販売量：まいたけとその他の茸は対前年同期で堅調に推移。対計画ではまいたけが伸長
販売単価：エリンギが対計画で下回るも、対前年同期ではすべての品目で上回る

	販売量比較※1		販売単価比較※1	
	対前年同期	対計画	対前年同期	対計画
まいたけ	*110.2%*	*101.8%*	*101.9%*	*104.1%*
エリンギ	*103.8%*	*95.1%*	*103.1%*	*98.0%*
ぶなしめじ	*99.5%*	*97.1%*	*107.5%*	*105.6%*
その他の茸3品※2	*122.9%*	*99.1%*	*94.2%*	*88.5%*

※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

季節要因による運転資本の増加等に伴い、現預金は一時的に減少

（百万円）	前期(2026/3期) 実績	当期(2027/3期) 第2四半期末 実績	増減 金額	増減 率
流動資産	11,688	**11,110**	△578	*△4.9%*
現金及び預金	3,968	**1,357**	△2,611	*△65.8%*
営業債権及びその他の債権	2,679	**3,137**	+458	*+17.1%*
棚卸資産	1,484	**1,854**	+369	*+24.9%*
生物資産	3,265	**4,560**	+1,294	*+39.6%*
非流動資産	25,997	**26,528**	+530	*+2.0%*
有形固定資産	17,698	**18,231**	+533	*+3.0%*
のれん及び無形資産	6,024	**5,983**	△41	*△0.7%*
資産合計	37,686	**37,638**	△47	*△0.1%*
流動負債	11,467	**11,904**	+436	*+3.8%*
営業債務及びその他の債務	2,726	**3,130**	+403	*+14.8%*
未払法人所得税	880	**643**	△237	*△27.0%*
短期借入金	-	**1,300**	+1,300	-
1年内返済予定の長期借入金	4,422	**4,422**	0	*+0.0%*
非流動負債	11,448	**10,696**	△752	*△6.6%*
借入金	11,012	**10,301**	△711	*△6.5%*
リース負債	179	**184**	+5	*+3.1%*
負債合計	22,916	**22,600**	△315	*△1.4%*
資本合計	14,770	**15,037**	+267	*+1.8%*
親会社の所有者に帰属する持分合計	14,770	**15,037**	+267	*+1.8%*
負債及び資本合計	37,686	**37,638**	△47	*△0.1%*

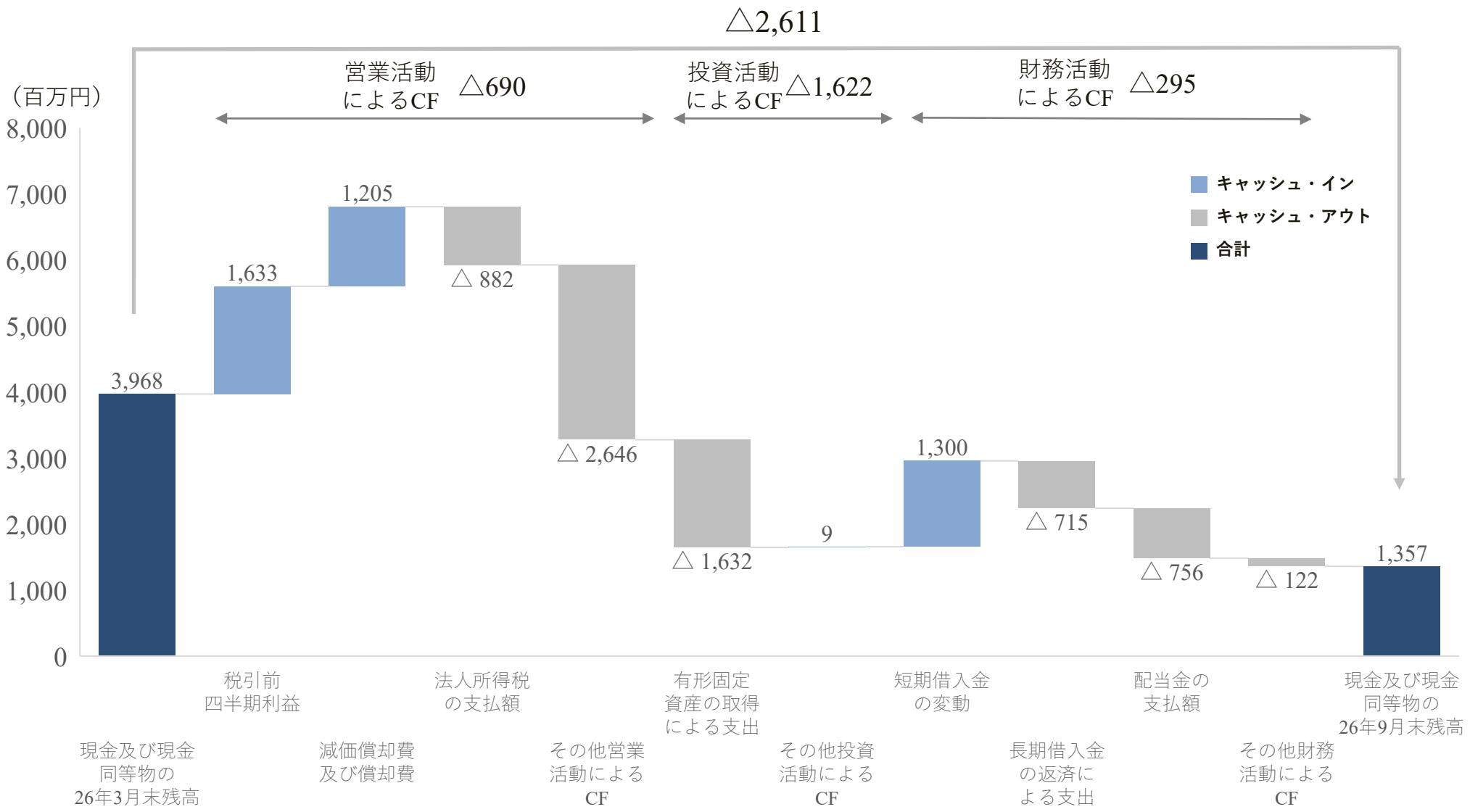
連結キャッシュ・フロー計算書（前年同期との比較）

営業活動によるCF･･･税引前利益の改善、従業員給付関連の支出減少等によりマイナス幅縮小
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･･･短期借入金の減少、配当金支払いの増加により支出増

（百万円）	前期(2026/3期) 第2四半期累計 実績	**当期(2027/3期) 第2四半期累計 実績**	増減 金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△2,646	**△690**	+1,956
税引前利益	377	**1,633**	+1,255
減価償却費及び償却費	1,125	**1,205**	+79
営業債権及びその他の債権の増減額	△342	**△464**	△122
棚卸資産及び生物資産の増減額	△549	**△1,667**	△1,118
営業債務及びその他の債務の増減額	△246	**233**	+479
従業員給付に係る負債の増減額	△1,509	**△882**	+627
法人所得税の支払額	△601	**△254**	+346
その他	△900	**△493**	+407
投資活動によるキャッシュ・フロー	△694	**△1,622**	△927
有形固定資産の取得による支出	△727	**△1,632**	△904
無形資産の取得による支出	△10	**△8**	+1
その他	43	**18**	△24
財務活動によるキャッシュ・フロー	323	**△295**	△618
短期借入金の借入による収入	1,900	**1,300**	△600
短期借入金の返済による支出	△200	**0**	+200
長期借入金の返済による支出	△715	**△715**	+0
配当金の支払額	△479	**△756**	△277
その他	△181	**△122**	+58
現金及び現金同等物の増減額	△3,005	**△2,611**	+394
現金及び現金同等物の期首残高	3,903	**3,968**	+65
現金及び現金同等物の期末残高	898	**1,357**	+459

連結キャッシュ・フロー分析（前期末からの変化）

第2四半期は、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690百万円減少
長期借入金の返済、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2,611百万円減少



主要財務指標の状況

現金及び預金残高の減少により、ネットD/Eレシオは悪化
純有利子負債の増加により、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

0.4x → **0.4x**

2026年3月期 → 2027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

0.8x → **1.0x**

2026年3月期 → 2027年3月期 第2四半期

■ ネットD/コアEBITDA倍率※2

1.8x → **2.1x**※3

2026年3月期 → 2027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

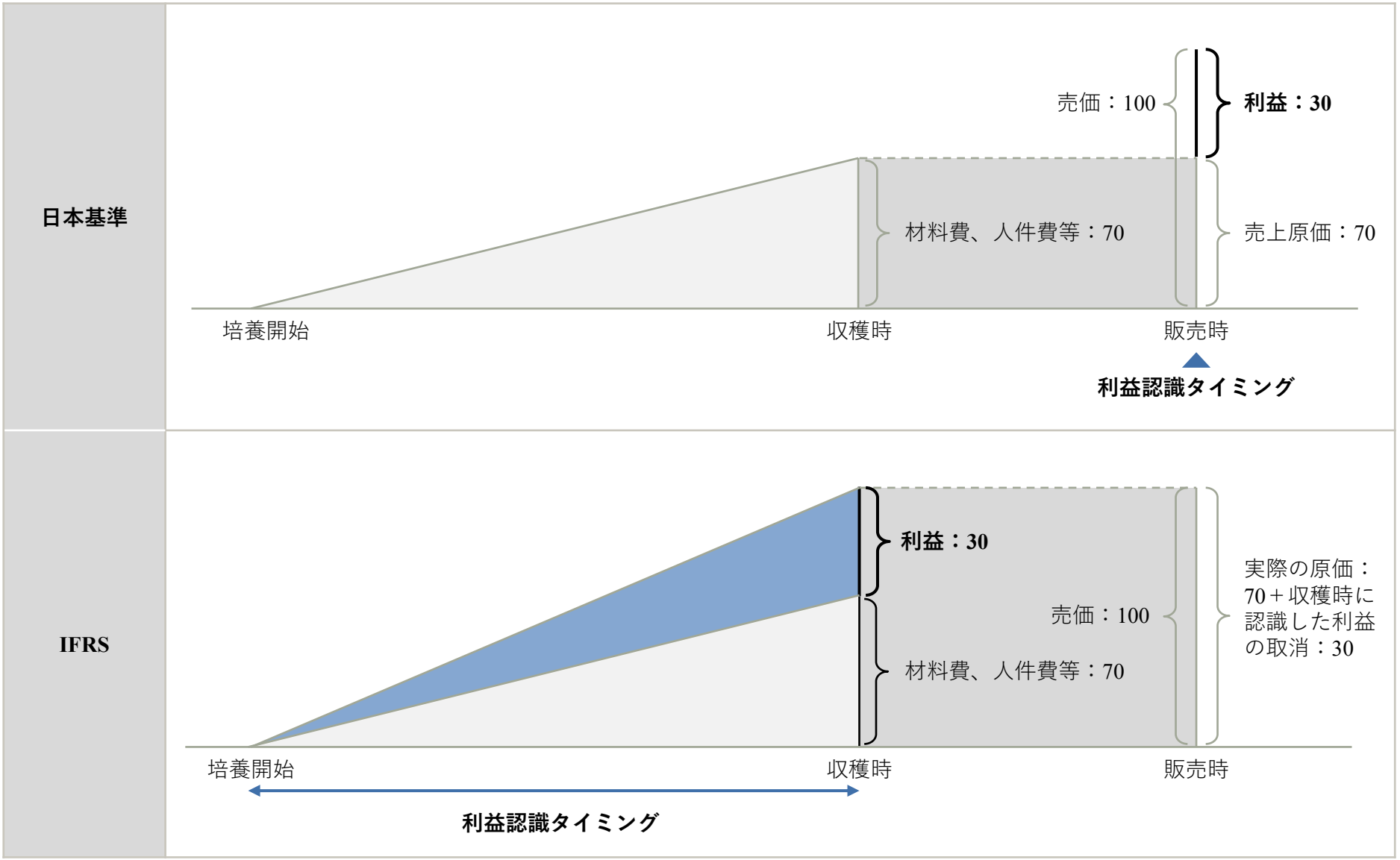
当第2四半期は、対前年同期で増収増益となり経営指標が改善

	前期(2026/3期) 第2四半期累計	**当期(2027/3期) 第2四半期累計**
営業利益率	**2.2%**	**7.4%**
コアEBITDAマージン	**8.2%**	**11.7%**
基本的1株当たり四半期利益	**2.05円**	**25.63円**
ROE（親会社所有者帰属持分四半期利益率） ※1	**7.1%**	**28.8%**
ROIC（投下資本利益率） ※2	**8.1%**	**12.2%**

※1　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
※2　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で利益を認識



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+1,118百万円

（単位：百万円）

	内訳	2027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	△1,566
	期末仕掛品に含まれる利得	2,416
	当期収穫分	6,054
	その他	104
	合計	7,008
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	△326
	期末製品・半製品に含まれる利得	570
	当期収穫分	△6,054
	その他	△79
	合計	△5,890
損益インパクト合計		1,118

仕掛品に含まれる利得は、期首対比で減少となったため、849百万円のプラ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、243百万円のプラ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、通期での影響は限定的

当期 (2027/3期)

（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
収益	期首仕掛品に含まれる利得	△1,566	△929			△1,566
	期末仕掛品に含まれる利得	929	2,416			2,416
売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△327	△201			△327
	期末製品・半製品に含まれる利得	201	570			570
当期収穫分		±0	±0			±0
その他		1	8			25
損益インパクト合計		△760	+1,863			+1,118

前期 (2026/3期)

（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
収益	期首仕掛品に含まれる利得	△1,349	△649	△1,604	△2,543	△1,349
	期末仕掛品に含まれる利得	649	1,604	2,543	1,567	1,567
売上原価	期首製品・半製品に含まれる利得	△460	△232	△479	△485	△460
	期末製品・半製品に含まれる利得	232	479	485	326	326
当期収穫分		±0	±0	±0	±0	±0
その他		23	3	△4	△35	△12
損益インパクト合計		△903	+1,204	+940	△1,169	+71

