



秋川牧園

株主通信 冬号

株主の皆様へ

株主の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

さて、当社第47期第2四半期連結累計期間の事業の状況につきまして、
ご報告申し上げます。



代表取締役社長

秋川 正

Q 上半期までの連結業績についてお聞かせください。

上半期の売上高は、対前年比7.9%増と堅調に拡大いたしました。品目別では冷凍食品の伸びが大きく、この上期にも行った値上げの影響を無事に吸収できたといえます。一方で直販事業については、対計画で販売が苦戦する状況にあり、会員募集の強化、初期の定着率の改善、ECサイトのコンテンツの充実など、そのテコ入れを進めているところです。

損益面では、人件費の増加や高止まりする飼料価格など、一段とコストアップが進みましたが、売上の増加要因や工場における生産性改善の効果等により、増益を確保することができました。もっとも、利益創出力という面ではなお改善の余地があると認識しており、さらなる成長によるスケールメリットの実現と、生産性の一層の向上に注力してまいります。



▲新商品の炒りたまごが入った
「ふんわりたまごのチキンナゲット のり塩」

Q 現在の経営環境と今後の経営方針をどのように考えていますか？

日本経済はデフレ時とは大きく様相を変え、物価上昇が長期的に持続する環境へと移行しました。この間、円安が物価上昇の大きな要因となっていましたが、近年では最低賃金の継続的な上昇や深刻化する人手不足も加わり、特に食品価格の上昇を押し上げる構造的な要因となっています。

足元では米価格の高騰が家計に大きな負担を与えていますが、今回の米騒動は日本の農業が長年にわたり疲弊してきた結果として、供給力不足がいよいよ顕在化した出来事であると認識しています。こうした構造的課題は、規模拡大による価格競争を続けてきた日本の養鶏業界にも共通しています。近年は人手不足に加えて、鶏舎の建設コストの大幅な上昇により、新規投資による卵や鶏肉を増産する難易度が大きく上がった状況にあります。

このような時代にあって、秋川牧園が人と設備の両面から生産基盤をさらに強化し、安心安全で美味しい食をサステナブルな形で供給していく意義は、ますます高まっているといえます。昨年からは人用のお米の直営生産も開始いたしました。今後も「元気な農業」のモデルを目指し、新たなチャレンジを重ねてまいります。



▲ゆめファームで収穫した新米

決算のポイント

冷凍加工食品を中心に販売が好調に推移したことにより売上は増加。
原材料・経費・人件費等の各種コスト上昇の影響があったものの、
販売拡大及び製品の値上げ効果も寄与し増益に。

業績ハイライト（連結）

| | 第44期 ('22.4~'22.9) | 第45期 ('23.4~'23.9) | 第46期 ('24.4~'24.9) | 第47期 ('25.4~'25.9) |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 売上高 (百万円) | 3,338 | 3,632 | 3,776 | 4,073 |
| 営業利益 (百万円) | △23 | 47 | △99 | 15 |
| 経常利益 (百万円) | 34 | 127 | △58 | 39 |
| 四半期純利益 (百万円) | 16 | 86 | △48 | 19 |
| 1株当たり四半期純利益 (円) | 3.85 | 20.73 | △11.60 | 4.70 |
| 総資産 (百万円) | 5,485 | 6,358 | 7,038 | 6,907 |
| 純資産 (百万円) | 1,982 | 2,180 | 2,115 | 2,164 |



秋川牧園ではこの間、ブランディングに力を入れてきましたが、現時点の評価と今後の方針についてお聞かせください。

秋川牧園がマーケティング室を設置したのは2015年ですので、本年はブランド戦略10周年の節目にあたります。この10年間で販路の拡大、品目ラインナップの充実、そしてSNSを中心とした発信力強化などに努めきました。その結果、「安心で美味しいチキンナゲットの会社」「こだわりの卵を生産する会社」といった認知は着実に高まり、秋川牧園ファンも増えてきたものと実感しています。この間、ブランド確立の取り組みを温かく支えて下さった株主の皆様に、改めて感謝申し上げます。

秋川牧園が創業以来目指してきたのは、「食べてくださる消費者と共に、健康で、美味しい、心豊かで、サステナブルな社会や暮らしをつくること」です。そのために私たちは、様々な品目の生産から加工、さらには直販に至るまで、一貫した事業を展開してまいりました。今後は単なる“食品のブランド”にとどまらず、「よい食×よい農=よい暮らし」を提案する“暮らしのブランド（ライフスタイルブランド）”として認めていただける存在を目指してまいります。そして、そのためにも様々な変革と新たなチャレンジを、これからも日々誠実に進めてまいります。

ご挨拶動画公開のお知らせ

当社代表取締役社長 秋川 正による、株主の皆様へ向けてのご挨拶の動画を公開しております。日頃秋川牧園をご支援頂いている皆様へ、改めて当社の取り組みや、生産・加工現場の様子などをご案内させていただきます。この機会に是非ご覧ください。



※本動画は、株主様へ向けて限定公開をしております。



「はじめての農園セット」のご案内

秋川牧園では、自社で生産した鶏肉を中心に精肉・たまご・自社加工の冷凍食品・野菜・牛乳・乳製品などをご家庭にお届けする会員制宅配を行っております。



入会前に商品をお試しいただけるお得なセットのお申し込みは
こちら▶



同封しております「あきかわさんの秋だより」は、会員様を中心とした消費者のみなさまに配布しておりますが、

株主のみなさまにも秋川牧園のことを知っていただければと思い、同封させていただきました。お楽しみいただければ幸いです。

会社データ

本社所在地 山口県山口市仁保下郷10317番地
設立 1979年5月25日
資本金 7億1,415万円
上場証券取引所 東京証券取引所 スタンダード市場

事業所
本社及び工場 山口県山口市仁保下郷10317番地
大阪事業所 大阪府茨木市太田1-1-25