

# ホクト株式会社

## 2026年3月期 決算説明資料

2026年5月22日

東証プライム市場：1379



## 業績は増収増益で着地、中期経営計画の達成に向け順調に推移

### 2026年 3月期 実績

#### 国内における価格競争力維持し、前期比売上高+28億、営業利益+4億と増収増益

- 国内はマーケティング施策等が奏功し、堅調なきのこ価格を維持できたことで増収増益を達成
- 海外はアメリカ・台湾は横ばいも、マレーシアは苦戦。北米新工場建設に向けて着実に進捗
- 株主還元を推進し、年間配当積み増し・株主優待拡充

### 2027年 3月期 展望

#### 中期経営計画の達成に向けて施策を一段と推進

- 国内は更なるきのこ拡販施策を打ちながら、省人化・調達コスト削減・エネルギーマネジメント高度化に取り組むことで更なる利益伸長を見込む
- 海外は北米新工場の準備とともに、スペシャリティきこの需要拡大施策（販売力強化）に取り組む
- 更なる株主還元を推進するため、DOE目標を設ける

### 中期 経営計画

- 中期経営計画は最終年度である2029年3月期経営数値として売上高1,000億円、営業利益100億円、営業利益率10%、ROIC7.2%、PBR1.9倍を目指す  
➔足元は売上高で85.9%、営業利益で70%の進捗

# 1. 2026年3月期 決算報告

## 2. 2027年3月期 通期計画

## 3. 参考資料

不安定なコスト環境下において国内きこの高単価化を推進。化成品事業での大口案件の取り込み等もあり売上高・営業利益の伸長を実現し、売上高は859億円、営業利益は70億円と前年を上回る水準で着地

**売上高**  
**859億円**  
(前年比+3.4%)

**営業利益**  
**70億円**  
(前年比+6.1%)

**経常利益**  
**81億円**  
(前年比+17.7%)

**純利益**  
**70億円**  
(前年比+57.8%)

**国内きこの事業**  
**利益率**  
**13%**  
(前年差+0.2pt)

**海外きこの事業**  
**利益率**  
**14%**  
(前年差△1.1pt)

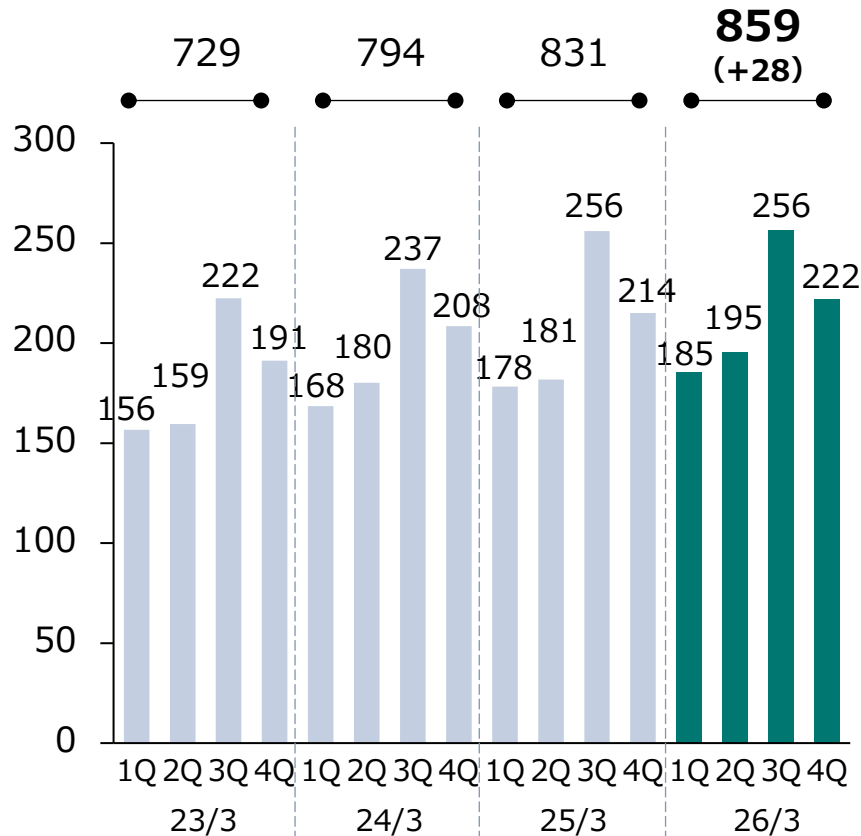
**ROIC**  
**5.29%**  
(前年差+0.08pt)

**配当金額**  
**55円**  
(前年比+5円)

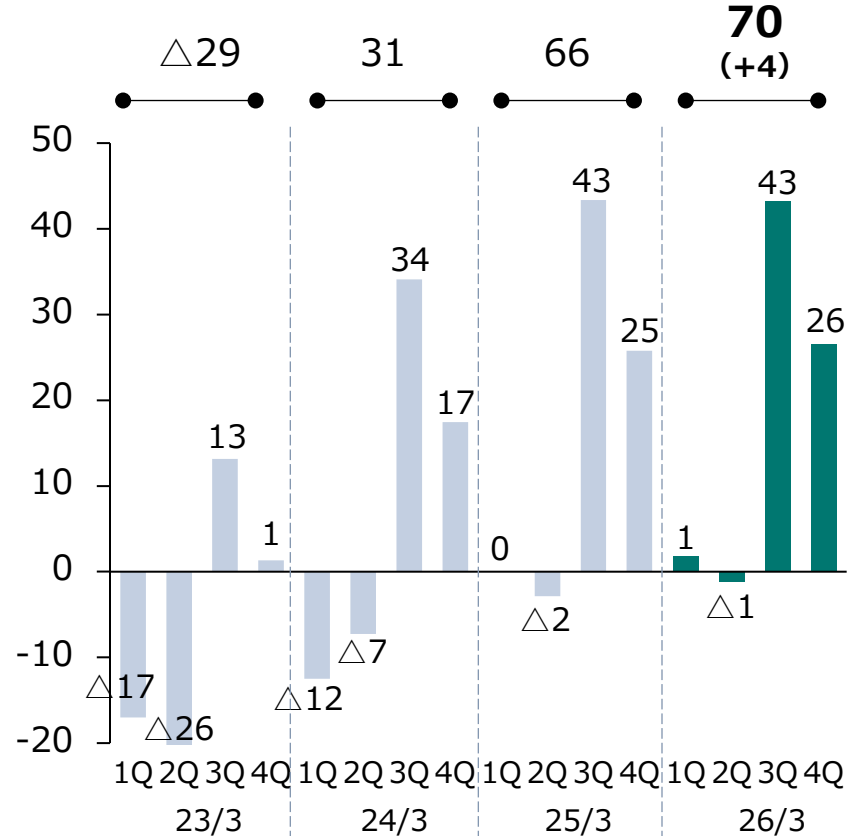
# ▶▶ 2026年3月期 業績ハイライト

主に国内きのご事業における新規開拓やエリア戦略、マーケティング施策に加え、生産量適正化等の取り組みを通じて、安定的に高い収益性を確保

売上高(億円)



営業利益 (億円)



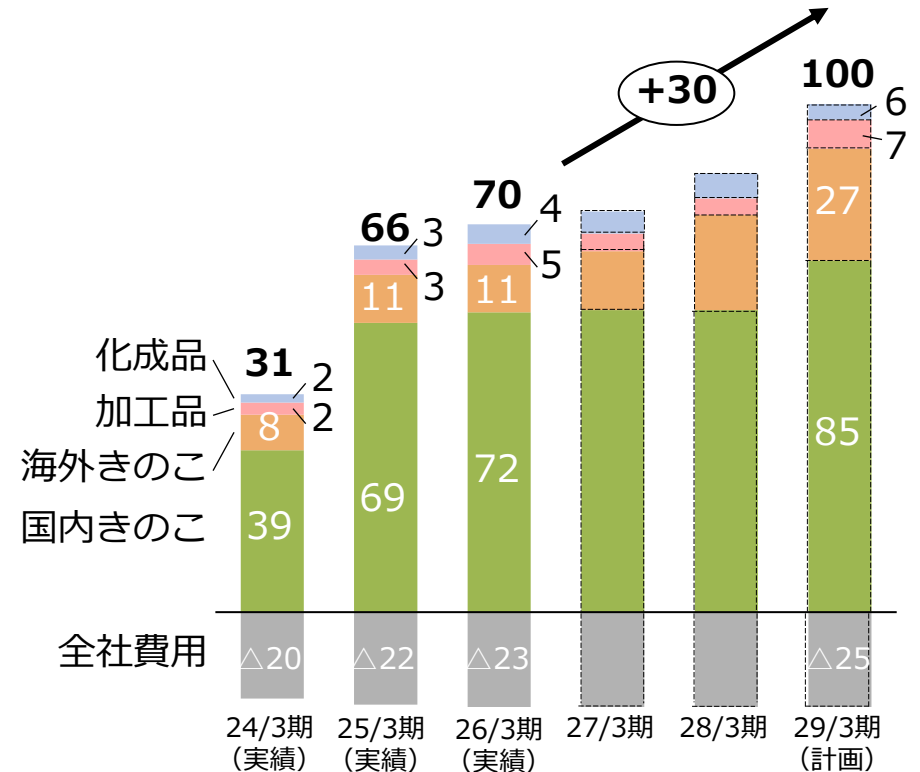
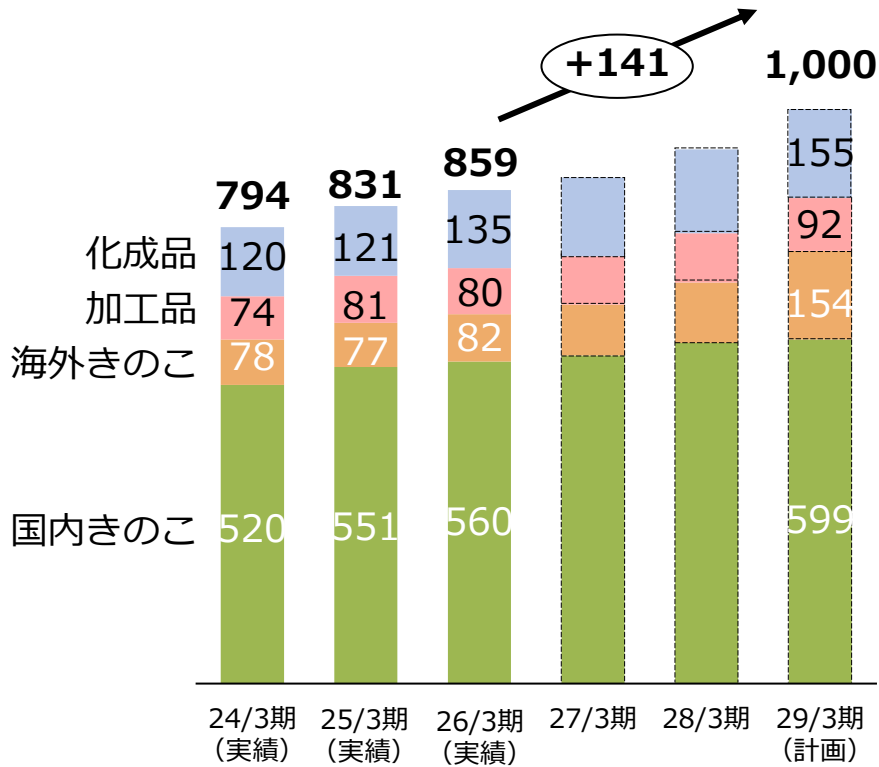
中期経営計画の目標に対し、売上高で85.9%、営業利益で70%の進捗と順調に推移

## 売上高（連結）

## 営業利益（連結）

(億円)

(億円)



# ▶▶ 2026年3月期 連結財務諸表サマリ



## 売上高と各段階利益は順調

## 貸借対照表・キャッシュフローは安定して推移し、財務面も堅調

(単位：百万円)