2. 2027年3月期 業績予想

2027年3月期業績予想 / 主要数値

戦略の着実な実行と事業基盤の強化を両立させ、中期経営計画の達成に向けて取り組む

（百万円）	26/3期 実績(A)	**27/3期 予想 (B)**	増減額 (B-A)	*増減率*
収益合計	53,449	**56,910**	+3,460	*+6.5%*
内売上収益	37,845	**39,640**	+1,795	*+4.7%*
営業利益	4,319	**4,140**	△179	*△4.1%*
対売上収益比率	*11.4%*	***10.4%***	*△1.0%*	-
税引前利益	4,195	**3,950**	△245	*△5.8%*
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,958	**2,540**	△418	*△14.1%*
基本的1株当たり当期利益（円）	74.18	**63.69**	△10.50	*△14.1%*
コア営業利益※1	4,139	**3,960**	△180	*△4.3%*
コアEBITDA※1	6,422	**6,450**	+27	*+0.4%*
コアEBITDA マージン※1	*17.0%*	***16.3%***	*△0.7%*	-

主要内訳

収益

- **売上収益：39,640百万円（前期比4.7%増）**
  - ✓ まいたけの売上収益：20,660百万円（同2.0%増）
  - ✓ エリンギの売上収益：4,260百万円（同7.1%増）
  - ✓ ぶなしめじの売上収益：7,980百万円（同0.4%増）
  - ✓ その他の茸の売上収益：6,360百万円（同20.3%増）
- 公正価値変動による利得：17,260百万円（同10.6%増）
- **収益合計：56,910百万円（同6.5%増）**

売上原価&売上総利益

- **売上原価：42,080百万円（同6.9%増）**
  - ✓ 材料費、人件費等：25,060百万円（前期比5.2%増）
  - ✓ 公正価値変動による利得：17,020百万円（同9.6%増）
- **売上総利益：14,820百万円（同5.2%増）**

販管費&営業利益

- **販売費及び一般管理費：10,590百万円（同8.6%増）**
- **営業利益：4,140百万円（同4.1%減）**

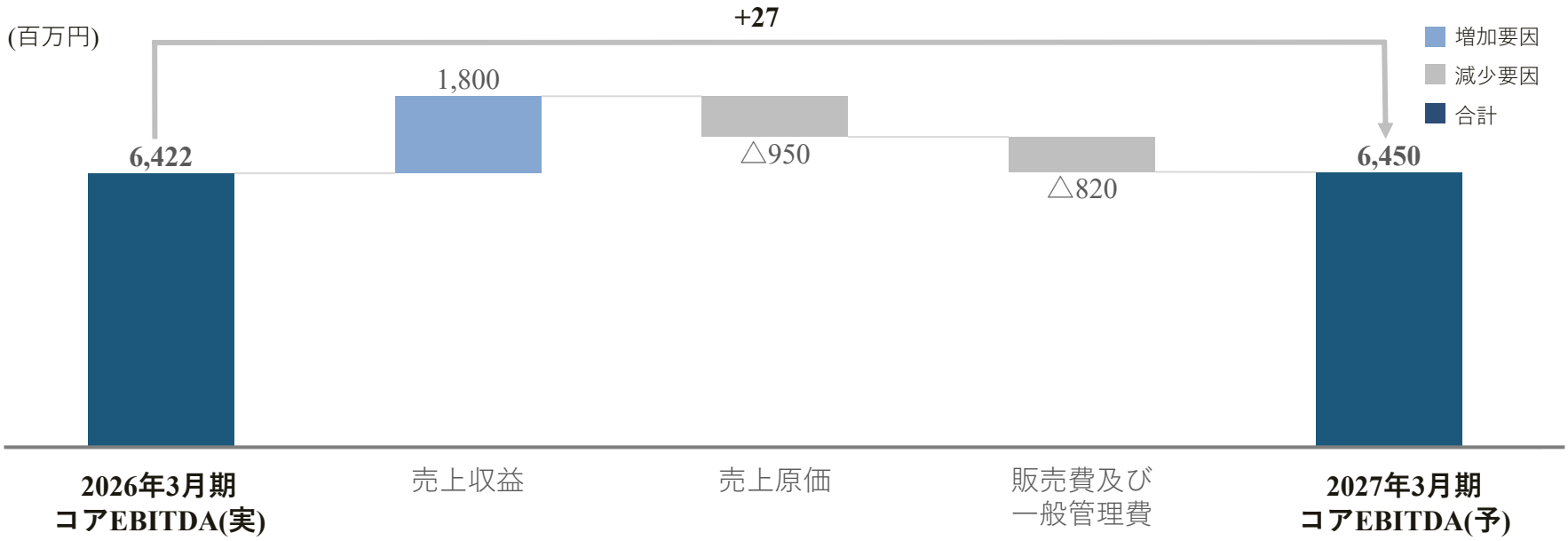
金融収支&当期利益

- **税引前利益：3,950百万円（同5.8%減）**
  - ✓ 金融収支：190百万円 (支払利息等)
- **親会社の所有者に帰属する当期利益：2,540百万円（同14.1%減）**

※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

2027年3月期業績予想 / 前期比較と主要前提

2027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る
事業基盤の強化を進め、外部環境の変化にも柔軟に対応しながら中長期に亘る成長へつなげる



環境見通し

- **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である一方、野菜価格は天候等の影響で変動するリスクあり
  - ✓ 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上昇傾向が続くと想定**
  - ✓ 世界各地における地政学的リスクが継続
  - ✓ 長期継続的な上昇可能性は低いとみるも、経済情勢の不透明感
  - ✓ 従業員エンゲージメント向上のための労務費上昇傾向の継続

今期の戦略

売上 **パフォーマンス向上による売上、利益の着実な成長**

- ✓ 既存事業において、オペレーションの最適化により売上水準の維持
- ✓ 消費者ニーズに合った商品開発と提案
- ✓ ニッチ・プレミアム事業の拡販推進
- ✓ オランダ子会社と協力し、周辺地域の市場を拡大

生産・販管 **継続したBPRの推進とキノコの価値創造**

- ✓ BPRによる効率改善などで、コスト抑制を図る
- ✓ 生販連携を通じ、需給を踏まえて効率的に生産
- ✓ ニッチ・プレミアム事業の安定生産、品質向上
- ✓ 次の成長に向けた研究や商品基盤を強化

3. 新規事業・次世代に向けた取り組み

「キノコのお肉」の特長と顧客への訴求ポイント

「雪国まいたけ極」を原料にし、お肉のような食感を表現した「キノコのお肉」を**2025年2月18日**に発売
ヘルシーなきのこを使い、おいしさと機能性を兼ね備えた新たな食の提案により、顧客ニーズに応えていく

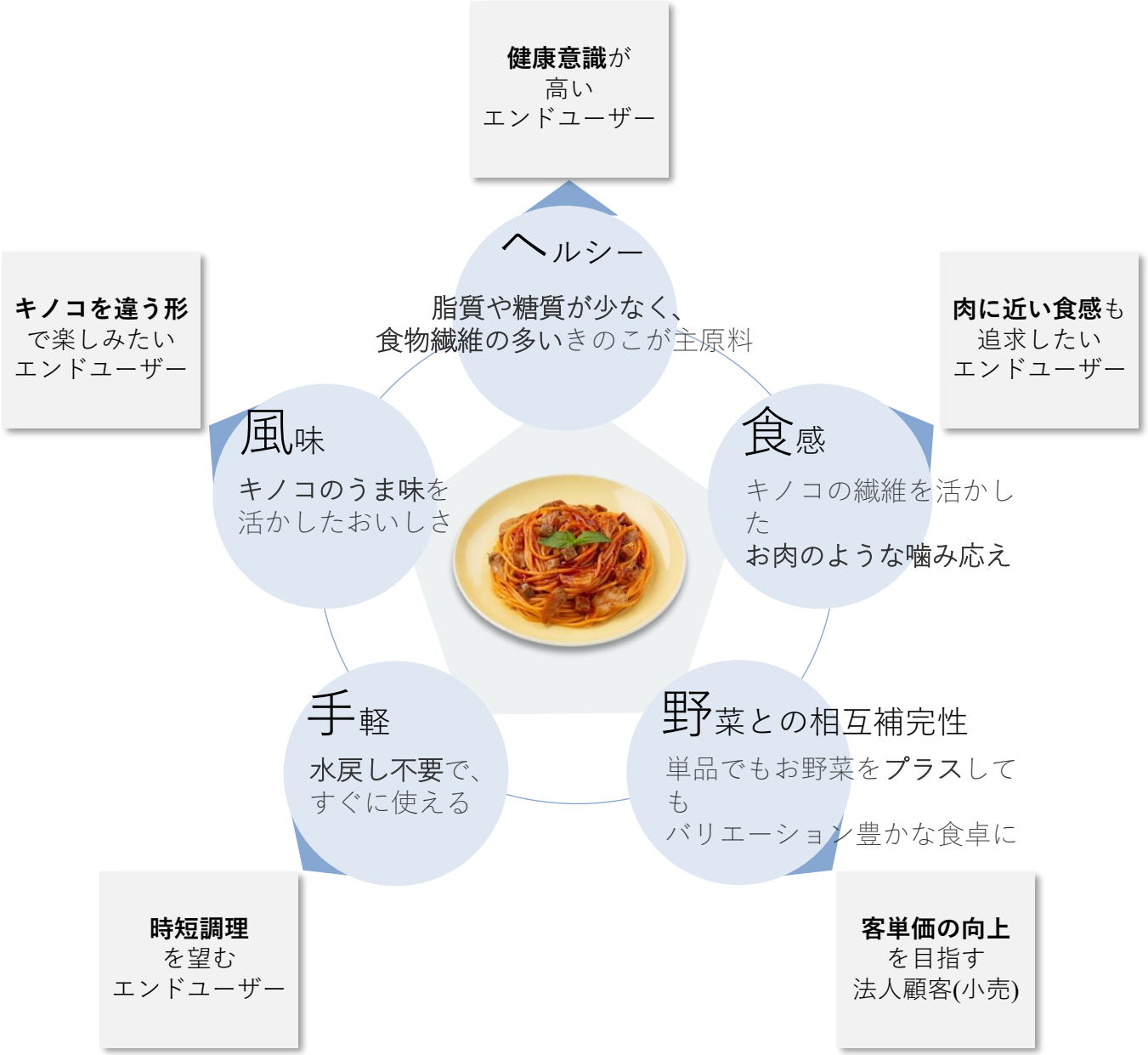
健康意識が
高い
エンドユーザー

キノコを違う形
で楽しみたい
エンドユーザー

肉に近い食感も
追求したい
エンドユーザー

時短調理
を望む
エンドユーザー

客単価の向上
を目指す
法人顧客(小売)



商品ラインアップ

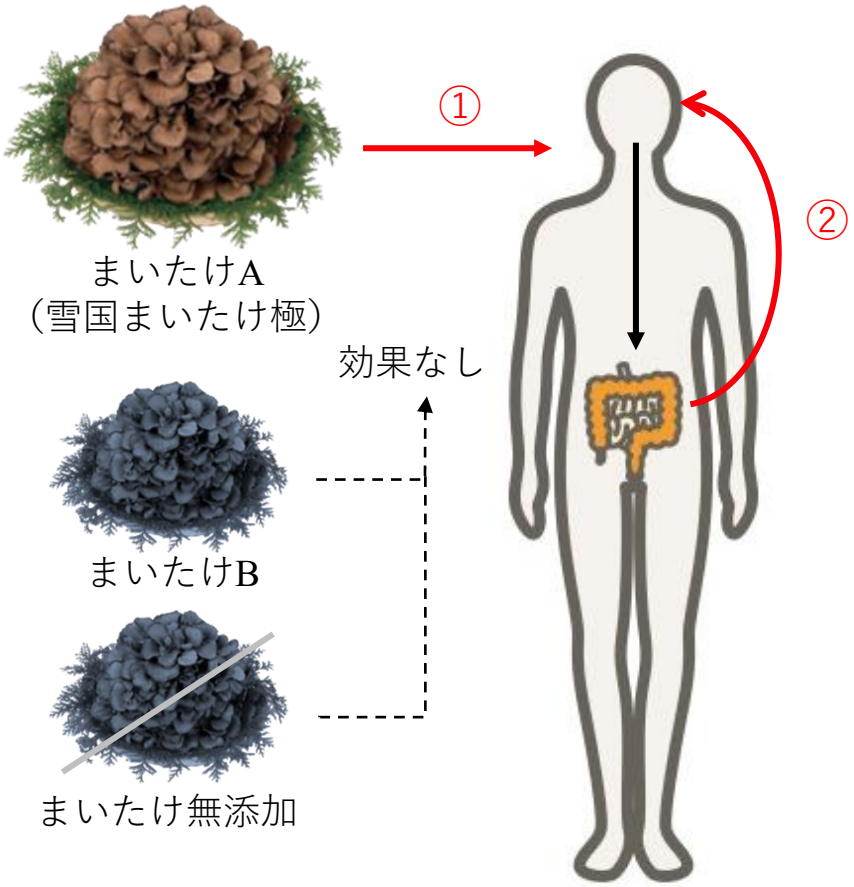


まいたけの健康機能性　－まいたけの新たな可能性－

健常高齢者を対象とした試験において「雪国まいたけ極」の摂取による認知機能改善の可能性を初めて確認

研究概要

健康な日本人高齢者を対象に、マイタケの摂取前と
摂取18週間後に認知機能と免疫を評価



研究成果

① 「雪国まいたけ極」でのみ効果を確認

② 認知機能と免疫活性が相関していたことから、「雪国まいたけ極」の摂取による認知機能改善には免疫が関与していると考えられる

「雪国まいたけ極」独自機能として、高齢者の
正常な認知機能を維持する可能性が認められた

今後の展望

- 認知機能や免疫作用に効くメカニズムを解明
- 健康機能に優れたマイタケの品種開発や製品開発につなげる

マイタケの健康価値の追求により
健康寿命の延伸に貢献

タイトル：Maitake Mushroom (Grifola frondosa) Enhances Cognitive Function in Healthy Older Japanese: A Randomized, Double-Blind, Placebo- Controlled Trial
論文掲載：Journal of Nutritional Science and Vitaminology（2026年4月30日）　発表：日本農芸化学会2026年度京都大会、第80回日本栄養・食糧学会

地域産業クラスター計画への参画

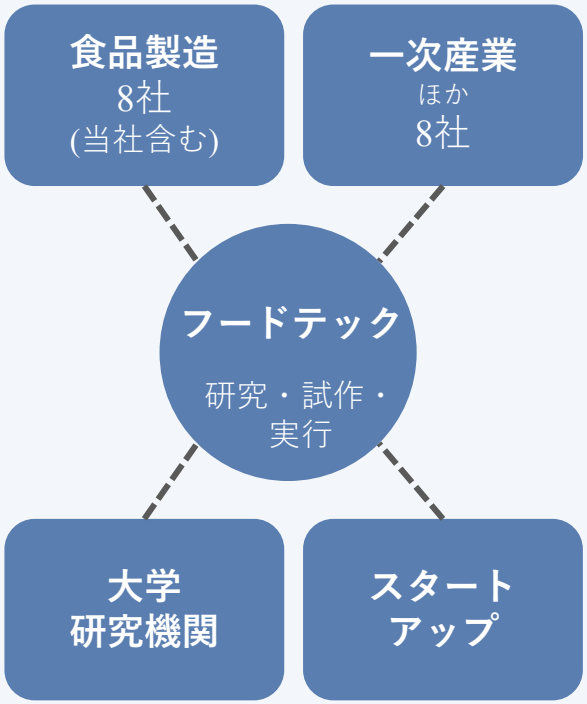
国・県が推進する「地域産業クラスター計画」の食関連分野へ参画。企業や大学等との連携を通じて研究開発を推進し、新たな食の価値創出と事業基盤の強化を目指す

新潟県（国・行政）

県が地域産業クラスター計画を策定し、国が各種施策で後押し

- 設備投資・研究開発への支援
- 産学官連携・共同研究の促進
- 実証環境や共創の場の提供
- 人材育成・事業化支援

食関連産業クラスター



目指す姿

- **連携機会の拡大**
  県内外企業・大学・スタートアップとの共同研究
- **研究開発の加速**
  キノコの機能性、新素材に関する研究・評価・試作
- **支援制度の活用**
  設備投資・研究開発への各種支援策をを活用
- **事業機会の創出**
  展示会・イベント等を通じた情報発信やネットワーク形成

発展イメージ

足元 生産基盤の強化 → 中期 新たな食の価値創出 → 将来 持続的な成長基盤の構築

4. 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

GHG排出量ネットゼロに向けた取り組み



- ユキグニファクトリー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月より、「FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index」構成銘柄となる

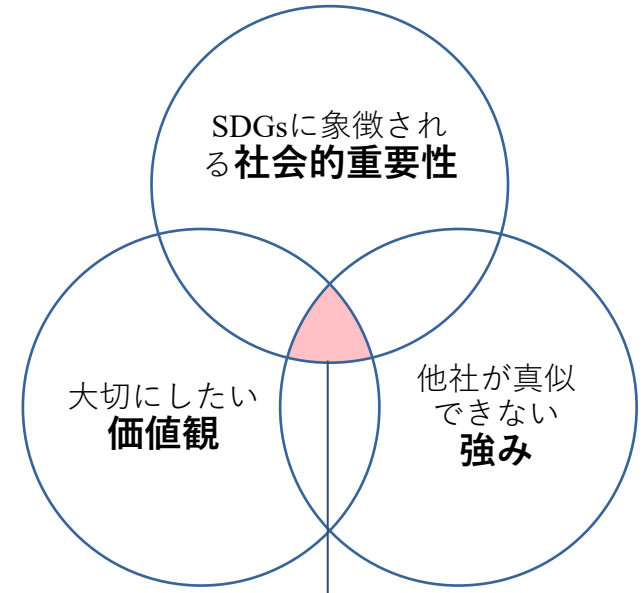
仕事と育児の両立サポート



- 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
- 厚生労働大臣認定である「えるぼし（３つ星）」「プラチナくるみん」並びに、新潟県の認定制度である「Ni-ful」を取得

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

- 持続可能な原材料等の調達と水資源の活用
- 気候変動への対応

S

- 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
- 地域社会との共生
- きのこを起点とした新たな価値創出
- 人的資本への投資と人権の尊重

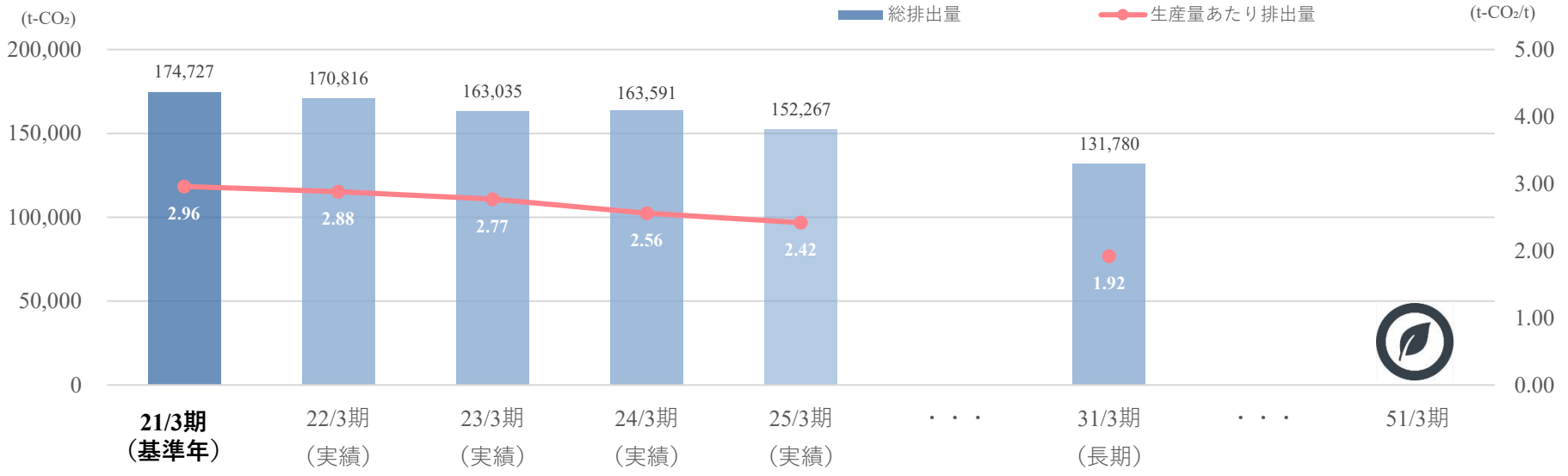
G

- 公正・透明・健全な事業活動

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※2



31/3期時点
基準年比
削減量

総排出量
△24.6%

生産量あたり
原単位
△35.0%

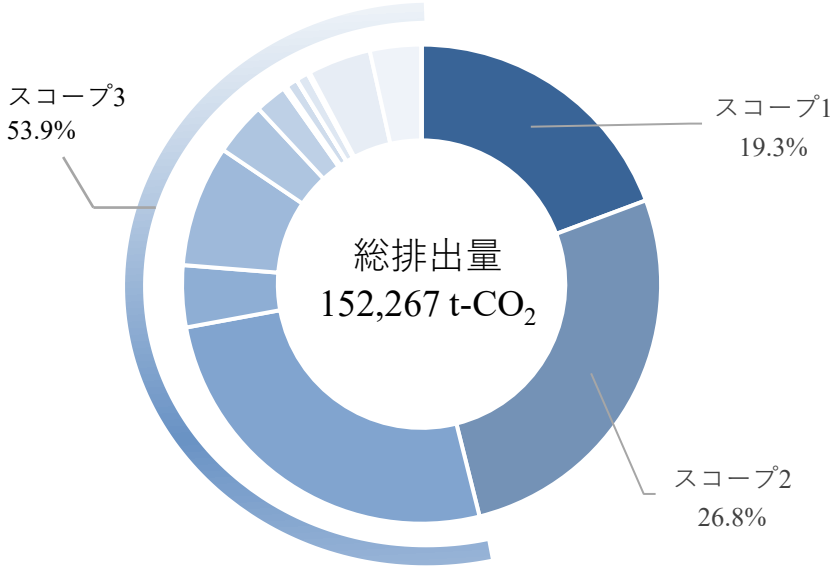
	短期	中期	長期	31/3期削減目標	51/3期削減目標
スコープ1,2	燃料転換・効率化 再生エネルギー利用等		代替フロン・ノンフロンガス使用機器入替等	約45,800t-CO_2 削減	ネットゼロ
スコープ3	包装資材や原材料の削減・見直し等		製品化率の改善等	約16,700t-CO_2 削減	

※1　対象範囲はユキグニファクトリー、瑞穂農林、YUKIGUNI FACTORY NETHERLANDS。
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　2025年度時点における当社の短・中・長期目標の対象範囲には、YUKIGUNI FACTORY NETHERLANDSは含まれておりません。これは、現時点でのフェーズを考慮したものです。

GHG排出量削減の実績と取り組み

25/3期のGHG排出量は、前期よりも△2.7%削減
今後も計画的に取り組みを進めていく

スコープ別温室効果ガス排出量（2025年3月期実績）※1



	24/3期	25/3期	前年比
スコープ1～3合計	156,469 t-CO_2	152,267 t-CO_2	△2.7%

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CO_2削減効果が見込まれる

※1　対象範囲はユキグニファクトリー、瑞穂農林、YUKIGUNI FACTORY NETHERLANDS
　　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13、14、15は排出量0のため省略。

地域社会との共生

行政の推進する機構への参画や地域スポーツイベントの支援、地元学生との交流促進による食育活動などを通じて、地域社会との共生を推進し、持続可能な社会に貢献

地域社会の活性化・発展への支援

地域社会とのつながりを大切に

行政・地域との関係構築

17件（2025年度）

地域イベント・行政や地域団体への参画／協賛（花火大会への協賛、地域イベントへの出展等）


地域イベントへの出展


花火大会への協賛

- 生産拠点の基盤となる地域との良好な関係を育む
- 地域との信頼関係構築

次世代との接点づくり

8回（2025年度）

食育・キャリア教育の一環として、近隣学生の校外学習（職場見学）受入れや出張授業を実施


校外学習の受入れ


出張授業

- 若い世代が当社の事業を知り、将来の選択肢のひとつへ
- きのこ食の普及と需要創出

環境保全活動への支援

資源を守り育て、循環可能な調達サイクルの構築

ユキグニミライの森活動（30ページ）

森づくり活動

森の恵みと地域の支えがあってこそ、きのこ生産は成り立つ。資源を守り、循環できる調達を地域と共に築く

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 定期的に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

GREEN PARTNER 2023 JAPAN

2024年 木製歩道の敷設を実施

2025年 名称を「ユキグニ ミライの森」に変更

20xx年 人の集まる森林公園へ…



27/3期活動実績

- 2026年8月8日に“森と木ときのこの夏祭り”と題し屋外イベントを開催
- 約170名の地域の皆様にご参加いただき、子どもから大人まで楽しめる7つのコンテンツを実施