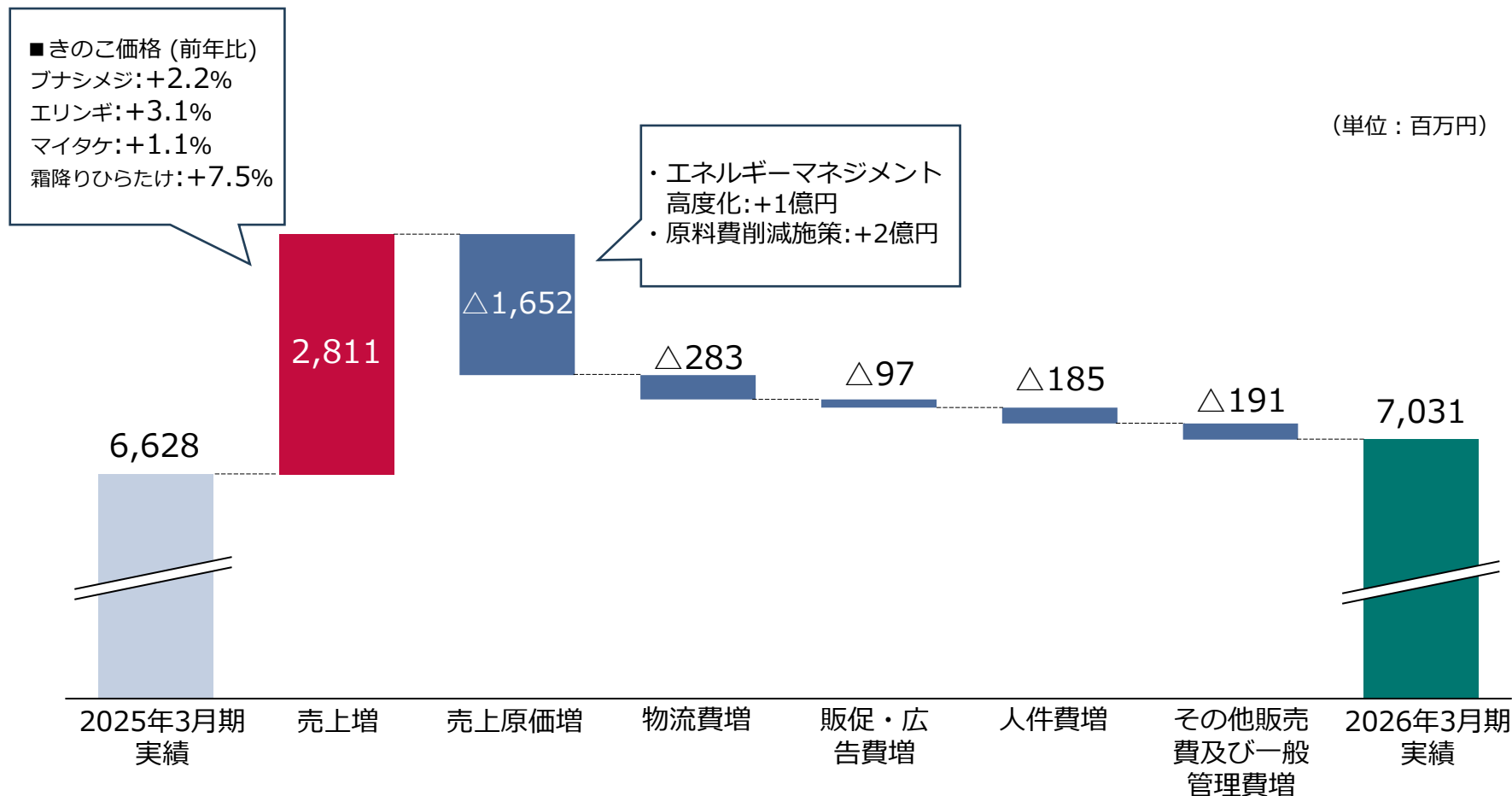
損益計算書	25/3 実績	26/3 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	83,104	85,915	2,810	3.4%
売上総利益	23,760	24,919	1,159	4.9%
売上総利益率	28.6%	29.0%		
販管費	17,132	17,888	756	4.4%
営業利益	6,628	7,031	402	6.1%
営業利益率	8.0%	8.2%		
経常利益	6,953	8,186	1,233	17.7%
経常利益率	8.4%	9.5%		
当期純利益	4,441	7,006	2,565	57.8%
当期純利益率	5.3%	8.2%		
一株当たり利益	140.63円	223.84円		

貸借対照表 要旨	25/3 実績	26/3 実績	前年比 増減額	摘要
流動資産	38,621	40,529	1,907	現金及び預金の増加(24億16百万円) 有価証券の減少(△10億12百万円)
固定資産	68,998	73,196	4,197	投資その他の資産の増加(36億9百万円)
資産合計	107,620	113,726	6,105	
流動負債	24,823	23,483	△1,340	短期借入金の減少(△14億61百万円)
固定負債	25,988	25,318	△669	長期借入金の減少(△19億89百万円) 繰延税金負債(固定)の増加(9億10百万円)
負債合計	50,811	48,802	△2,009	
株主資本合計	54,420	59,994	5,573	繰越利益剰余金の増加(48億79百万円)
純資産合計	56,808	64,924	8,115	利益剰余金の増加(54億15百万円) 其他有価証券評価差額金の増加(16億71百万円)

キャッシュ・フロー 計算書要旨	26/3 実績	摘要
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,824	税金等調整前当期純利益の計上(100億54百万円) 減価償却費の計上(51億57百万円) 為替差益の計上(6億65百万円) 法人税等の支払い(△19億46百万円) 仕入債務の減少(△7億91百万円)
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,917	有価証券の純減(21億13百万円) 有形固定資産の取得による支出(△49億23百万円)
フリーキャッシュ・フロー	7,907	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,420	短期借入金の純減(△15億円) 長期借入金の純減(△13億92百万円) 配当金の支払(△15億91百万円)

# ▶▶ 2026年3月期 通期実績 営業利益の増減要因

**原価・物流費等の高騰影響が強いが、価格改定及び生産性向上の施策によりカバーし、営業利益は前年比4億円のプラスにて着地**



売上高は全てのセグメントにおいて計画を達成。国内の各セグメントが牽引し、  
連結営業利益も計画を上回る

(単位：百万円)

売上高	25/3 実績	26/3 実績	増減		26/3計画	
			金額	増加率	金額	達成率
国内きのこ	55,100	<b>56,077</b>	976	1.8%	54,074	103.7%
海外きのこ	7,711	<b>8,236</b>	525	6.8%	8,208	100.3%
加工品	8,158	<b>8,003</b>	△154	△1.9%	7,863	101.8%
化成品	12,134	<b>13,598</b>	1,463	12.1%	13,466	101.0%

営業利益	25/3 実績	26/3 実績	増減		26/3計画	
			金額	増加率	金額	達成率
国内きのこ	6,994	<b>7,242</b>	247	3.5%	4,974	145.6%
海外きのこ	1,156	<b>1,147</b>	△9	△0.8%	1,307	87.8%
加工品	374	<b>511</b>	136	36.5%	298	171.4%
化成品	337	<b>470</b>	132	39.2%	375	125.4%

# ▶▶ 中期経営計画における取組施策の全体像と進捗： 国内きのこと事業

**26/3期はエリア・アイテム戦略と価格安定化が売上向上に大きく寄与すると共に、工場でのエネルギーマネジメントにより原価の抑制に成功**

<b>業績 進捗</b>	<b>25/3期実績</b> 売上：551億円 営業利益：69億円 営業利益率：13%	<b>26/3期実績</b> 売上：560億円 営業利益：72億円 営業利益率：13%	<b>29/3期目標</b> 売上：599億円 営業利益：85億円 営業利益率：14%
------------------	--	--	--

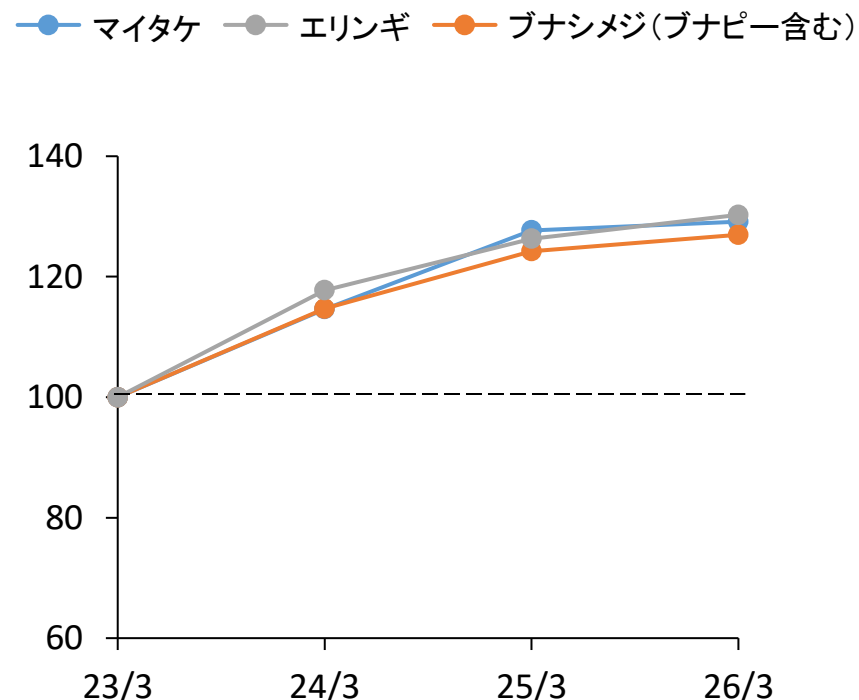
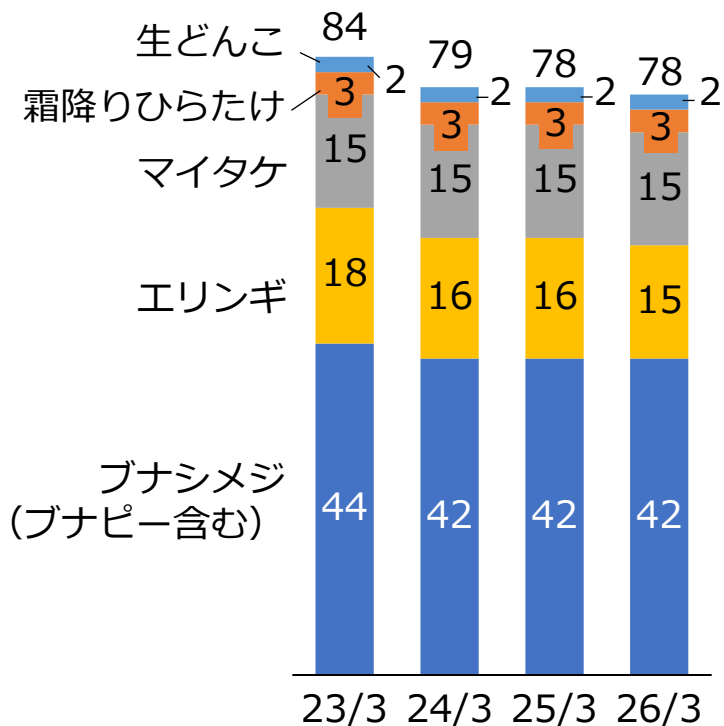
	中計での重点施策	26/3期の取組状況
<b>施策 進捗</b>	<b>生産量最適化と価格安定化</b> + – 販売見通しや在庫計画の精度を向上させ、市場価格の安定化を実現 – 安値でのスポット取引を最小化	– アイテムごと・地域ごとに需要予測の精度を分析手法の工夫により改善 – 地域間での在庫の融通とスポット的な増減産により日々変動する需要と供給の乖離を解消
	<b>エリア×アイテム戦略推進</b> + – 全国10のエリアごとに地域の特性に応じたエリア戦略を立案、推進 – アイテム別のマーケティング強化	– エリア戦略：月次の進捗確認や業績評価への反映によって実効性を担保。全所課が売上、収益性を向上させることに成功 – アイテム戦略：霜降りひらたけに注力し、「リュウジのバスレシビ」とのコラボやメディアでのPRを通じた認知向上と拡販に成功
	<b>原価低減</b> – エネルギーマネジメントの改善 – DX/省人化による効率改善 – 調達資材の改善（コーンコブの調達範囲拡大、使用済み培地再利用等）	– マイタケ培養・生育LED化、デマンド最適化、IoT制御等の取り組みを通じエネルギーコストを低減

# 国内きのこ種別生産量・単価の推移

**需要予測に基づく生産調整とエリア戦略の推進により生産量を維持しつつ安定的な単価向上を実現**

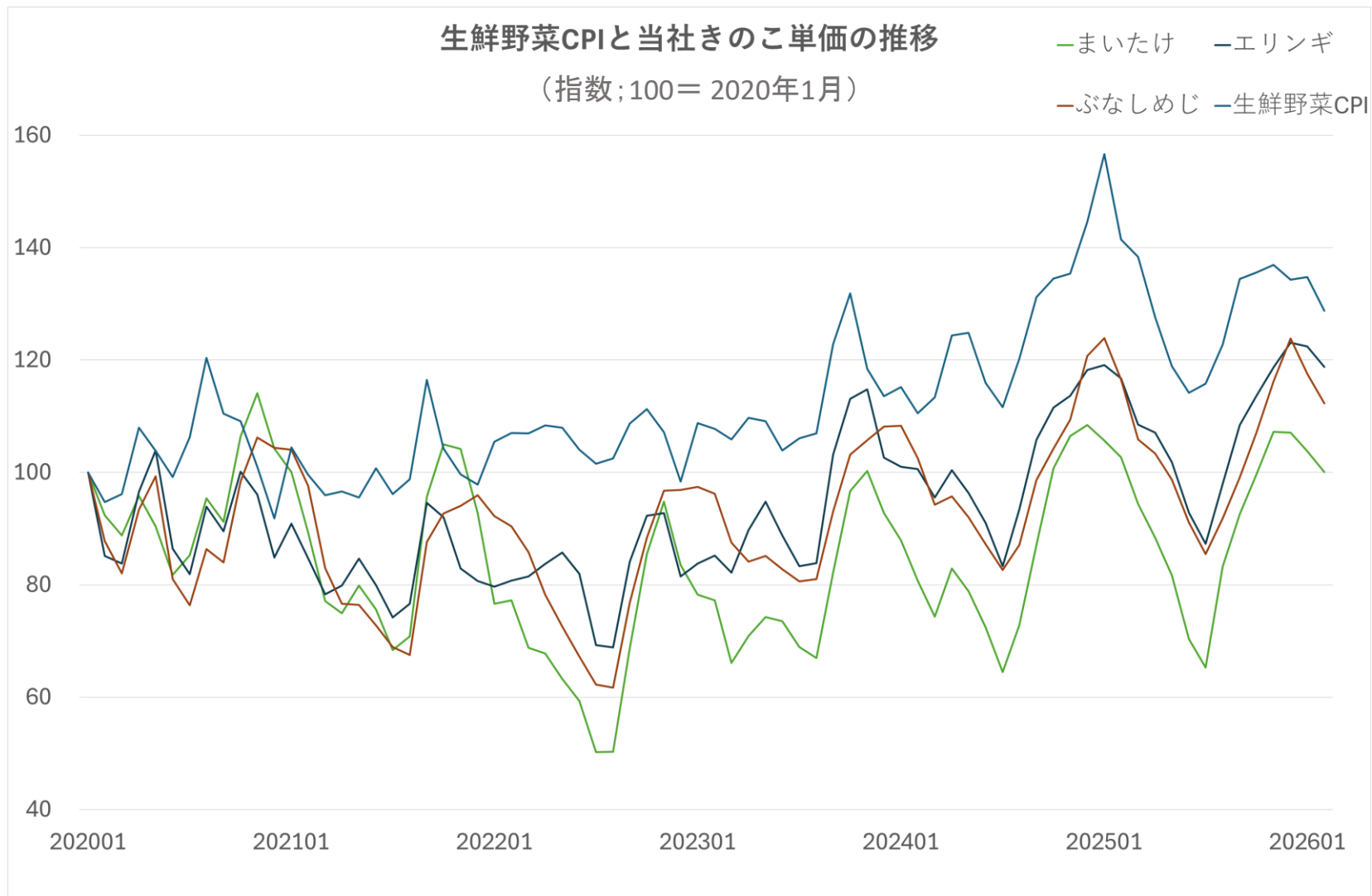
生産量の推移 (1,000t)