香るクレヨンづくり



いきもの図鑑づくり



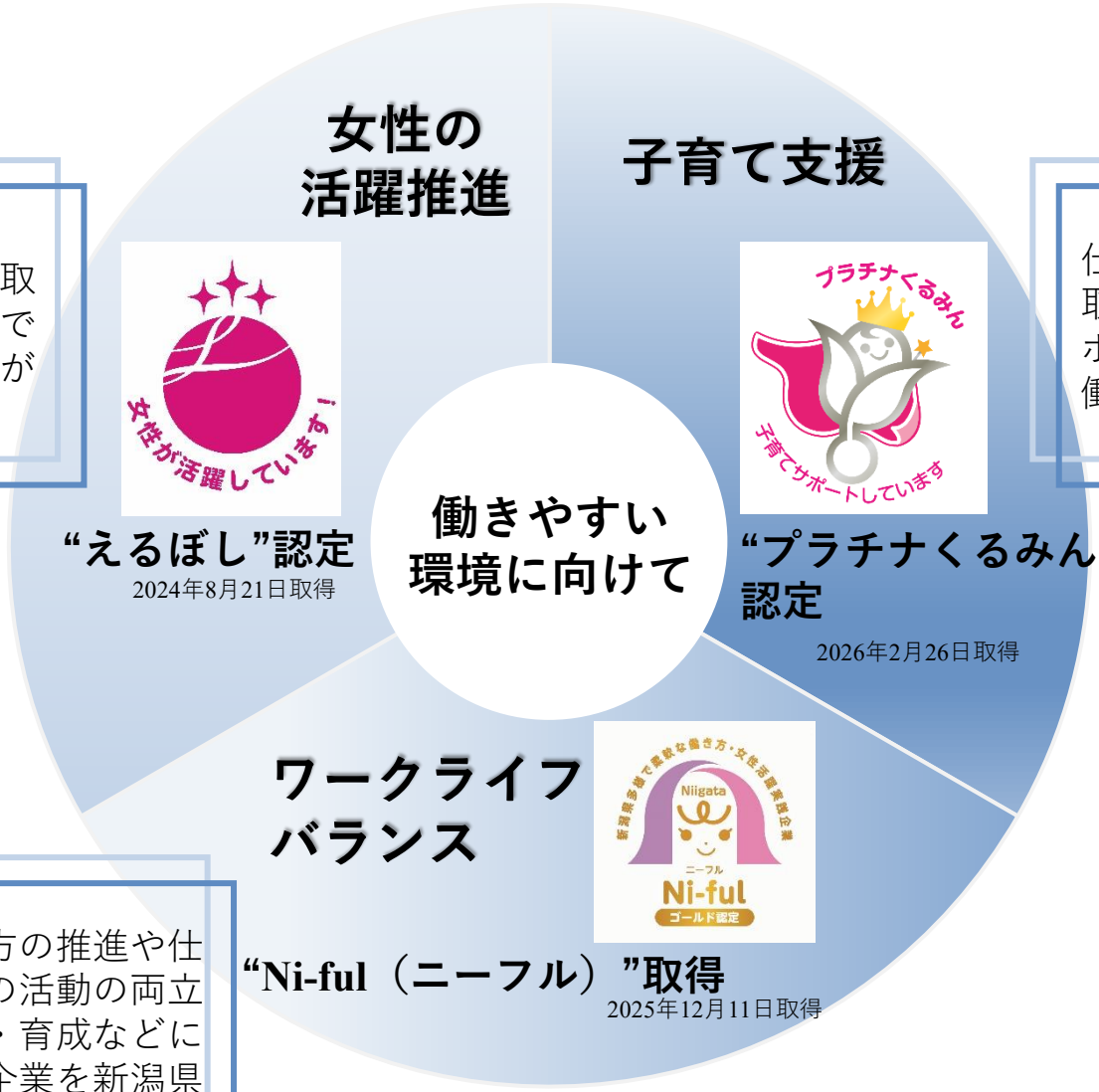
地域の未来を思い描く短冊

「ユキグニ ミライの森」を通じて、地域社会と共に自然とまちの未来を創っていく

※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



女性の活躍推進に関する取り組みの実施状況が優良である企業を厚生労働大臣が認定

“えるぼし”認定
2024年8月21日取得

仕事と子育ての両立支援に取り組む企業を「子育てサポート企業」として厚生労働大臣が認定

“プラチナくるみん”認定
2026年2月26日取得

多様で柔軟な働き方の推進や仕事と家庭・その他の活動の両立支援、女性の登用・育成などに積極的に取り組む企業を新潟県が認定

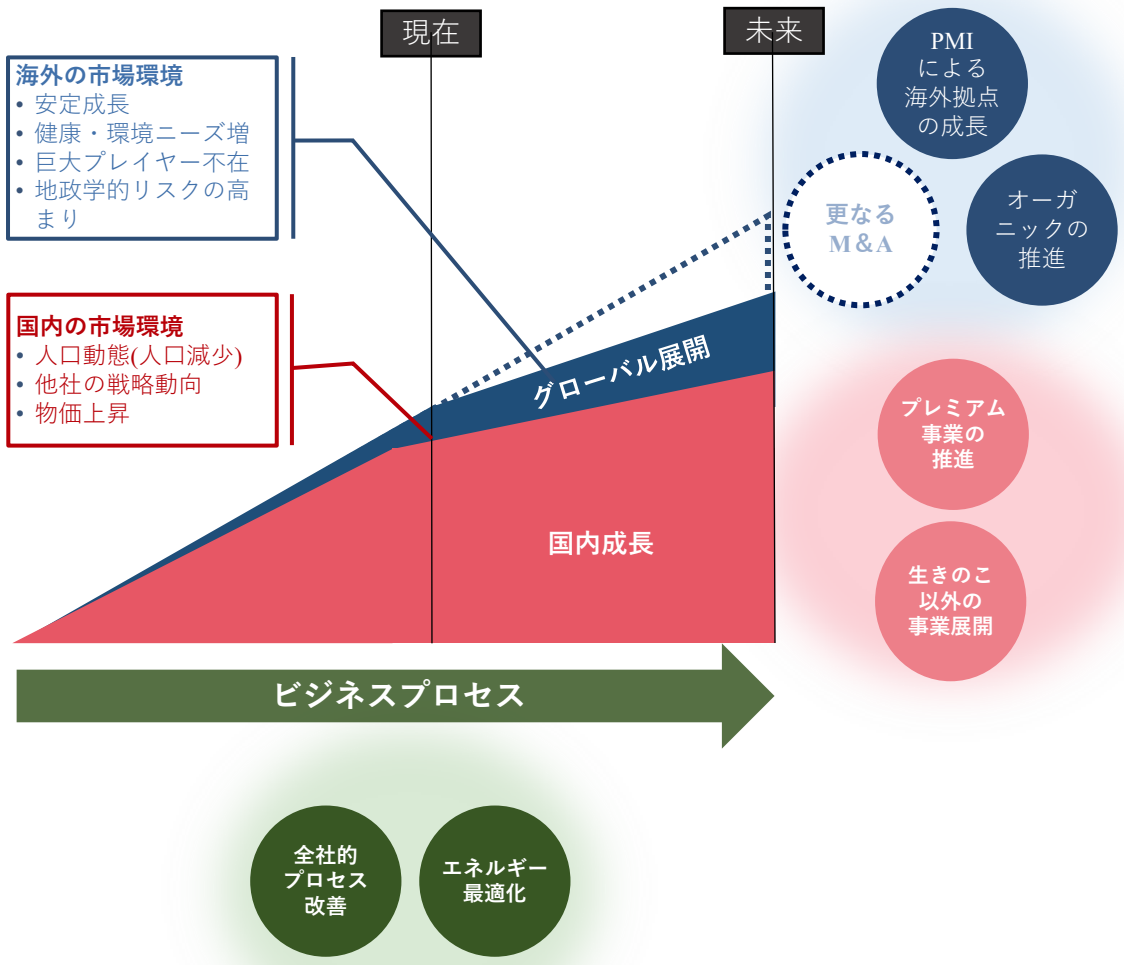
“Ni-ful（ニーフル）”取得
2025年12月11日取得

5. 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



国内での事業基盤の強化推進と
グローバル市場での新拠点統合と更なる事業展開

A

国内きのこ市場：既存のプレミアム事業の強化と新たな事業創出

- 既成のプレミアムポジショニングを強化し他産地との差別化を進め、消費者の品質志向ニーズを着実に捉え、国内事業の更なる強化を図る
- 他産地にないプレミアムアイテムの販売強化し、更に生きのこ事業以外の新規事業も本格的に着手する

B

ビジネスプロセス：聖域無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、コスト削減を実現
- 新規投資による省人化と省エネの推進

C

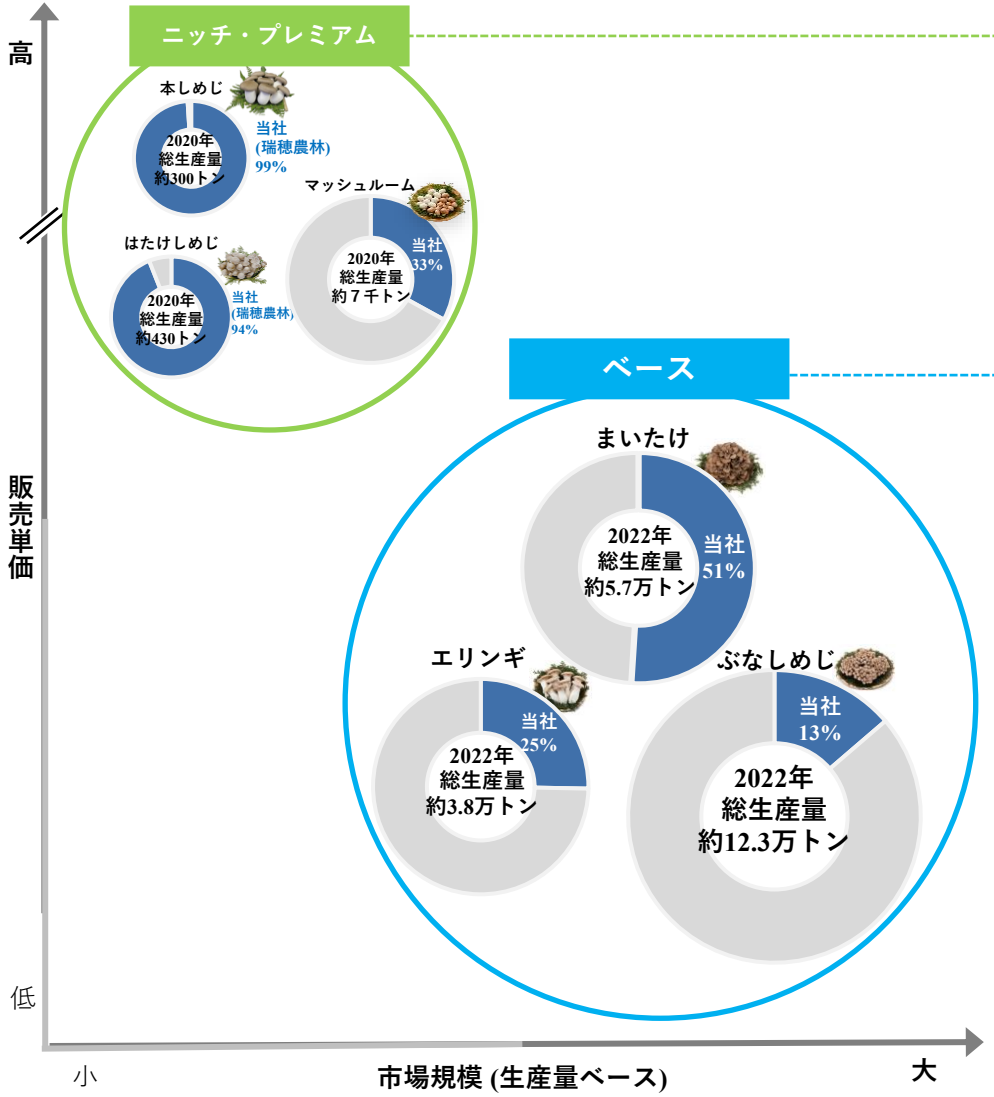
グローバル展開：新たに取得した海外企業のPMIと、他のターゲットの探索

- 当社のノウハウを生かして、取得した海外企業の更なる業績拡大を目指す
- 国内の事業強化の進展や地政学的リスクを考慮し、追加買収の可能性を追求
- オーガニック戦略は、アジアに加え欧米地域での自社製品販売も検討

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）

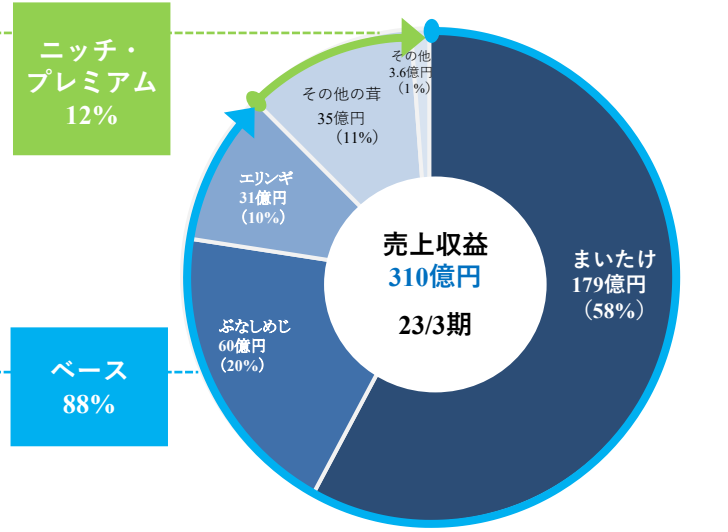
当社の事業ポートフォリオは、まいたけを含むベース事業が全体の**80%**を占め、残り**20%**は単価が高いニッチ・プレミアム事業で構成されており、<u>他社に比べてプレミアムなマージンが実現できている</u>

きのこ市場規模(生産ベース) とシェア

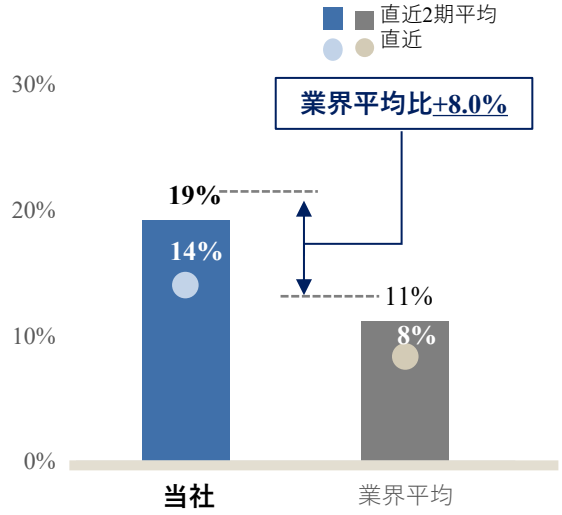


※　各種きのこの市場シェアはそれぞれ国内生産量ベースで算出（弊社生産量÷国内全体での生産量）
出所：　林野庁特用林産物生産統計調査、農林水産省地域特産野菜生産状況調査

当社売上収益の構成比

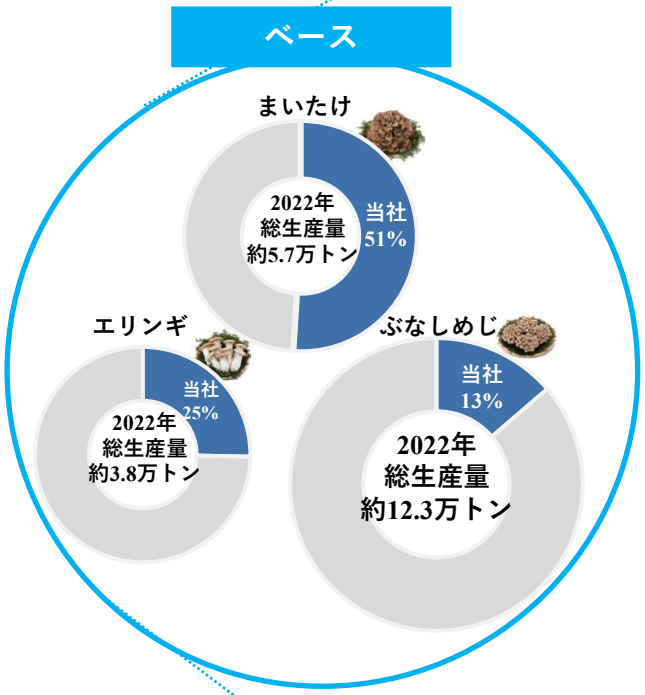


当社ときのこ業界のEBITDAマージン比較



基本方針A.　国内きのこ市場（ベース事業の戦略）

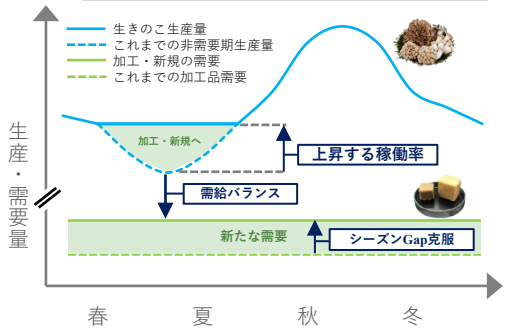
ベース事業では、品質志向ニーズを着実に捉え、高収益化とシェア拡大の同時達成を目指す



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

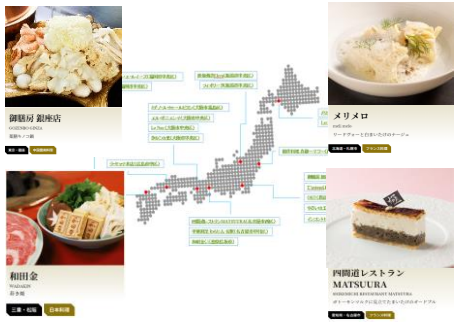
需給バランスと稼働率向上の両立イメージ



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』



※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

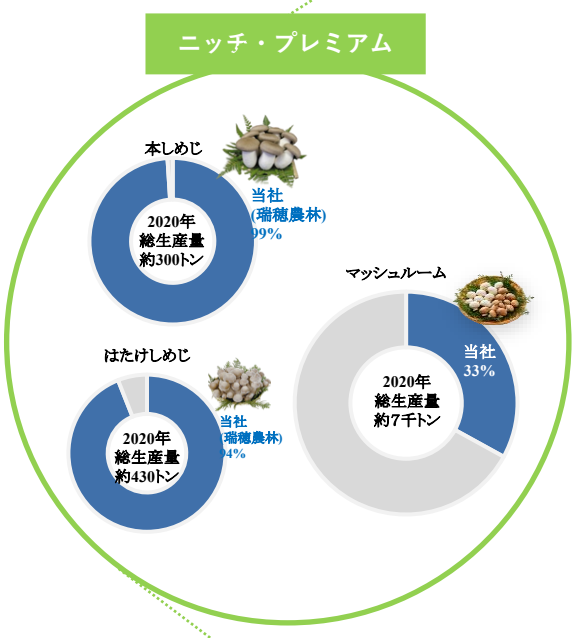
- 乱高下する市況影響を受けにくい、**当社独自の広範囲かつ、強固な直接取引**を引き続き活用する
- 上記の強みを活かして営業リソースを投入し、価値提案型売り場演出を進め、win-winな販路を拡大する

当社独自の白黒まいたけの棚構成



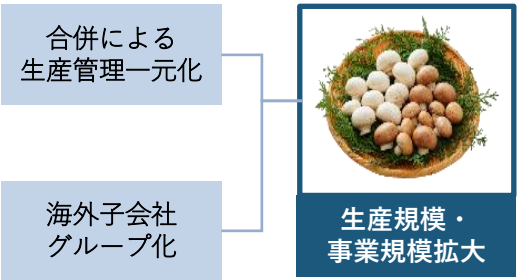
基本方針A.　国内きのこ市場（ニッチ・プレミアム事業の拡大）

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



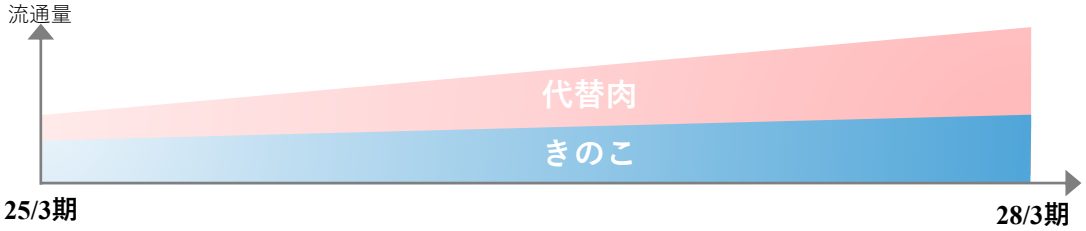
新規事業領域の本格的拡大

- 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
- **更に原料にきのこと代替肉を組み合わせた当社独自の新商品をローンチ**
- **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)

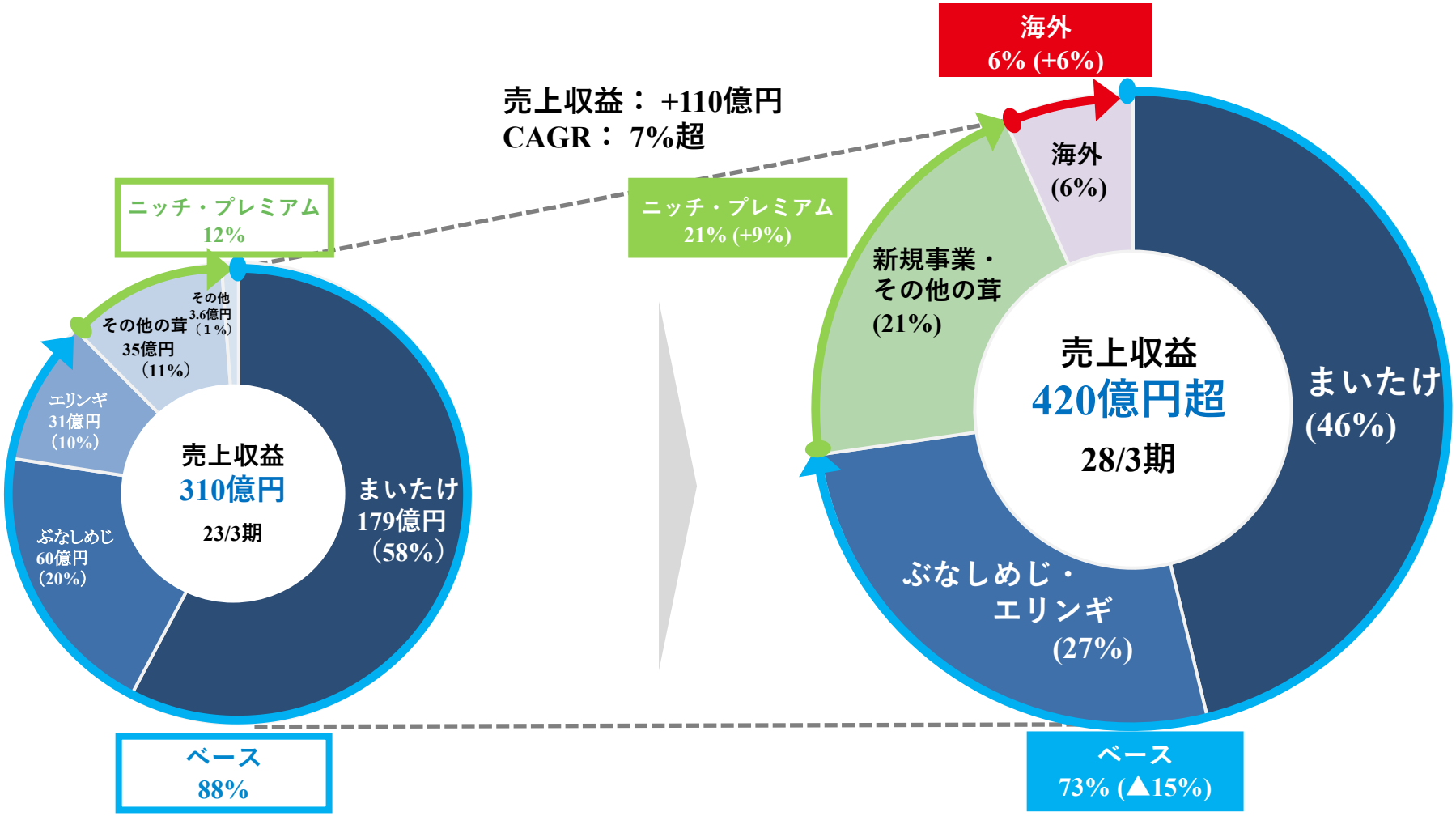


新規事業　流通製品構成のイメージ



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

管理+生産
- 原材料保管コストの削減
- 内製化によるコスト改善

生産
- 200人超の省人化
- 新規投資による省エネ化

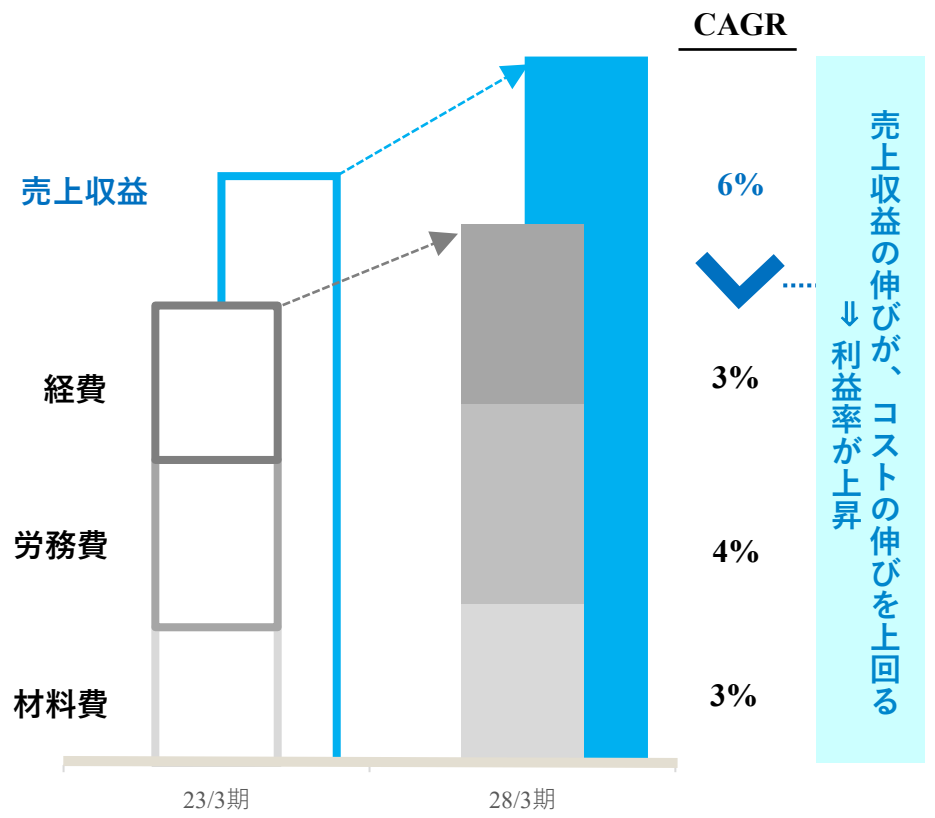
生産+営業
- 消費者ニーズを満たす必要十分なアイテム設計
- 労働生産性の高いアイテムへのシフト

原材料調達 → 生産 → 販売・マーケティング

全社管理

管理
- DXによる業務効率改善

売上収益と売上原価の推移※



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）



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



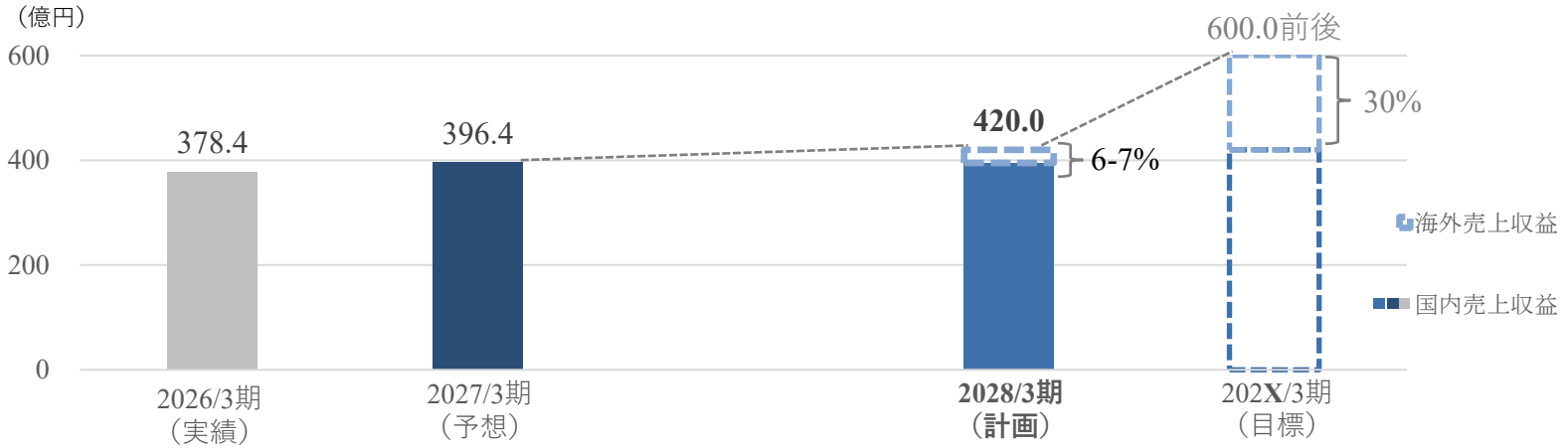
■ **基本戦略**

- 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

	2026/3期（実績）	2027/3期（予想）	2028/3期（計画）	アップサイド
1. 売上収益	378.4億円	396.4億円	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	17.0%	16.3%	18%前後	18%前後
4. ROIC	9.6%	–	10%前後	