主要アイテムの単価推移 (指数)



# 野菜単価のトレンドときのご単価の相関

**生鮮野菜の単価上昇に連動する形で単価向上を実現。今後も生鮮野菜の市況を見きわめながら単価向上に取り組む**



## 霜降りひらたけの拡販推進

「リュウジのバズレシピ」とのコラボ、店頭キャンペーン、メディアでのPRを通じた認知向上、拡販に成功  
売上10%アップ、過去最高売上を更新

## マスメディアPR：商品と「ホクト品質」の認知向上

ほんまでっか!?TV (2025/9/17放送)  
土曜はナニする!? (2026/2/28放送) など  
広告換算価値計4億円 (外部PR会社試算)



## エリンギのリニューアルキャンペーン

品種改良したPLE10の発売キャンペーンを実施  
併せてきのご組CMの制作、放映・配信

## 公式SNSの立ち上げ

公式SNS (X、Instagram、Youtube) の立ち上げ  
Xはフォロワー数4.5万人に到達

## 工場直送採れたてきのごセットの発売

2025年9月に公式オンラインストアで発売し、好評価



## マイタケの培養・生育プロセス光源のLED化、一流体加湿プロセスの導入等により 25/3期対比△2.6%電力消費量削減<sup>1</sup>

従来

変更後

導入状況

### 培養・ 生育LED

- マイタケの培養・生育プロセスでの光源に蛍光灯を使用



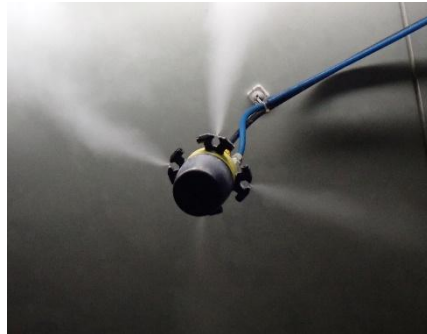
- LED導入による電気代削減の他、光源が熱を持たないため空調負荷低減



- 培養プロセスでは上田第二、静岡第二、苫小牧第三、城島に導入済
- 生育プロセスでは静岡第二に26/3期に一部導入済。苫小牧第三、城島に29年3月期までに導入予定

### 一流体 加湿

- エリンギ、ブナシメジの培養で二流体(エア+水)でコンプレッサーによりエア供給



- 一流体(水のみ)でポンプでの加湿稼働を行いコンプレッサーの電気代削減




- ブナシメジでは上田第一、佐久第一、エリンギでは苫小牧第二に導入済。その他工場でも29/3期までに導入予定

注1: 生産量は25/3期対比99.6%とほぼ同水準で推移

## ▶▶ 有限会社舟形マッシュルームの株式取得(子会社化)

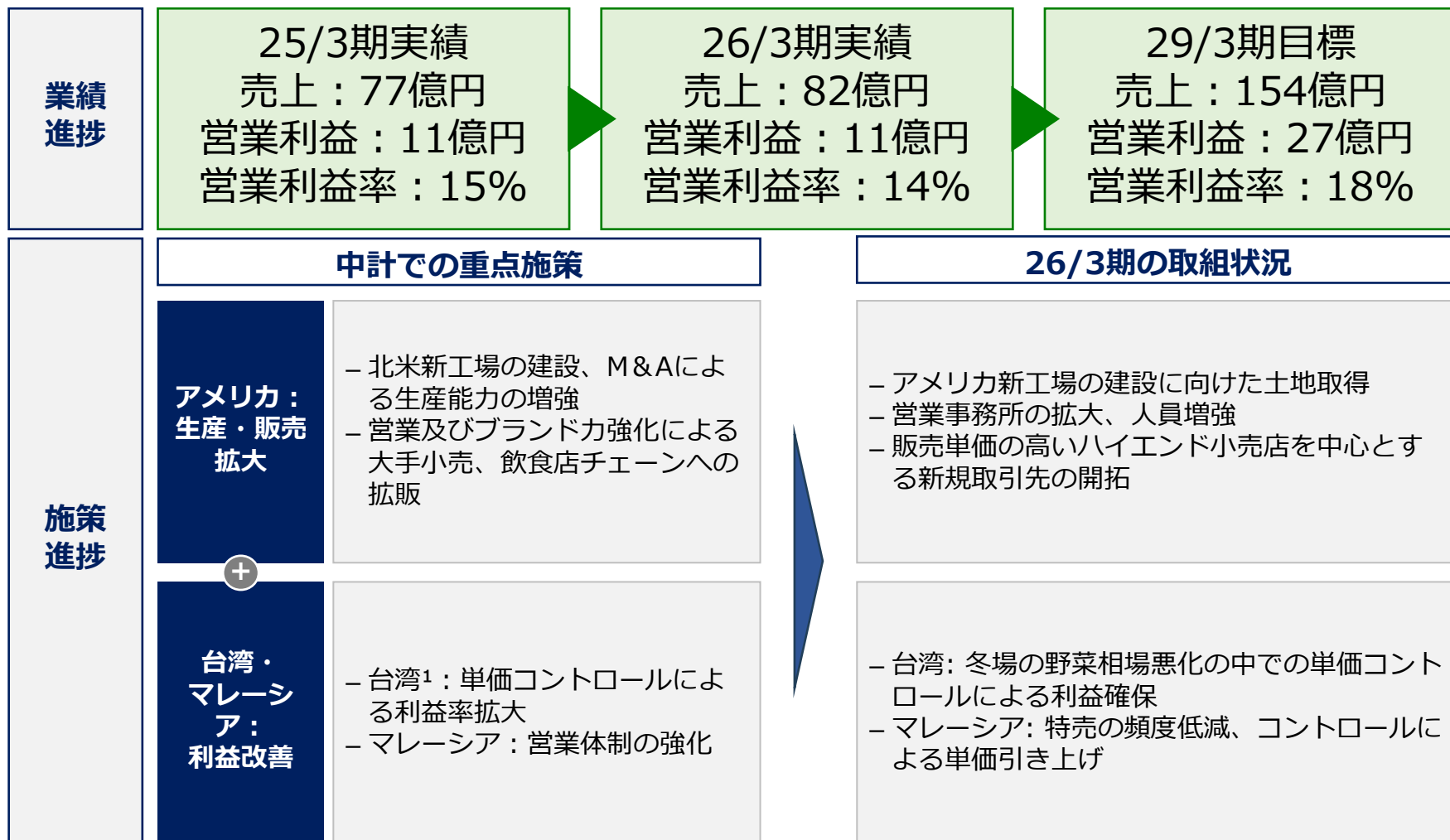
**日本国内におけるマッシュルーム需要の高まりを踏まえ、業界三番手のマッシュルーム生産会社であり、強固な生産技術を有する有限会社舟形マッシュルームの株式を取得(子会社化)し、商品ラインナップを拡充**

所在地	山形県最上郡舟形町長沢6831		 舟形マッシュルーム
代表者の役職・氏名	代表取締役社長 長澤大輔		
事業内容	マッシュルーム生産販売 マッシュルーム加工品製造販売 レストラン経営		
資本金	51 百万円		
設立年月日	2001 年 10 月 15 日		
売上高	2023年3月期	1,345百万円	
	2024年3月期	1,269百万円	
	2025年3月期	1,186百万円	

		25/3 実績	26/3 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
アメリカ	売上高	2,764万\$	2,774万\$	9万\$	0.4%
	営業利益	256万\$	209万\$	△46万\$	△18.2%
	営業利益率	9.3%	7.6%		
	為替	149.52	159.88		
台湾	売上高	661百万NT\$	645百万NT\$	△16百万NT\$	△2.5%
	営業利益	160百万NT\$	155百万NT\$	△5百万NT\$	△3.2%
	営業利益率	24.2%	24.0%		
	為替	4.51	4.99		
マレーシア	売上高	1,710万RM	1,364万RM	△346万RM	△20.2%
	営業利益	△318万RM	△406万RM	△88万RM	—
	営業利益率	△18.6%	△29.8%		
	為替	33.69	39.58		

# ▶▶ 中期経営計画における取組施策の全体像と進捗： 海外きのこ事業

**26/3期は円安に伴い円換算ベースでの売上は拡大するも実態は前年割れ。入札不調や相場変動等の影響あり利益率も下落。一方でアメリカ新工場建設に関しては土地取得等進捗**



注1:出荷詰め替え作業を内製化し、外注費削減で利益拡大につなげる施策であったが、内製化のハードルが高く方向転換。定番価格での販売を伸ばすことで利益率の拡大を狙う施策に変更。

## アメリカのカリフォルニア州での新工場建設に向け土地取得済。生産能力の増強による売上拡大を狙う

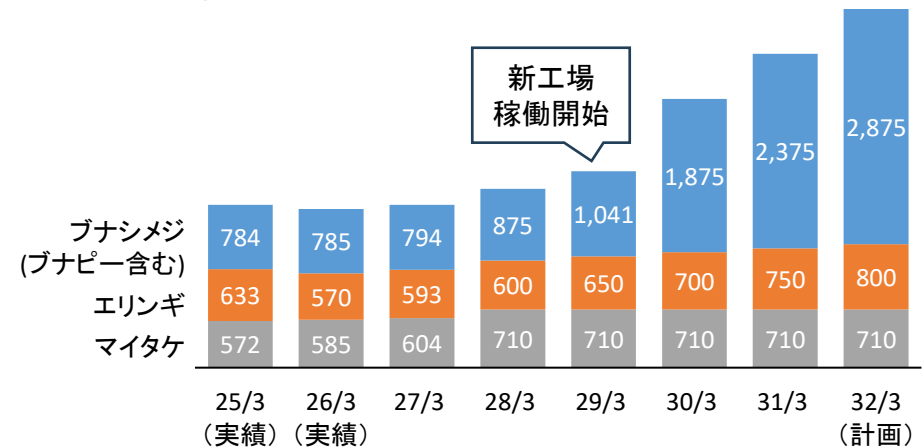
### 工場稼働までのマイルストーン(見込み)

- ~26年3月: 土地取得(完了)
- 26年中頃~末: カウンティ向け各種申請、審査完了
- 26年11月頃: 設計完了 (許認可申請と同時並行で実施)
- 27年中頃~末: カリフォルニア州向け各種申請、審査完了
- 29/3期中: 生産開始

※行政審査の進捗により前後する可能性あり

### 想定生産量と販売計画

(単位: t)



下記戦略を梃子に販売数量の増加を狙う

- 新規スーパーマーケット開拓
- 営業人員増強
- 販売パッケージ、品種ミックス最適化
- マーケティング強化

# 海外・国別きのこ種別生産量・単価の推移

**アメリカは販売量を維持しつつ単価向上を実現。台湾は高収益率を維持  
一方、東南アジアは単価向上するも販売量に挺入れが必要**

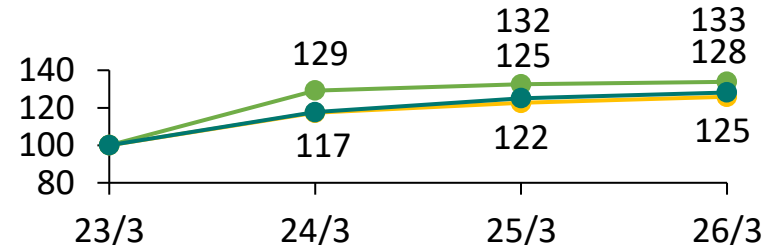
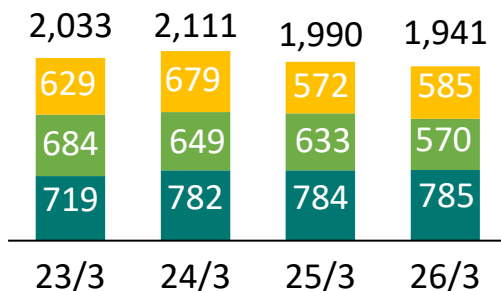
生産量の推移(単位:t)

単価の推移(指数)