	2026/3期（実績）	2027/3期（予想）	2028/3期（計画）	202X/3期（目標）
コアEBITDAマージン	17.0%	16.3%	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

6. 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

ユキグニファクトリー

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

2026年3月期	1株当たり配当金	年間配当	23円00銭
		中間配当	4円00銭
		期末配当	19円00銭
	配当性向		**31.0%**
2027年3月期(予想)	1株当たり配当金	年間配当	20円00銭
		中間配当※	5円00銭
		期末配当	15円00銭
	配当性向		**31.4%**

※中間配当は、当初予想から変更なし

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

自社製品の詰め合わせをお送りすることで、製品への認知度向上と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。
贈呈時期及び方法	毎年6月～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

		
3,000円相当 (Aセット)	5,000円相当 (Bセット)	7,000円相当 (Cセット)
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

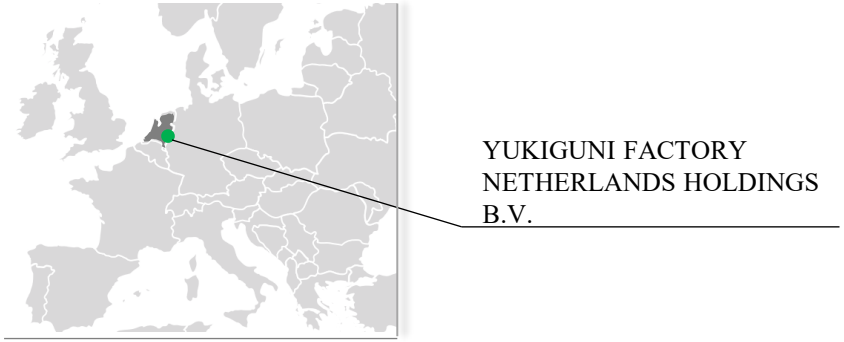
7. 参考資料

ユキグニファクトリーグループの概要・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
オランダのきのこ事業会社のグループ化により、事業基盤をグローバルに拡大

ユキグニファクトリーグループ概要

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：1,106名、臨時雇用者数：1,363名 （2026年3月末時点）
事業所	生産拠点：10カ所 研究開発拠点：2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	YUKIGUNI FACTORY NETHERLANDS HOLDINGS B.V.





新潟本社

関連会社

《オランダ》

YUKIGUNI FACTORY
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



※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

1983

7月
株式会社雪国まいたけを設立し、まいたけの生産販売を開始



1994

3月
新潟証券取引所の地域産業育成部へ上場

2000

3月
新潟証券取引所と東京証券取引所の合併に伴い、東京証券取引所市場第二部に上場

2015

6月
東京証券取引所市場第二部における上場を廃止
ベインキャピタル※1が100%株主になる

2017

9月
コメ卸大手の株式会社神明HDが、株式49%を取得（ベインキャピタル51%、神明HD49%）



2019

3月
本しめじ、はたけしめじの生産販売を行う瑞穂農林株式会社の株式を取得し、子会社化



10月
マッシュルームの生産販売を行う有限会社三蔵農林※2の株式を取得し、子会社化



2020

9月
東京証券取引所市場第一部に上場

2023

4月
株式会社三蔵農林※3を吸収合併

12月
オランダのきのこ事業会社の株式を取得し、子会社化

2025

2月
キノコが原材料の「キノコのお肉」を販売開始



4月
社名を「ユキグニファクトリー株式会社」に変更

8月
瑞穂農林株式会社からきのこ事業等を譲受け

2026

6月
瑞穂農林株式会社の清算

7月
キノコミライラボを開設

※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）

安定的な生産・供給体制を実現し、プレミアムきのこを軸とした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**(見つけられると”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)**



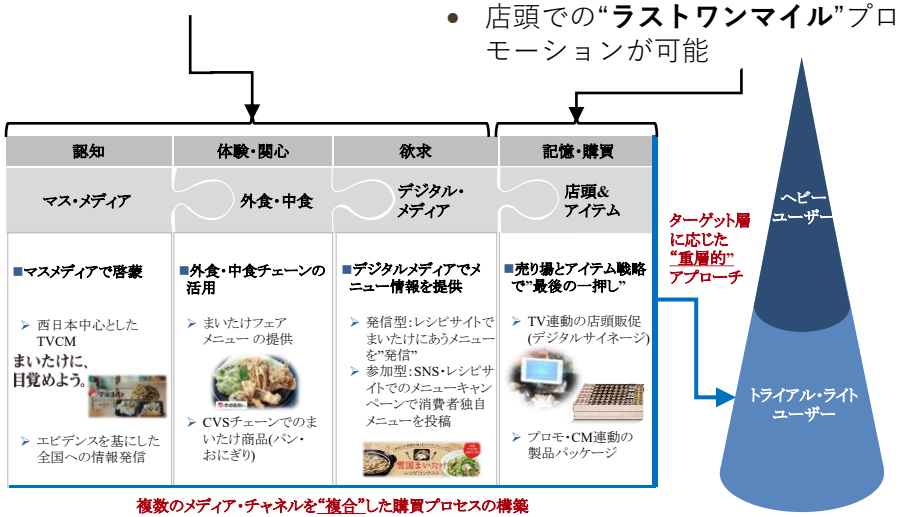
需要変動に応じた“柔軟なサイズ調整”が可能

- **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



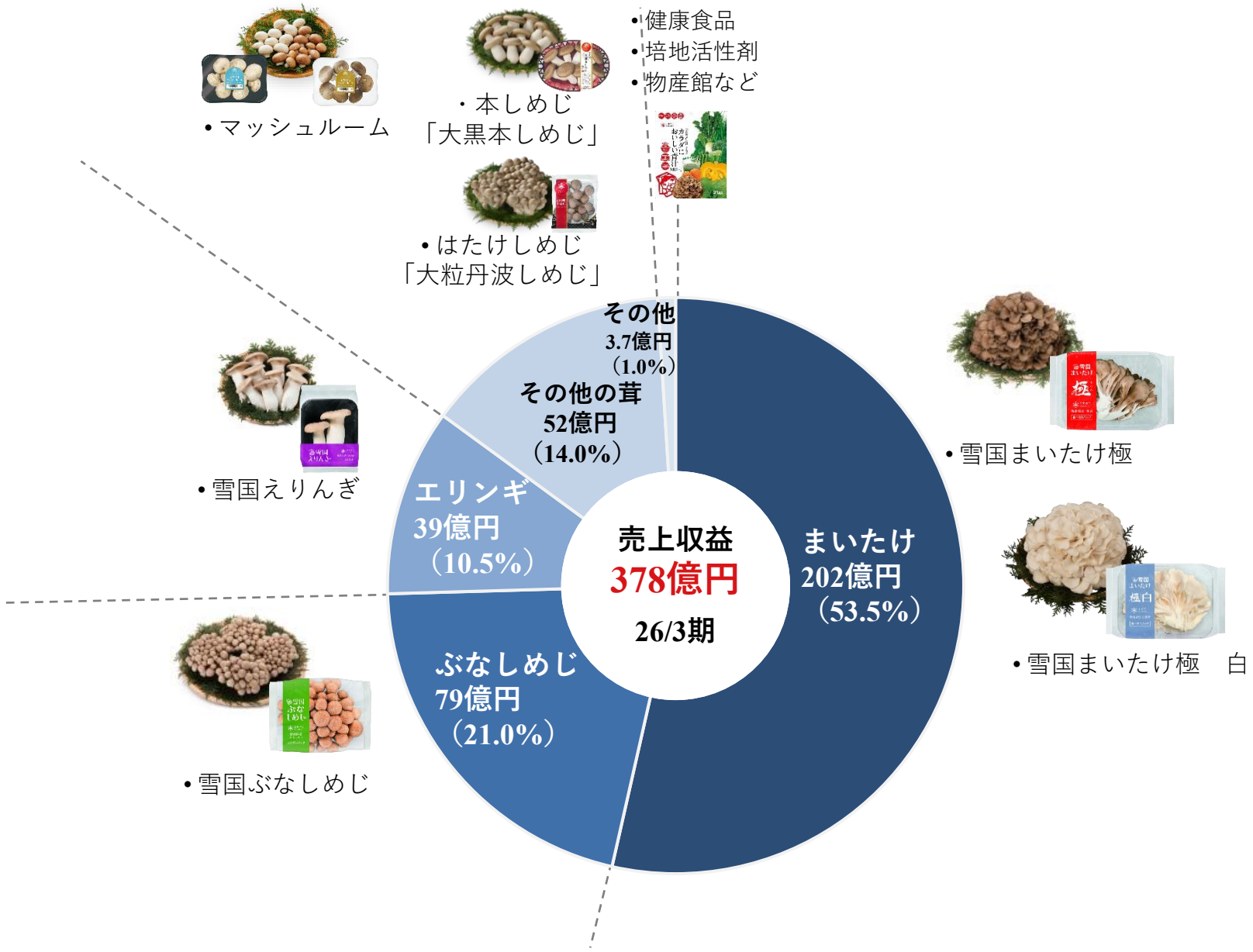
流通・販売

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

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
2025年2月より「キノコのお肉」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