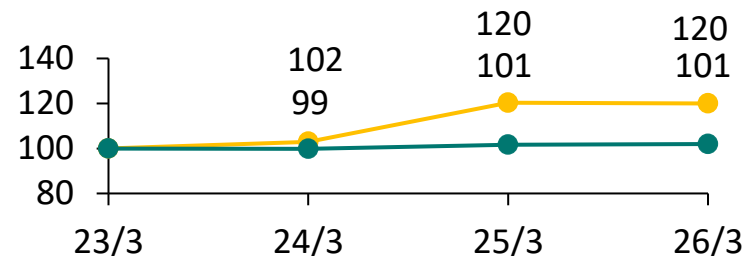
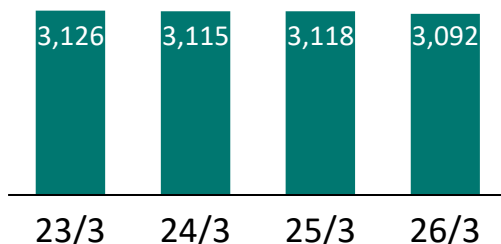
■ マイタケ ■ エリンギ ■ ブナシメジ(ブナピー含む)

● マイタケ<sup>1</sup> ● エリンギ ● ブナシメジ(ブナピー含む)

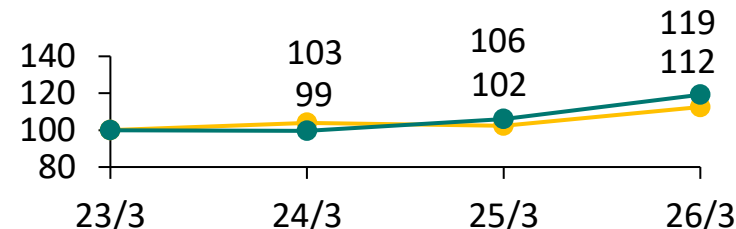
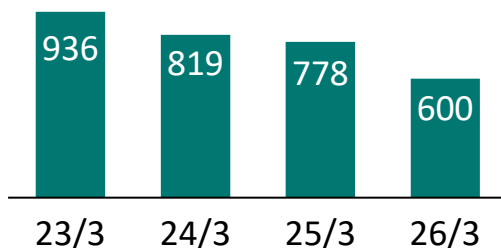
アメリカ



台湾

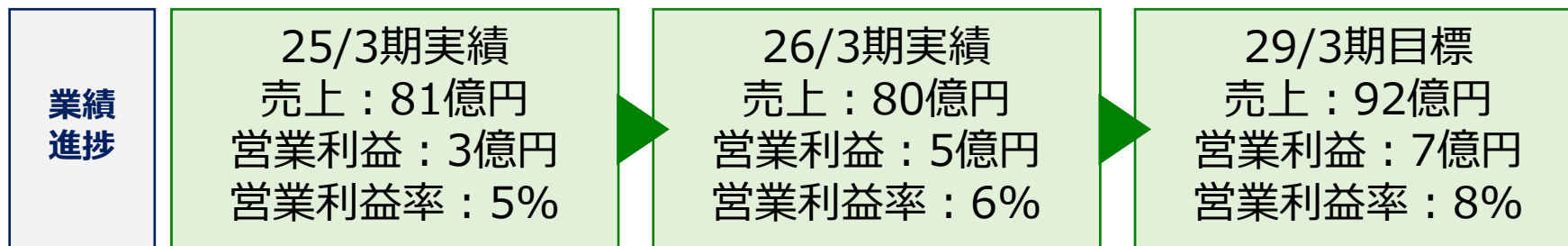


東南  
アジア  
(マレー  
シア拠点)



注1: 台湾と東南アジアのマイタケは日本からの輸入

**26/3期は粗利改善策が奏功し営業利益が好調に推移。新商品の開発、拡販にも注力中**



	中計での重点施策	26/3期の取組状況	
<b>施策 進捗</b>	<b>業務用</b> ・市販向け調理加工品 新規冷蔵 ・冷凍品の販売促進	- 食品メーカー/量販店デリカ部門、青果冷凍売場等への販売を想定した新たな商品化及び新規顧客開拓	
	+	<b>魅力ある新商品開発</b>	- 収穫後直ぐに冷凍して美味しさを保ったフレッシュ冷凍きのこ - 美味しさを訴求する魅力ある冷凍食品の新開発 - シーンを広げる即食きのこの開発
	+	<b>新しい通信販売事業</b>	- 新規きのこサプリの開発 - 新しい通販事業戦略への挑戦
		- 食品メーカーとの共同開発/大手量販における定期的なデリカ商品発売/新規外食チェーンでのグランドメニュー採用  - カットエリンギ・カットブナシメジを急速冷凍し、採れたてのおいしさが味わえる市販向け冷凍きのこ「とれたて一番」を発売 - おつまみ感覚でキノコをたっぷり採れるきのこ缶詰二種を発売  - 新規きのこサプリを開発中。サブスク型商品の広告手法を検証 - 対投資効果の高い広告の選別と、リピート顧客の離脱防止に向けた対策の実施	

市販向けの急速冷凍きのこ「とれたて一番」は順調に取り扱い店舗を増やしており、今後も市販向け冷凍きのこ市場の開拓と事業拡大に取り組む



2025年10月に市販向け冷凍きのこ「とれたて一番」を発売

国内工場で採れたてのカットエリンギ・カットブナシメジを急速冷凍

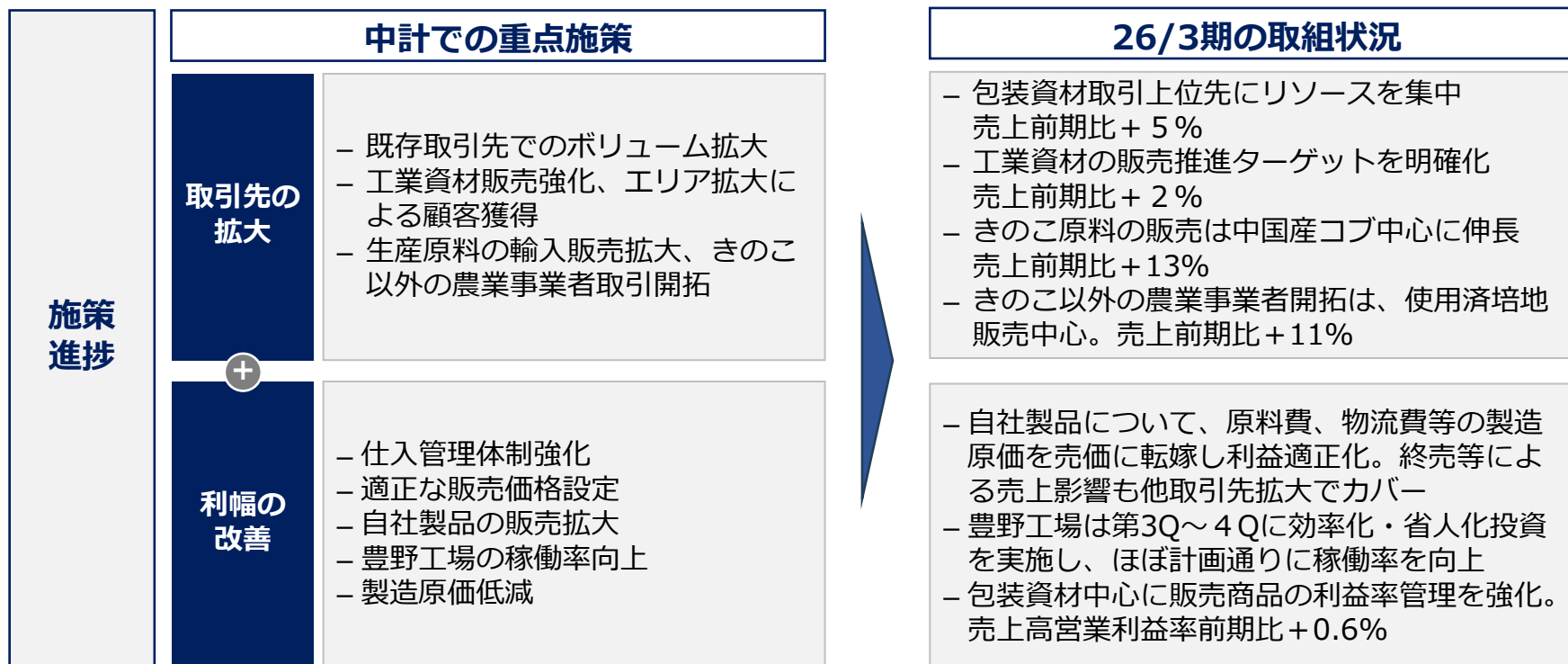
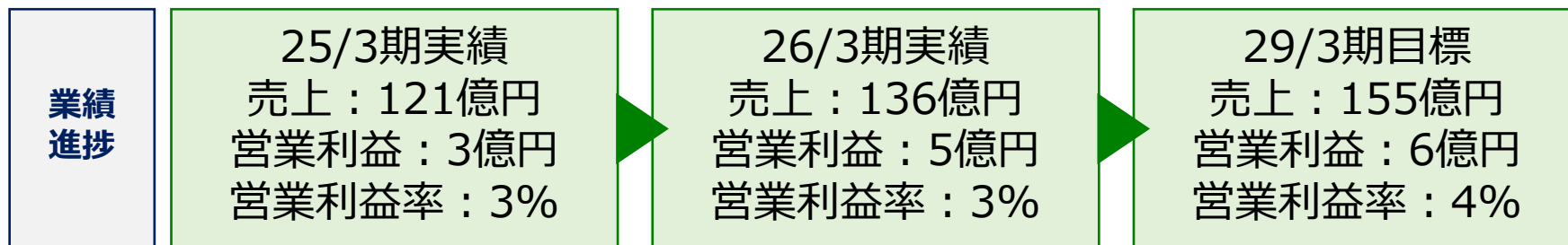
首都圏のスーパーを中心に先行販売し、26年度より販売店舗数2倍以上に拡大中



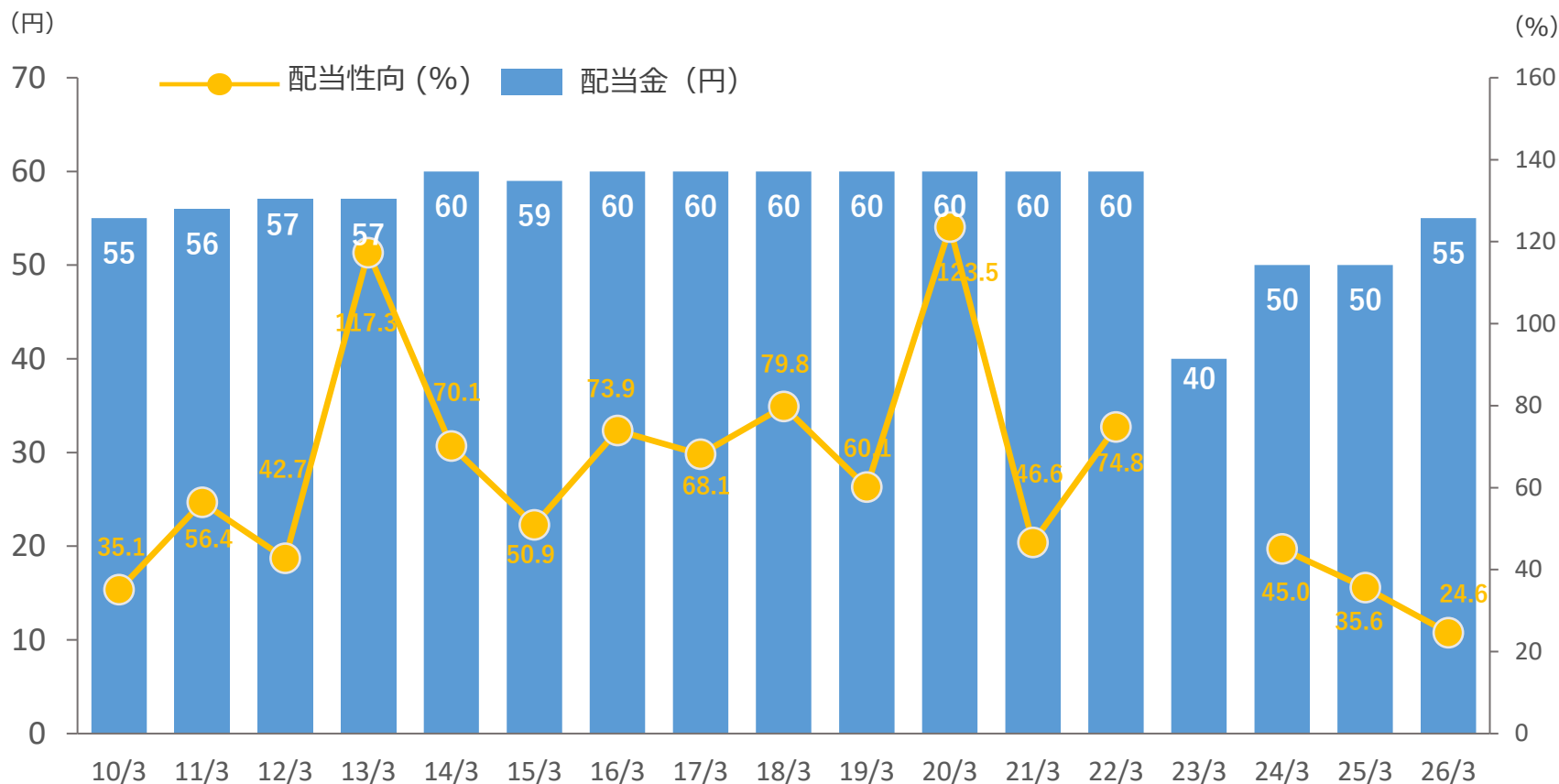
全国のスーパー、ドラッグストア、コンビニエンスストアでの販売を通じて市販向け冷凍きのこ市場の開拓と事業拡大を目指す

# ▶▶ 中期経営計画における取組施策の全体像と進捗： 化成品事業

**26/3期は農業資材分野での大口設備案件取込により売上大幅伸長。原料販売増や工場稼働率向上で利益率も改善**



## 26/3期は株主還元を強化し、年間配当積み増し



2026年3月期年間配当は55円

対象

毎年3月末時点で、100株以上保有している株主様  
下記3つのセットから1つをご選択いただけます。

発送  
時期

10月下旬～11月上旬

## A 健康セット



アガリクスドリンク等  
詰め合わせ  
(4,000円相当)

## B レトルトセット



レトルトカレー、きのこの炊き込み  
ご飯等詰め合わせ  
(1,800円相当)

## C きのこ・レトルトセット



きのこ2種、レトルトカレー等  
詰め合わせ  
(1,400円相当)

新設

500株以上を1年以上継続して<sup>1</sup>保有している株主様

発送  
時期

6月下旬



上記優待に加えて、**Visaギフトカード 3,000円分**を進呈いたします。

国内外のVisa加盟店（約1.3億店舗）で利用できる

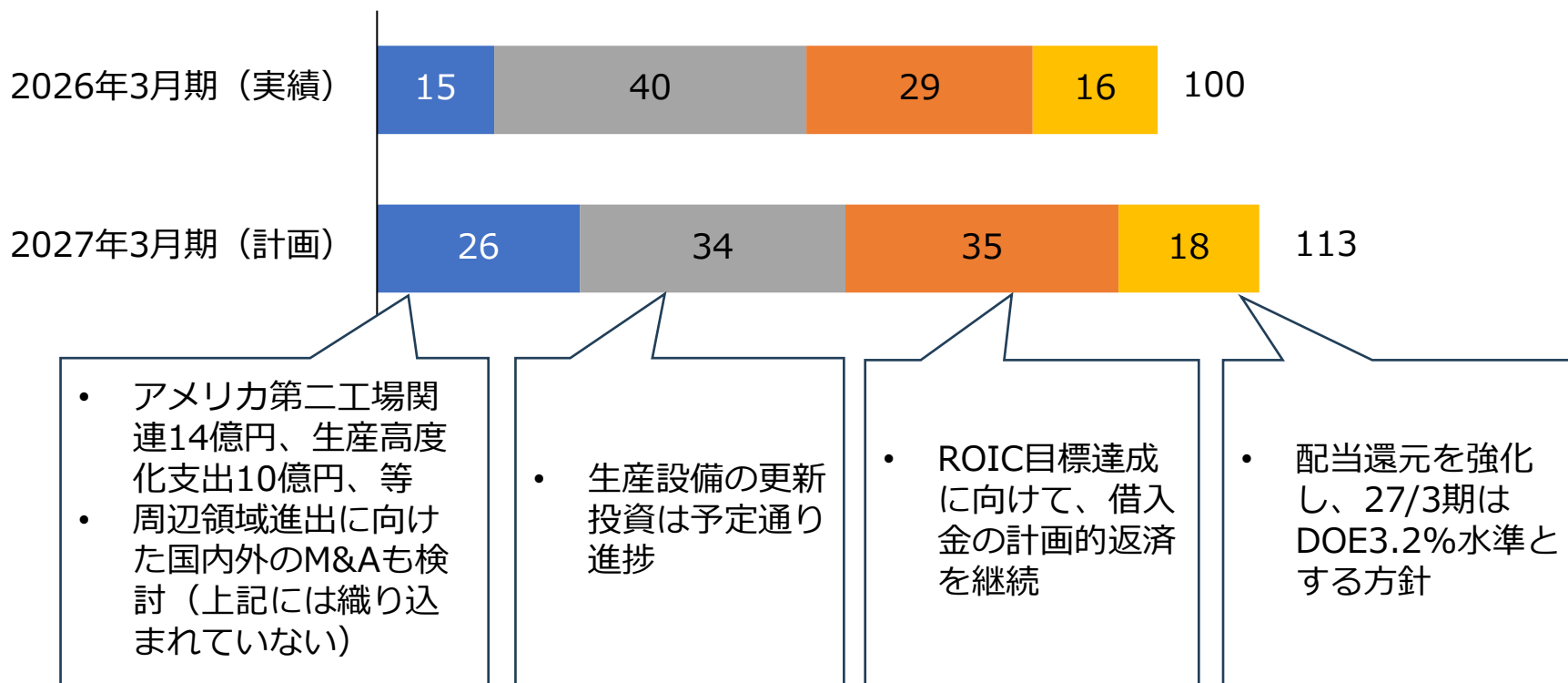
お店でもネットショッピングでも使える

有効期限は発行してから2年間

注1：例えば、2026/3/31基準の場合、2025/3/31、2025/9/30、2026/3/31の3つの時点の株主名簿に同一株主番号で500株以上の保有が記録されている株主様が対象となります。

**営業CFを安定的に創出し、キャッシュを適切に配分。各種施策の進捗に応じて、年毎の戦略投資額は今後も増加する見込み。配当は29/3期まで毎年増配を計画**

■ 戦略投資 ■ 既存事業投資 ■ 財務基盤強化 ■ 株主還元



## 戦略投資、株主還元を支えるためにキャッシュ創出力の向上と資産効率化を推進

### フリー キャッシュ フローの向上

- **収益の向上による営業キャッシュフローの創出**
  - ✓ きめ細かな営業戦略の推進、生産量のコントロール、効果的なプロモーション施策の展開等により、コスト増の中でも増収・増益を達成
  - ✓ 26/3期の連結営業キャッシュフローは108億円  
(法人税等の支払額増加を主因に前期比△14億円)

### 資産効率の 向上

- **生産効率の向上に向けた研究開発**
  - ✓ 低コストでの安定生産を実現する栽培技術の探求・実装
- **工場設備投資の推進**
  - ✓ 既存設備の適切な更新による生産能力の維持向上
  - ✓ 人工がかかる工程の自動化による生産性の向上
  - ✓ 高レベルで均質なきのこと生産を強化するためのAI技術の導入

中計の29/3期 目標PBR 1.9倍に対し現状0.92倍、  
目標ROIC 7.2%に対し現状5.29%

# 1. 2026年3月期 決算報告

# 2. 2027年3月期 通期計画

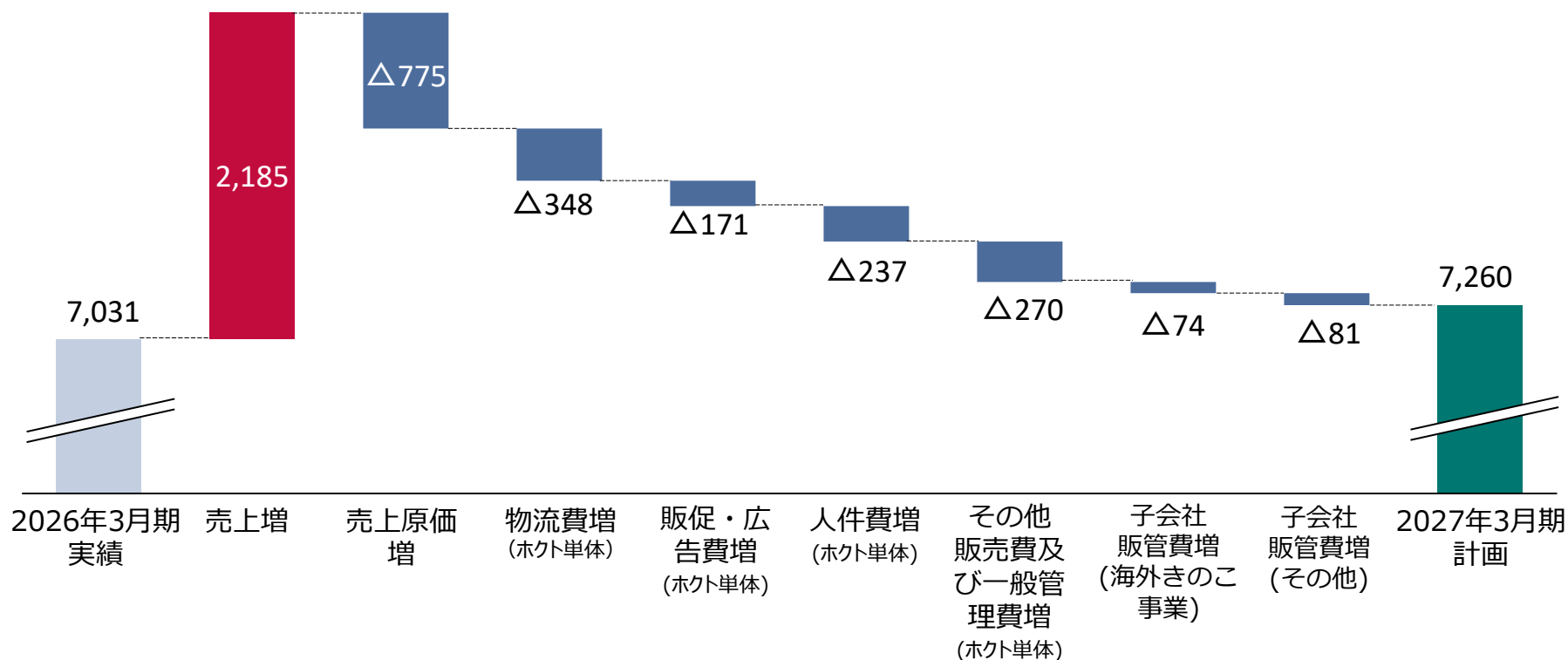
# 3. 参考資料

中期経営計画売上高1,000億円、営業利益100億円の達成に向け、アメリカ新工場の建設準備を進めるとともに、国内きのご事業の底上げを推進

<p><b>売上高</b> 881億円 (前年比+2.5%)</p>	<p><b>営業利益</b> 72億円 (前年比+3.3%)</p>	<p><b>経常利益</b> 76億円 (前年比△6.6%)</p>	<p><b>純利益</b> 52億円 (前年比△25.1%)</p>
<p><b>国内きのご事業 利益率</b> 13% (前年差△0.1pt)</p>	<p><b>海外きのご事業 利益率</b> 16% (前年差+2.2pt)</p>	<p><b>ROIC</b> 5.28% (前年差△0.01pt)</p>	<p><b>配当金額</b> 62円 (前年比+7円)</p>

**引き続き想定される原価・物流費・人件費等の増加に対し、生産現場における原価低減施策の実現ときのご単価の維持・向上で打ち返し、更なる増益を見込む**

(単位:百万円)



## 海外きのご事業において、アメリカでの新規開拓・値上げ等により増収増益を見込む

(単位:百万円)

売上高	26/3 実績	27/3 計画	増減		重点施策
			金額	増加率	
国内きのご	56,077	<b>57,130</b>	1,052	1.9%	エリア戦略・マーケティング施策
海外きのご	8,236	<b>8,830</b>	593	7.2%	米国新規開拓
加工品	8,003	<b>8,430</b>	426	5.3%	新規提案
化成品	13,598	<b>13,710</b>	111	0.8%	原料販売強化

営業利益	26/3 実績	27/3 計画	増減		重点施策
			金額	増加率	
国内きのご	7,242	<b>7,300</b>	57	0.8%	国内きのご単価の引き上げ
海外きのご	1,147	<b>1,420</b>	272	23.8%	米国値上げ
加工品	511	<b>430</b>	△81	△16.0%	人材リソースを投入し施策強化
化成品	470	<b>530</b>	59	12.7%	原料販売で利益拡大

**27/3期は引き続き生産量適正化とエリア戦略に取り組みつつ、マーケティングの更なる拡大を予定**

<b>業績 進捗</b>	<b>26/3期実績</b> 売上：560億円 営業利益：72億円 営業利益率：13%	<b>27/3期計画</b> 売上：571億円 営業利益：73億円 営業利益率：13%	<b>29/3期目標</b> 売上：599億円 営業利益：85億円 営業利益率：14%
------------------	--	--	--

	中計での重点施策	27/3期の取組施策
<b>施策 進捗</b>	<b>生産量最適化と価格安定化</b> + – 販売見通しや在庫計画の精度を向上させ、市場価格の安定化を実現 – 安値でのスポット取引を最小化	– 引き続きアイテムごと、地域ごとの需要予測に基づき、地域間の在庫の融通とスポット的な増減産を行うことで需要と供給の乖離を可能な限り解消
	<b>エリア×アイテム戦略推進</b> + – 全国10のエリアごとに地域の特性に応じたエリア戦略を立案、推進 – アイテム別のマーケティング強化	– エリア戦略：エリアごとに前期の戦略の振り返りを行ったうえで今期新たに取り組む施策を立案・実行 – 霜降りひらたけ以外に、エリンギやマイタケなどの実需向上に向けても広告・PRを実施
	<b>原価低減</b> + – エネルギーマネジメントの改善 – DX/省人化による効率改善 – 調達資材の改善（コーンコブの調達範囲拡大、使用済み培地再利用等）	– マイタケ生育LED・一流体加湿の展開促進、デマンドコントロール・IoT制御の拡大、コンプレッサー最適化、排熱利用の導入・利用促進