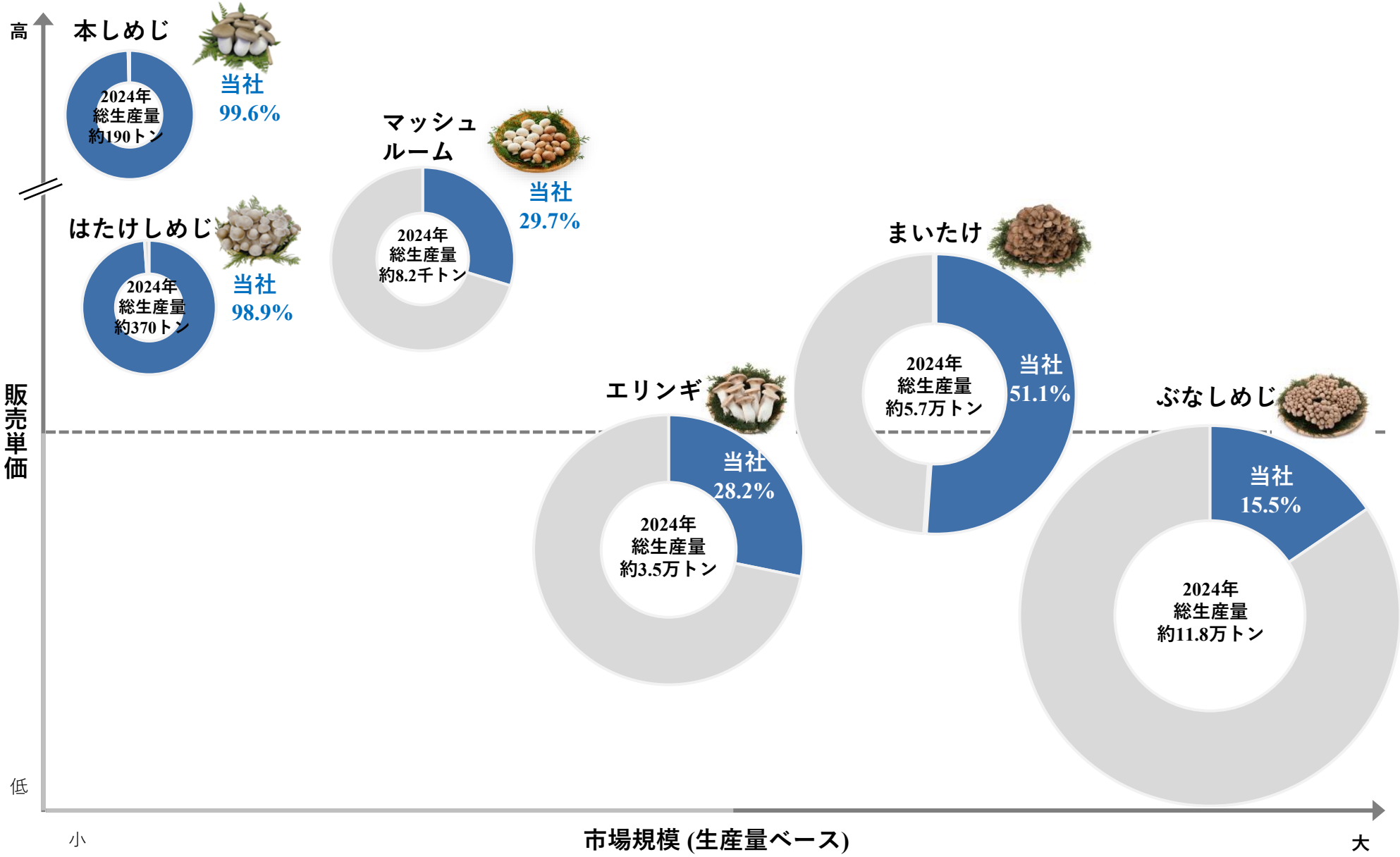
健康食品※3



※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

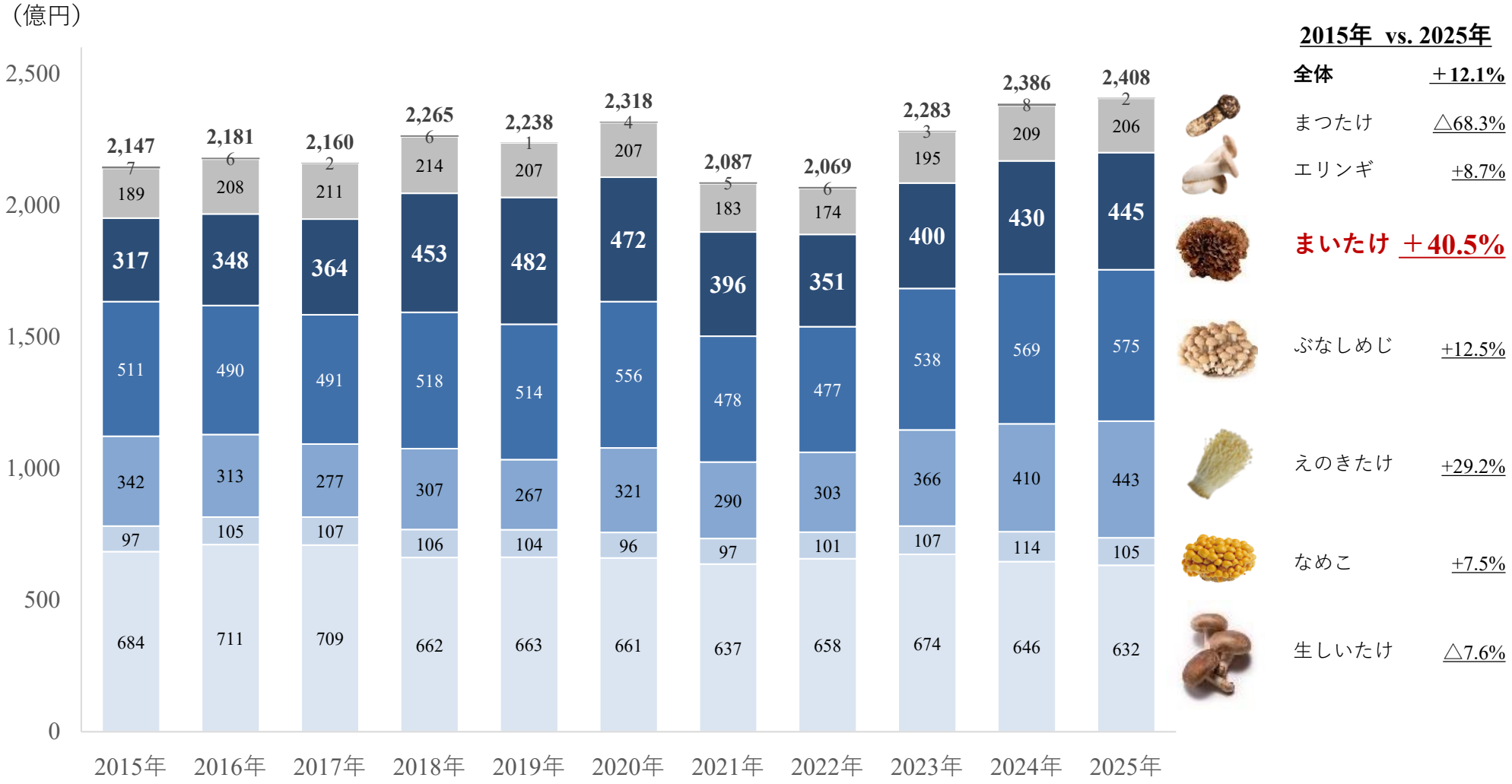
まいたけやマッシュルーム等のプレミアムきのこ市場において高いシェアを有する



※ 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（金額）

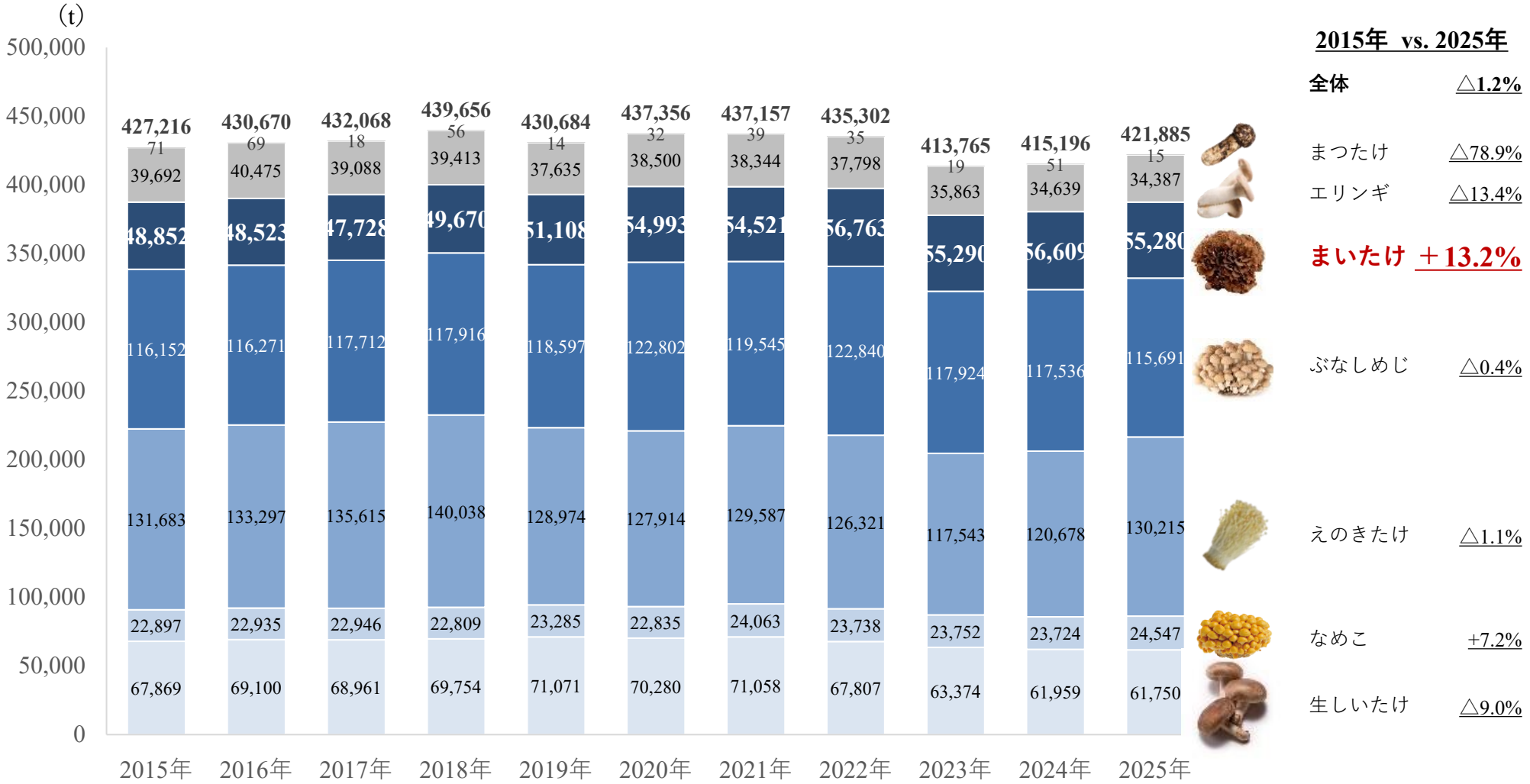
各きのこの市場単価が上がり、きのこ類全体の市場規模は回復傾向



※ 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

きのこ市場の動向（生産量）

国内のきのこ生産量は全体的に減少しているが、品目によって動きが異なる



※ 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
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

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



- 1株あたりの重量は **約900g**

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

50g　70g　100g　120g　140g　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

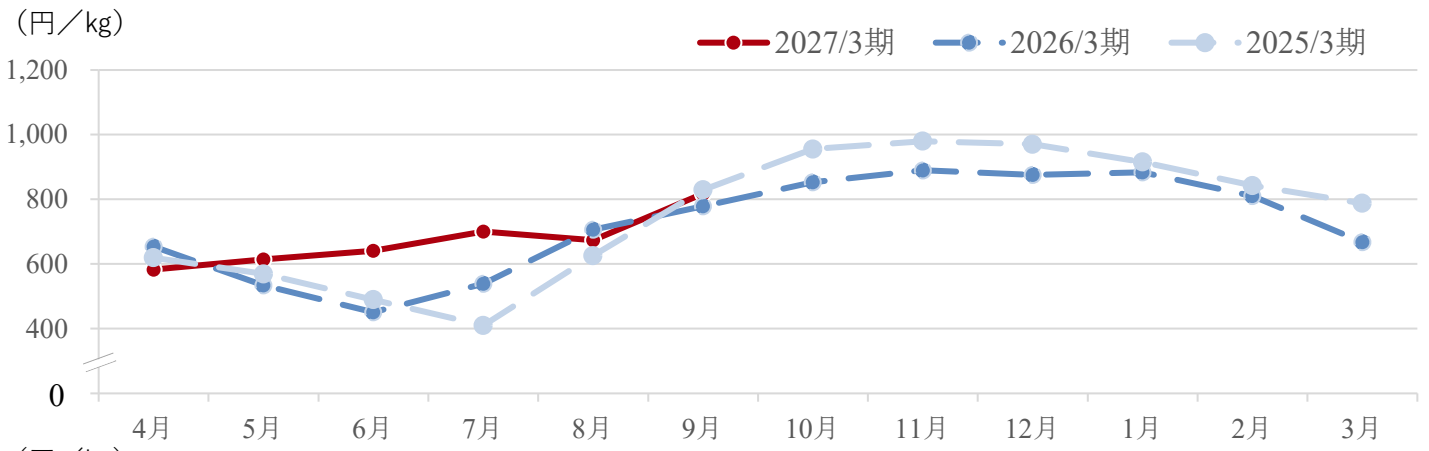
- 広大な培養室と発生室でデータによる科学的な環境管理
- 光環境、温度・湿度制御を適切に管理し、大量生産を実現