# ▶▶ 中期経営計画達成に向けた今後の取り組み: 海外きのこ事業

## 27/3期はアメリカの新工場建設を進めるとともに、売上高・利益率共に拡大を目指す

<b>業績 進捗</b>	<b>26/3期実績</b> 売上：82億円 営業利益：11億円 営業利益率：14%	<b>27/3期計画</b> 売上：88億円 営業利益：14億円 営業利益率：16%	<b>29/3期目標</b> 売上：154億円 営業利益：27億円 営業利益率：18%
------------------	---	---	--

<b>施策 進捗</b>	<b>中計での重点施策</b>	<b>27/3期の取組施策</b>					
	<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #003366; color: white; text-align: center; padding: 10px;"><b>アメリカ： 生産・販売 拡大</b></td> <td style="padding: 10px;">                     - 北米新工場の建設、M&amp;Aによる生産能力の増強                      - 営業及びブランド力強化による大手小売、飲食店チェーンへの拡販                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: 2em;">+</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #003366; color: white; text-align: center; padding: 10px;"><b>台湾・マレーシア： 利益改善</b></td> <td style="padding: 10px;">                     - 台湾<sup>1</sup>：単価コントロールによる利益率拡大                      - マレーシア：営業体制の強化                 </td> </tr> </table>	<b>アメリカ： 生産・販売 拡大</b>	- 北米新工場の建設、M&Aによる生産能力の増強 - 営業及びブランド力強化による大手小売、飲食店チェーンへの拡販	+		<b>台湾・マレーシア： 利益改善</b>	- 台湾 <sup>1</sup> ：単価コントロールによる利益率拡大 - マレーシア：営業体制の強化
<b>アメリカ： 生産・販売 拡大</b>	- 北米新工場の建設、M&Aによる生産能力の増強 - 営業及びブランド力強化による大手小売、飲食店チェーンへの拡販						
+							
<b>台湾・マレーシア： 利益改善</b>	- 台湾 <sup>1</sup> ：単価コントロールによる利益率拡大 - マレーシア：営業体制の強化						

注1:出荷詰め替え作業を内製化し、外注費削減で利益拡大につなげる施策であったが、内製化のハードルが高く方向転換。定番価格での販売を伸ばすことで利益率の拡大を狙う施策に変更。

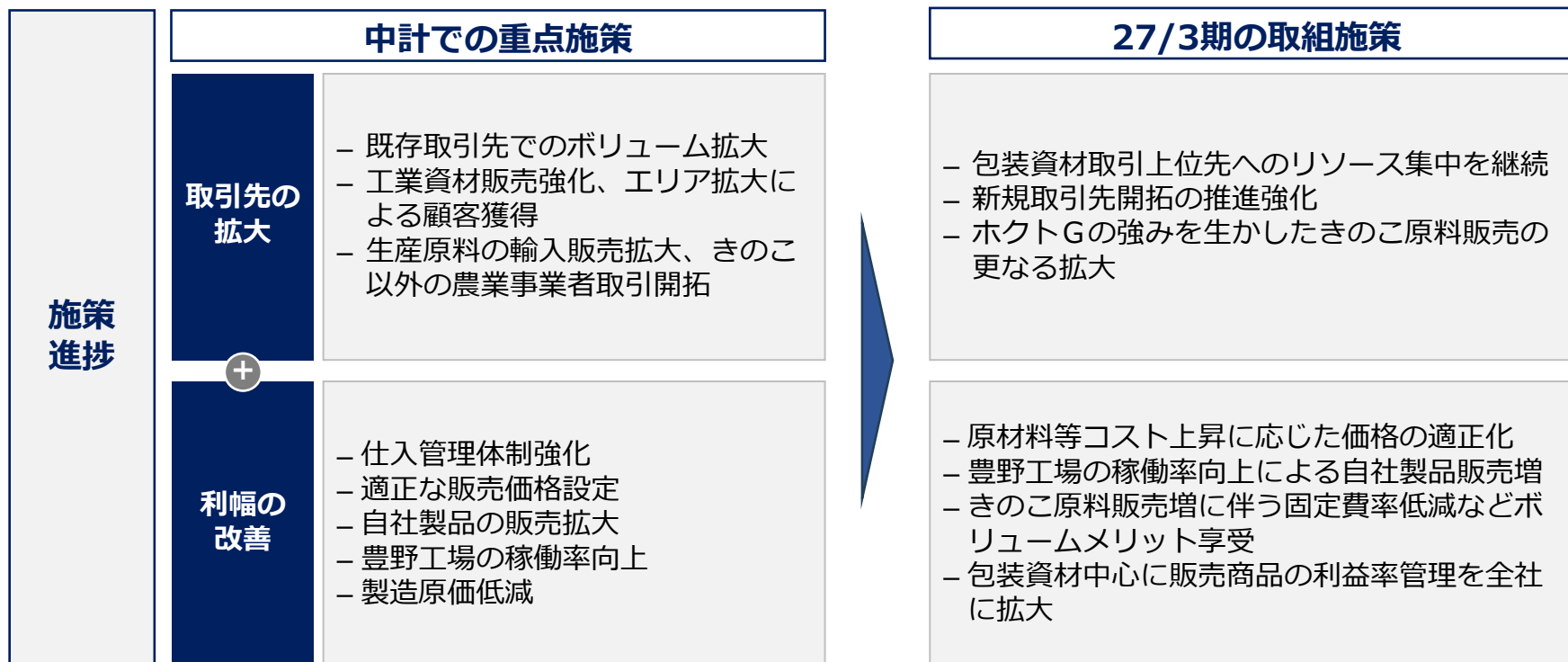
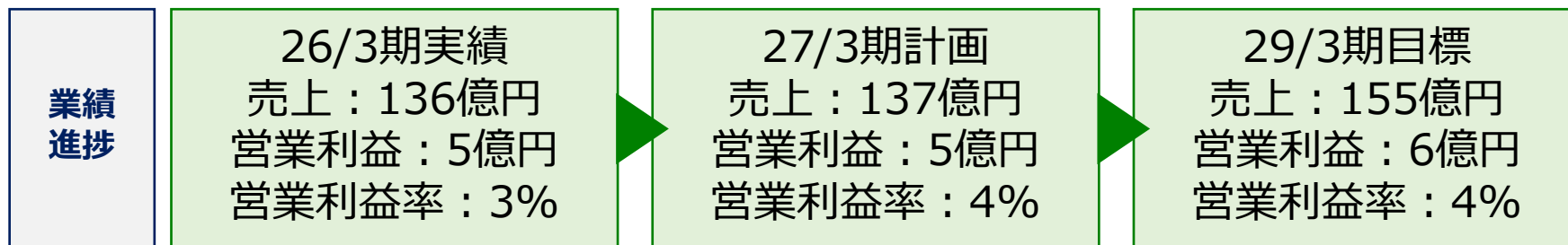
**27/3期は大手量販向け（デリカ）・飲食店向けの営業強化、通販用きのごサプリの開発に加え、市販向け冷凍きのごこの拡販に注力していく**

<b>業績 進捗</b>	<b>26/3期実績</b> 売上：80億円 営業利益：5億円 営業利益率：6%	<b>27/3期計画</b> 売上：84億円 営業利益：4億円 営業利益率：5%	<b>29/3期目標</b> 売上：92億円 営業利益：7億円 営業利益率：8%
------------------	---	---	---

<b>施策 進捗</b>	<b>中計での重点施策</b>	<b>27/3期の取組施策</b>										
	<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #003366; color: white; text-align: center;">                     業務用                      ・市販向け調理加工品                      新規冷蔵                      ・冷凍品の販売促進                 </td> <td>                     - 食品メーカー/量販店デリカ部門、青果冷凍売場等への販売を想定した新たな商品化及び新規顧客開拓                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">+</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #003366; color: white; text-align: center;">                     魅力ある                      新商品開発                 </td> <td>                     - 収穫後直ぐに冷凍して美味しさを保ったフレッシュ冷凍きのご                      - 美味しさを訴求する魅力ある冷凍食品の新開発                      - シーンを広げる即食きのごこの開発                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">+</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #003366; color: white; text-align: center;">                     新しい                      通信販売                      事業                 </td> <td>                     - 新規きのごサプリの開発                      - 新しい通販事業戦略への挑戦                 </td> </tr> </table>	業務用 ・市販向け調理加工品 新規冷蔵 ・冷凍品の販売促進	- 食品メーカー/量販店デリカ部門、青果冷凍売場等への販売を想定した新たな商品化及び新規顧客開拓	+		魅力ある 新商品開発	- 収穫後直ぐに冷凍して美味しさを保ったフレッシュ冷凍きのご - 美味しさを訴求する魅力ある冷凍食品の新開発 - シーンを広げる即食きのごこの開発	+		新しい 通信販売 事業	- 新規きのごサプリの開発 - 新しい通販事業戦略への挑戦	<p>(26/3期から継続実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 大手量販における定期的なデリカ商品発売</li> <li>- 新規外食チェーンでのグランドメニュー採用</li> </ul> <p>- 市販向け冷凍きのご「とれたて一番」の拡販：取引先・取り扱い店舗の拡大、店頭での販促活動、アイテム追加（検討中）</p> <p>- 新規きのごサプリの開発（継続）</p> <p>- 「工場直送採れたてきのごセット」の販売（継続）</p>
	業務用 ・市販向け調理加工品 新規冷蔵 ・冷凍品の販売促進	- 食品メーカー/量販店デリカ部門、青果冷凍売場等への販売を想定した新たな商品化及び新規顧客開拓										
+												
魅力ある 新商品開発	- 収穫後直ぐに冷凍して美味しさを保ったフレッシュ冷凍きのご - 美味しさを訴求する魅力ある冷凍食品の新開発 - シーンを広げる即食きのごこの開発											
+												
新しい 通信販売 事業	- 新規きのごサプリの開発 - 新しい通販事業戦略への挑戦											

▶▶ 中期経営計画達成に向けた今後の取り組み:  
 化成品事業

**27/3期はベース売上を更に拡大し、工場稼働率向上等で利益率も改善。営業利益ベースで中計目標の前倒し達成も視野**



## 変革を底支えすべく、機能強化を伴う組織変更やデジタル活用による効率化、従業員エンゲージメントの強化にも積極的に取り組む

### 26/3期実績

### 今後の取組事項

#### 戦略に即した 組織変更・ 機能拡充

- マーケティング強化のため、2025年4月1日付で「営業推進部」を新設し、営業企画課と新設のマーケティング課を統括する形へ
- 海外事業の推進力強化を目的として、海外事業課を新設し、リソースを投入

- 2026年4月1日付で新設した人事企画課にて、戦略に照らした各部門人員の最適化を推進
- 戦略実行におけるPDCA管理を主眼とした本部機能の強化を行う

#### デジタル活用による生産性向上

- エリンギ生産工程におけるAIカメラの導入による品質・収量の安定化

- IT活用に向けた組織・人材の強化
- 工場DXによる効率化余地の模索

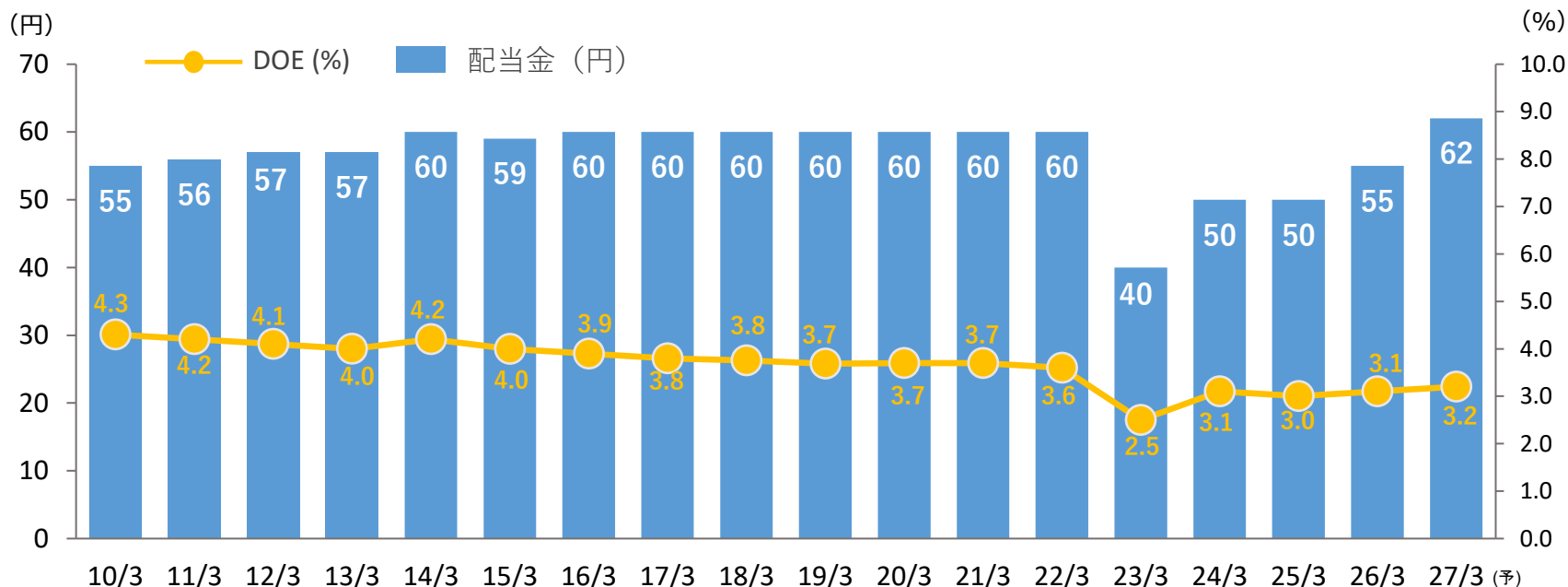
#### エンゲージメント強化

- 各種施策の実施により、従業員エンゲージメントスコアが上昇
  - ✓ 経営層との座談会の試行、DEI研修の実施、人事制度の改訂
  - ✓ 社内ポータルサイトの開設と積極活用