- 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



外部環境　市場取引単価の推移

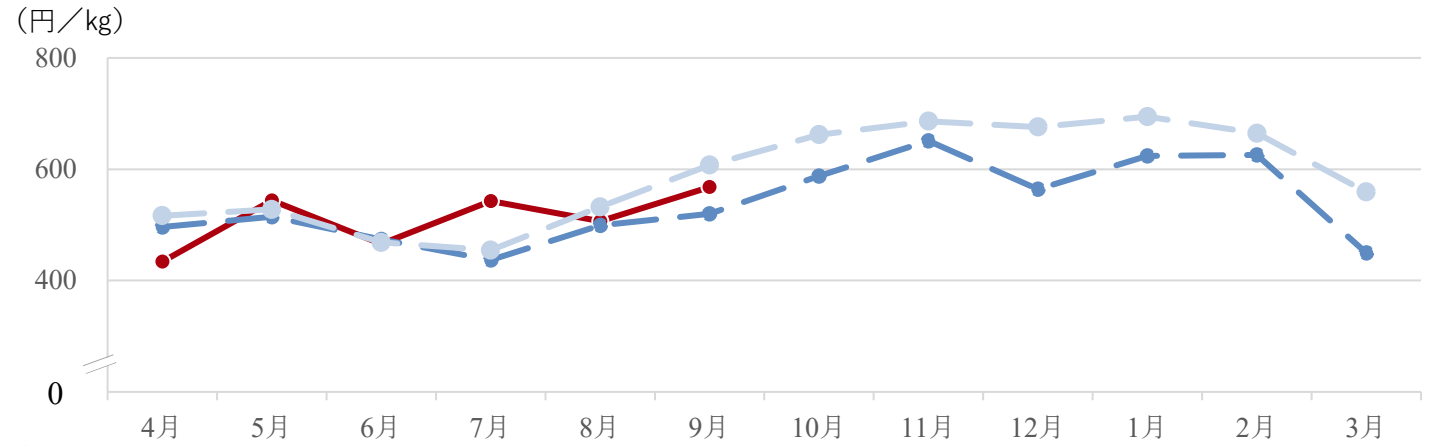
まいたけ



加重平均単価（円）

	2Q	通年
2027/3期	672	-
2026/3期	609	729
2025/3期	591	757

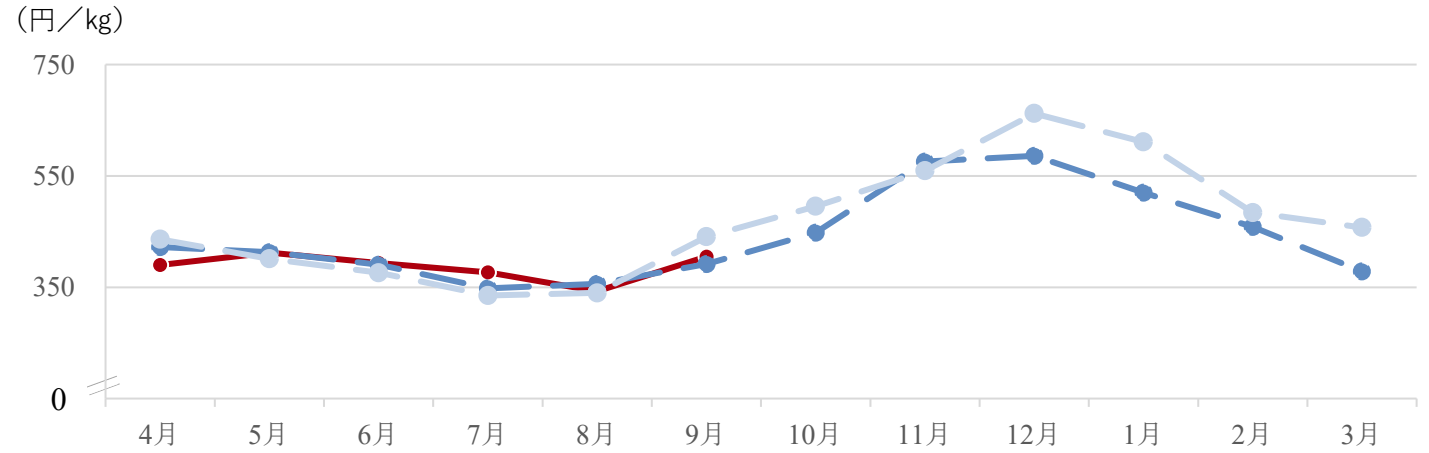
エリンギ



加重平均単価（円）

	2Q	通年
2027/3期	507	-
2026/3期	492	536
2025/3期	519	586

ぶなしめじ



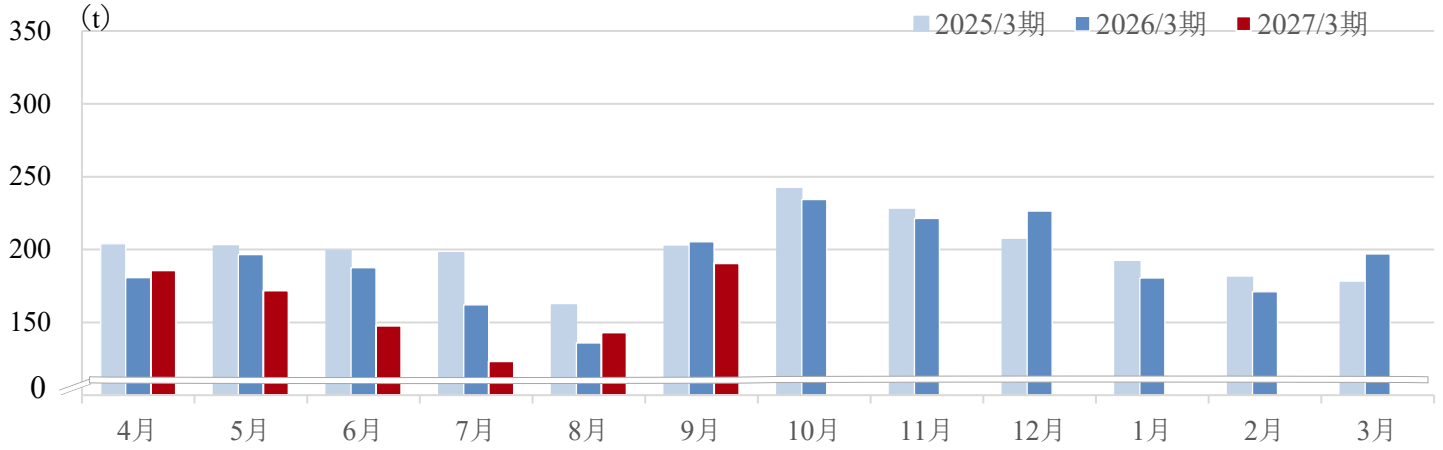
加重平均単価（円）

	2Q	通年
2027/3期	388	-
2026/3期	388	443
2025/3期	390	470

出所：　東京都中央卸売市場　市場統計情報を基に当社作成

外部環境　市場販売量の推移

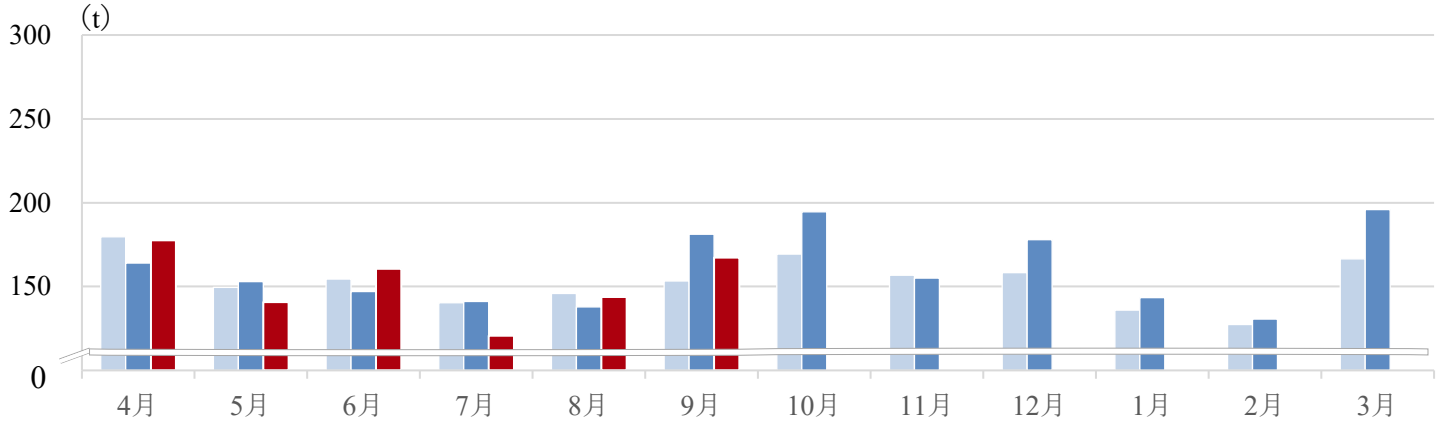
まいたけ



市場販売量（t）

	2Q	通年
2027/3期	962	-
2026/3期	1,068	2,298
2025/3期	1,167	2,393

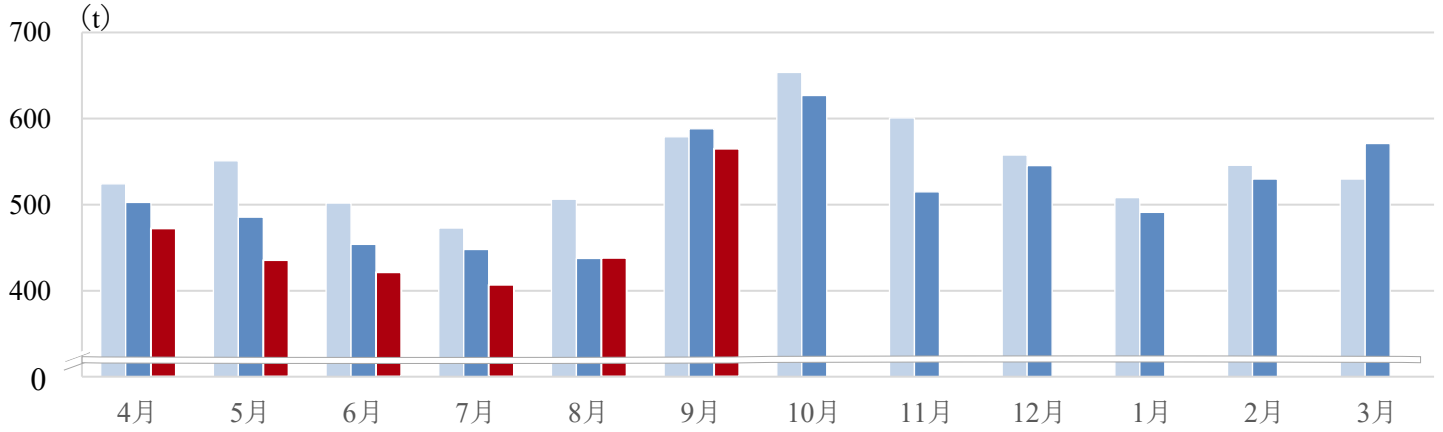
エリンギ



市場販売量（t）

	2Q	通年
2027/3期	911	-
2026/3期	924	1,922
2025/3期	923	1,837

ぶなしめじ



市場販売量（t）

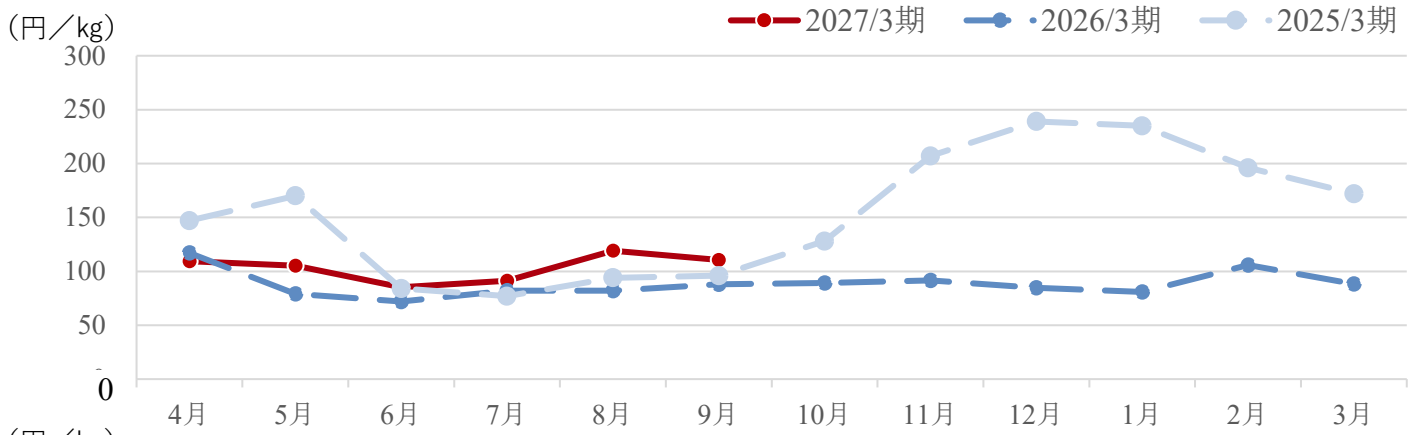
	2Q	通年
2027/3期	2,739	-
2026/3期	2,915	6,193
2025/3期	3,134	6,529

出所：　東京都中央卸売市場　市場統計情報を基に当社作成

外部環境　季節野菜の市場取引推移

単価

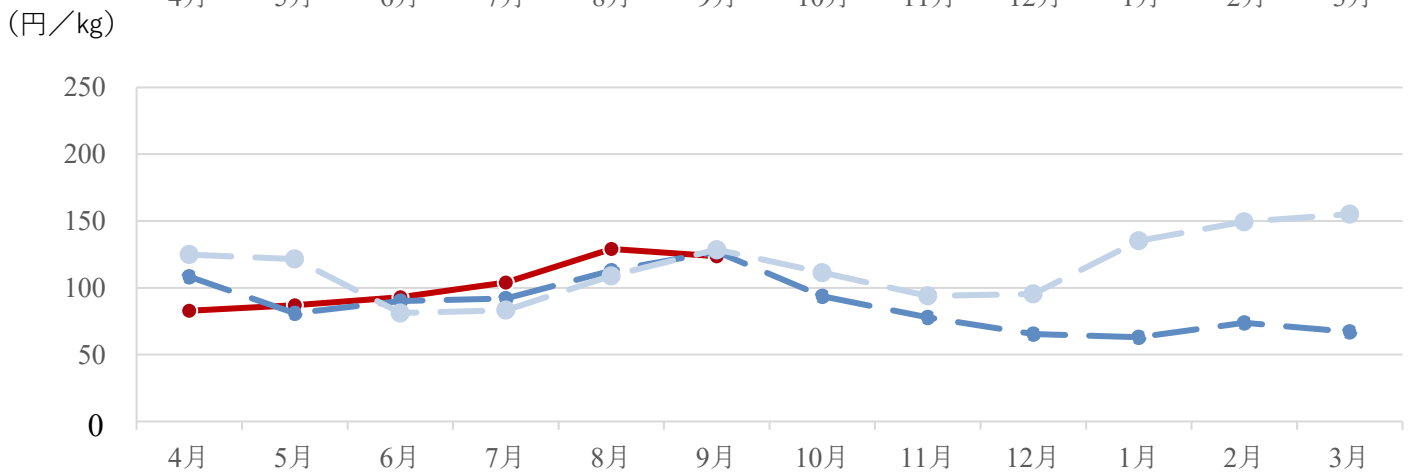
春野菜（キャベツ）



加重平均単価（円）

	2Q	通年
2027/3期	104	-
2026/3期	87	88
2025/3期	111	146

冬野菜（白菜・大根）

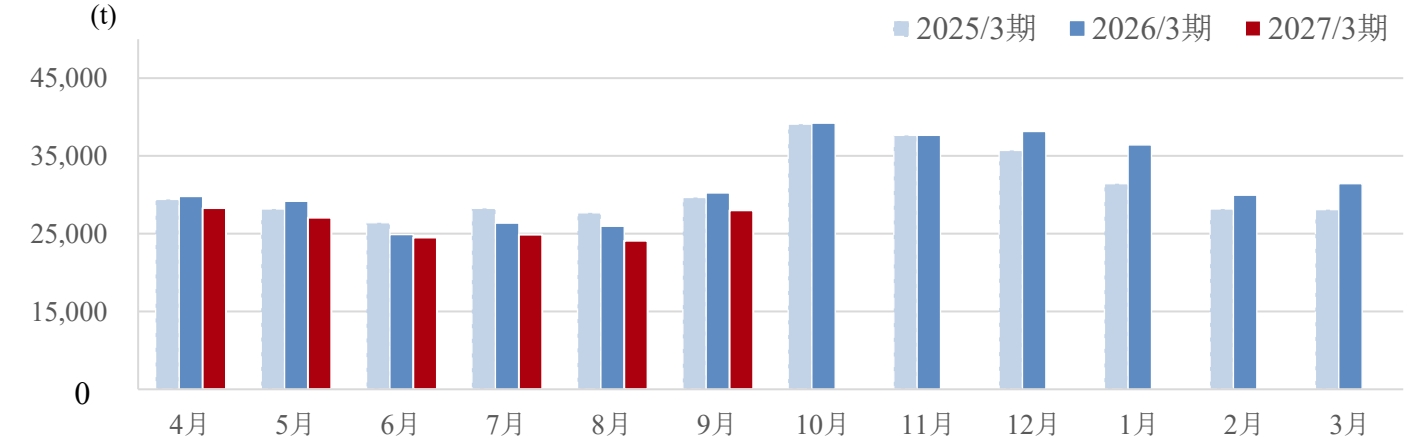


加重平均単価（円）

	2Q	通年
2027/3期	103	-
2026/3期	102	84
2025/3期	109	115

入荷量

3品※1合計



市場入荷量（t）

	2Q	通年
2027/3期	156,910	-
2026/3期	166,402	379,174
2025/3期	169,594	369,727

※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、半期報告書及び有価証券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。

ユキグニファクトリー

証券コード：1375