- エンゲージメントサーベイの再分析実施と二の矢の検討実施
  - ✓ 成長実感×貢献実感×やりがいの相乗効果
- 人材ポートフォリオの最適化
  - ✓ 人事制度の本格改定
  - ✓ 人材PFの把握とモニタリング

## 株主還元方針

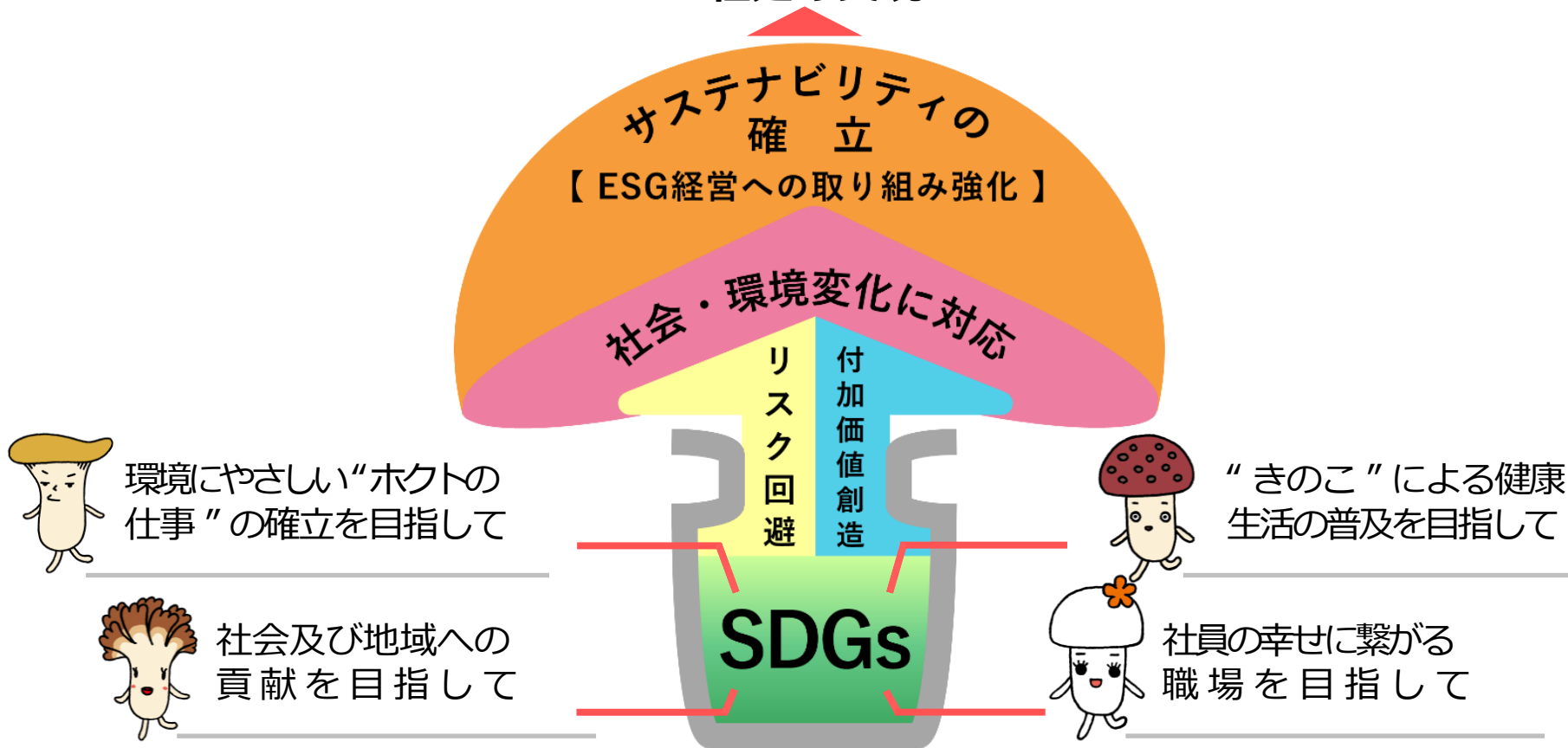
当社は、株主の皆様への利益還元を重要な経営目標と位置付けており、今後の事業展開に備えるために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当の継続に努めることを基本方針としております。今後の利益配分につきましては、株主還元を一層拡充するため、連結株主資本を基準とした**DOE（株主資本配当率）を2029/3期に3.5%**とすることを目標とした配当政策を実施することといたしました。これにより、単年度の業績変動に左右されない安定的・持続的な配当の達成を目指します。また、内部留保につきましては、企業価値の持続的な向上を図るべく、将来の成長に不可欠な戦略投資に優先的に投下してまいります。



2027年3月期年間配当は62円を計画

SDGsとESGは表裏一体であり、その本質であるサステナビリティの追求を重視。  
SDGsへの取り組みを進化させ、ESG経営に本格的に取り組むことが、ホクトグループの  
経営理念である「社是」の実現に繋がると確信

ステークホルダーからの支持  
社是の実現



持続可能な社会の実現を経営の根幹に据え、ESG経営を推進

26/3期実績

今後の取組事項

気候変動への  
対応

- 生産設備の燃料転換によるCO2排出量の削減（小諸きのごセンター）

➡ A重油から都市ガスへの転換で  
25/3期比32.1%削減

- 使用済みきのご培地を活用したバイオマス発電（三重きのごセンター）

➡2025年4月から稼働開始  
CO2排出量 25/3期比 66%削減

- 太陽光発電

➡国内外15拠点で稼働中

- 同センターでのカーボンオフセット都市ガス導入によるCO2排出量 実質ゼロ化（導入決定済み）

- CO2排出量 25/3期比 66%削減を継続

- 太陽光発電は新たに2拠点で導入予定

持続可能な  
調達

- きのご包装資材の薄肉化、減プラ化

✓ マイタケ、霜降りひらたけ：  
➡外フィルムのプラスチック  
使用量 20%削減

✓ エリンギ：  
➡100gトレイのプラスチック  
使用量 5%削減

- プラスチック使用量を 9%削減できる栽培ビンの導入（静岡きのごセンター）

1. 2026年3月期 決算報告

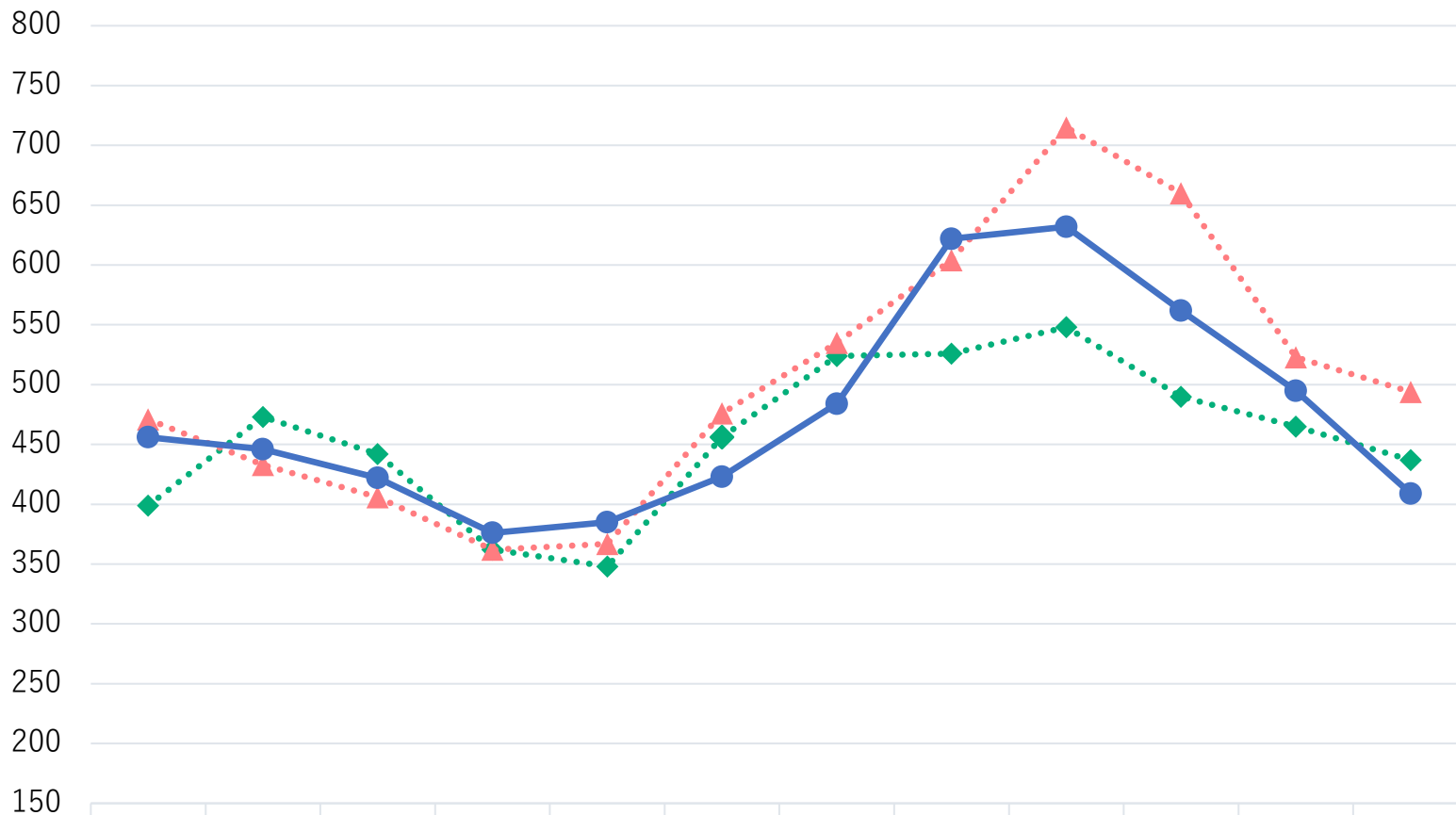
2. 2027年3月期 通期計画

3. 参考資料

# ▶▶ (参考)ブナシメジ 市場取引価格の推移

(円/kg)

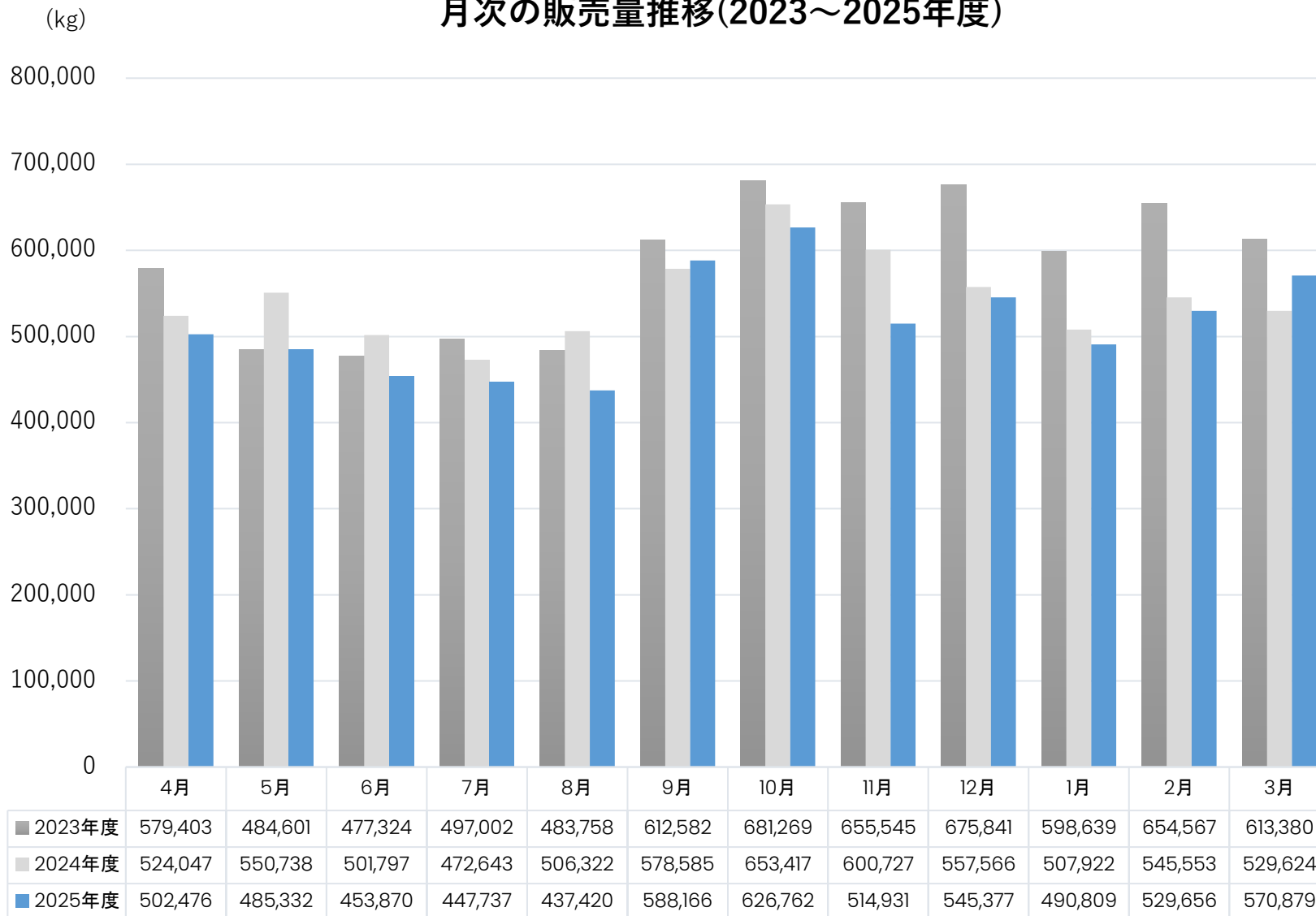
## 月次の価格推移(2023~2025年度)



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
◆ 2023年度	399	473	442	362	348	456	524	526	548	490	465	437
▲ 2024年度	471	433	406	362	367	476	535	604	715	660	523	494
● 2025年度	456	446	422	376	385	423	484	622	632	562	495	409

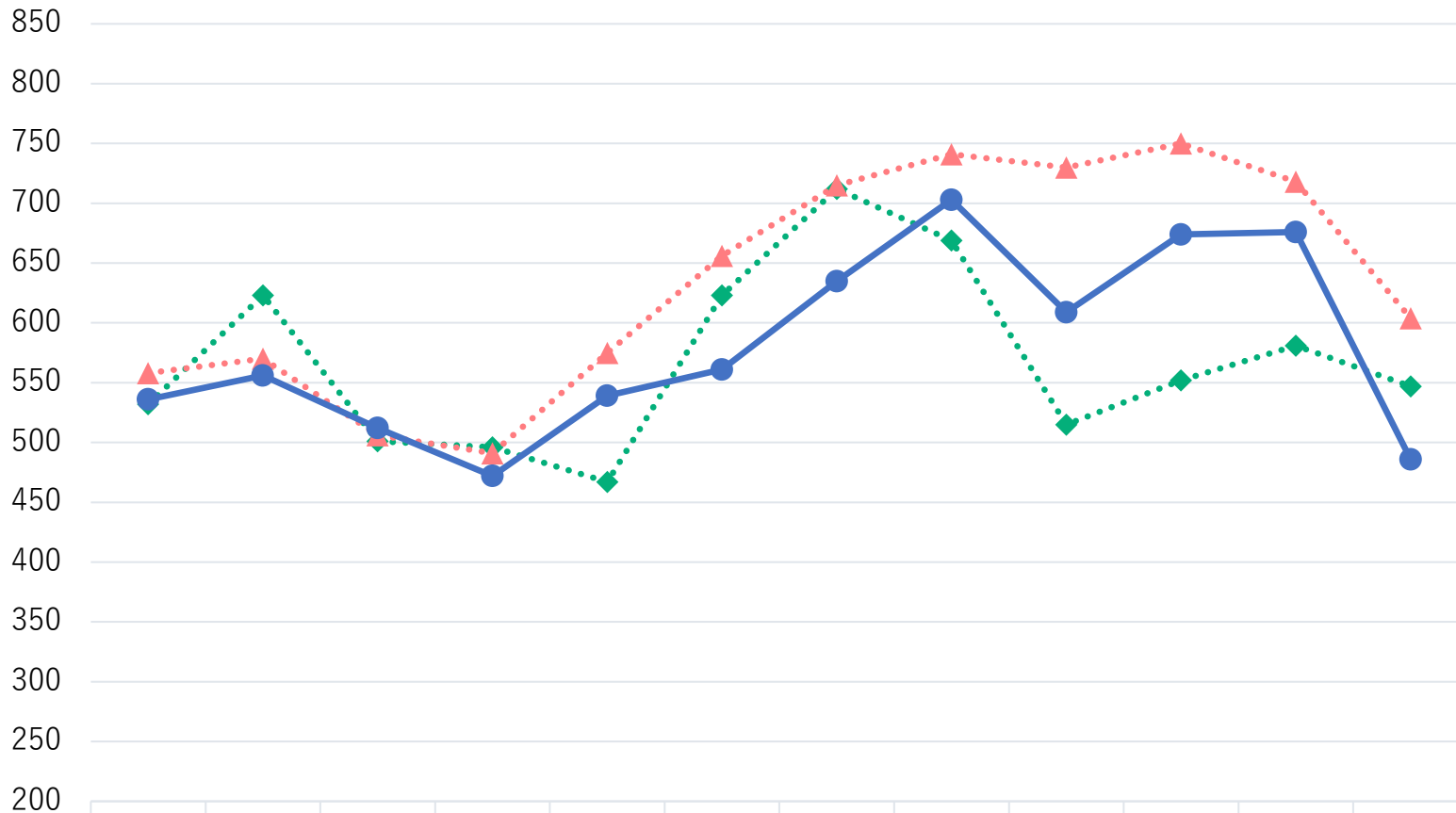
平均 価格
<b>462</b>
<b>508</b>
<b>478</b>

## 月次の販売量推移(2023～2025年度)



(円/kg)

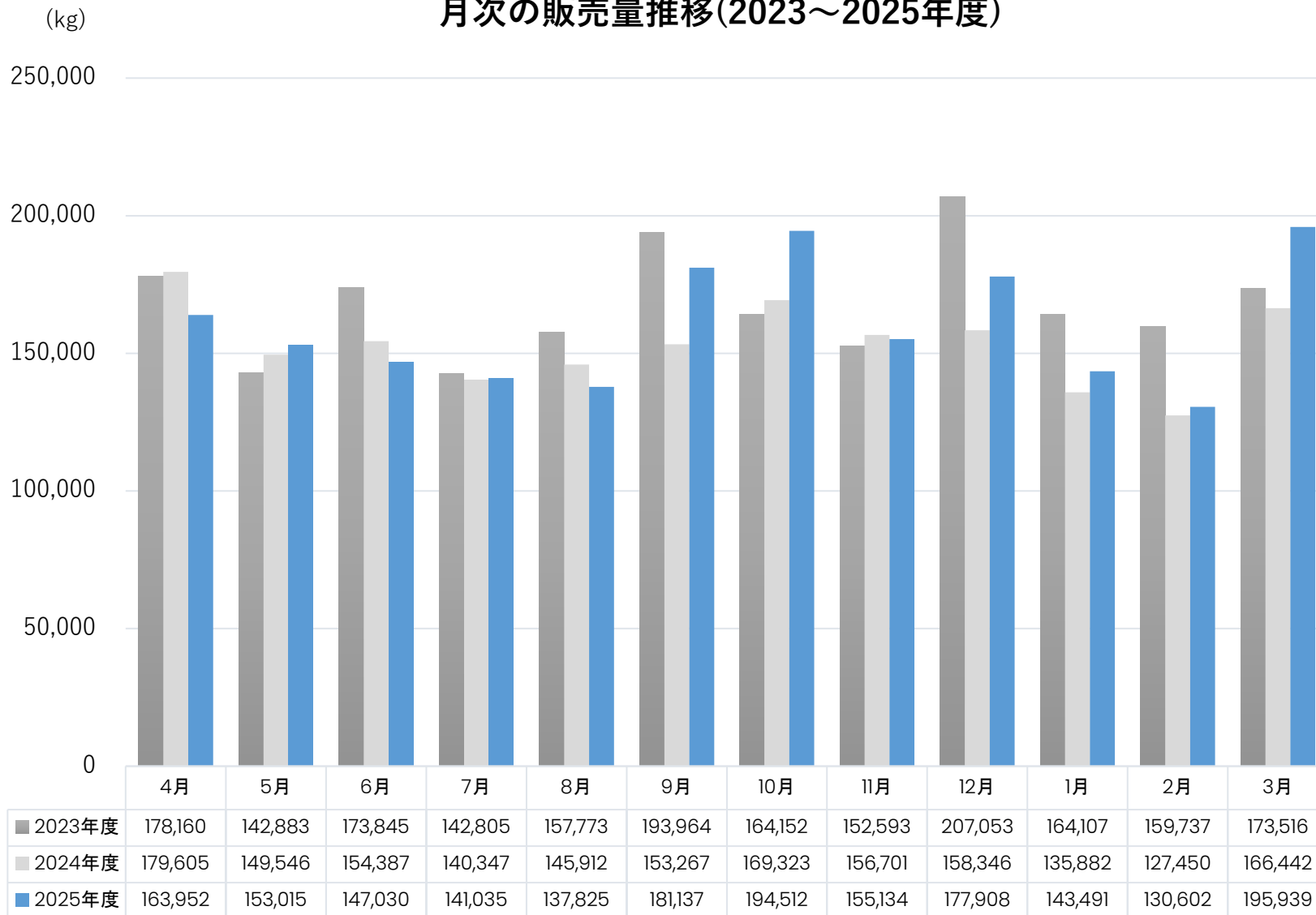
## 月次の価格推移(2023~2025年度)



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2023年度	532	623	501	496	467	623	712	669	515	552	581	547
2024年度	558	570	506	491	575	656	715	741	730	750	718	604
2025年度	536	556	512	472	539	561	635	703	609	674	676	486

平均 価格
567
633
579

## 月次の販売量推移(2023～2025年度)

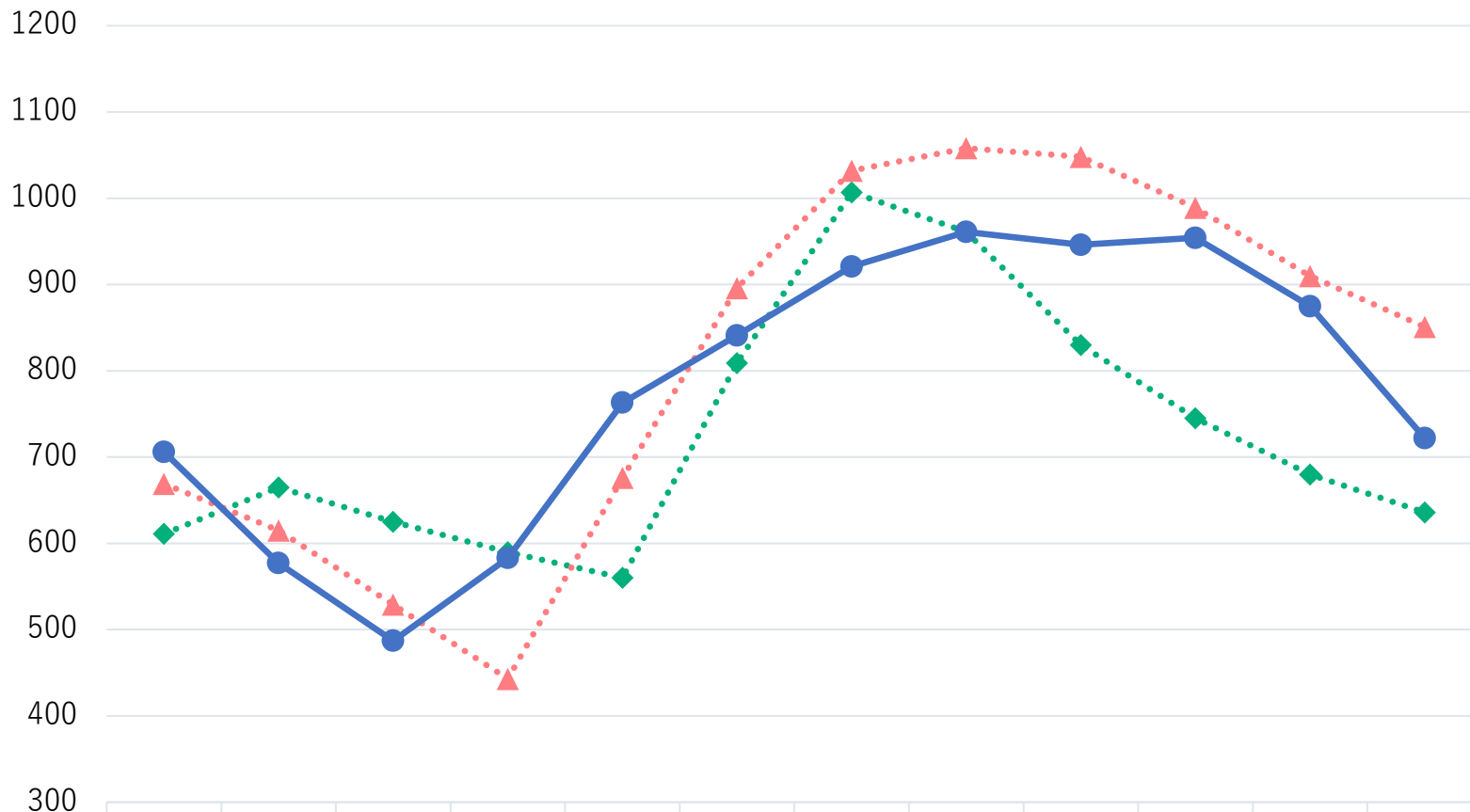


<b>年間販売量</b>
<b>2,010,588</b>
<b>1,837,208</b>
<b>1,921,580</b>

# ▶▶ (参考)マイタケ 市場取引価格の推移

## 月次の価格推移(2023～2025年度)

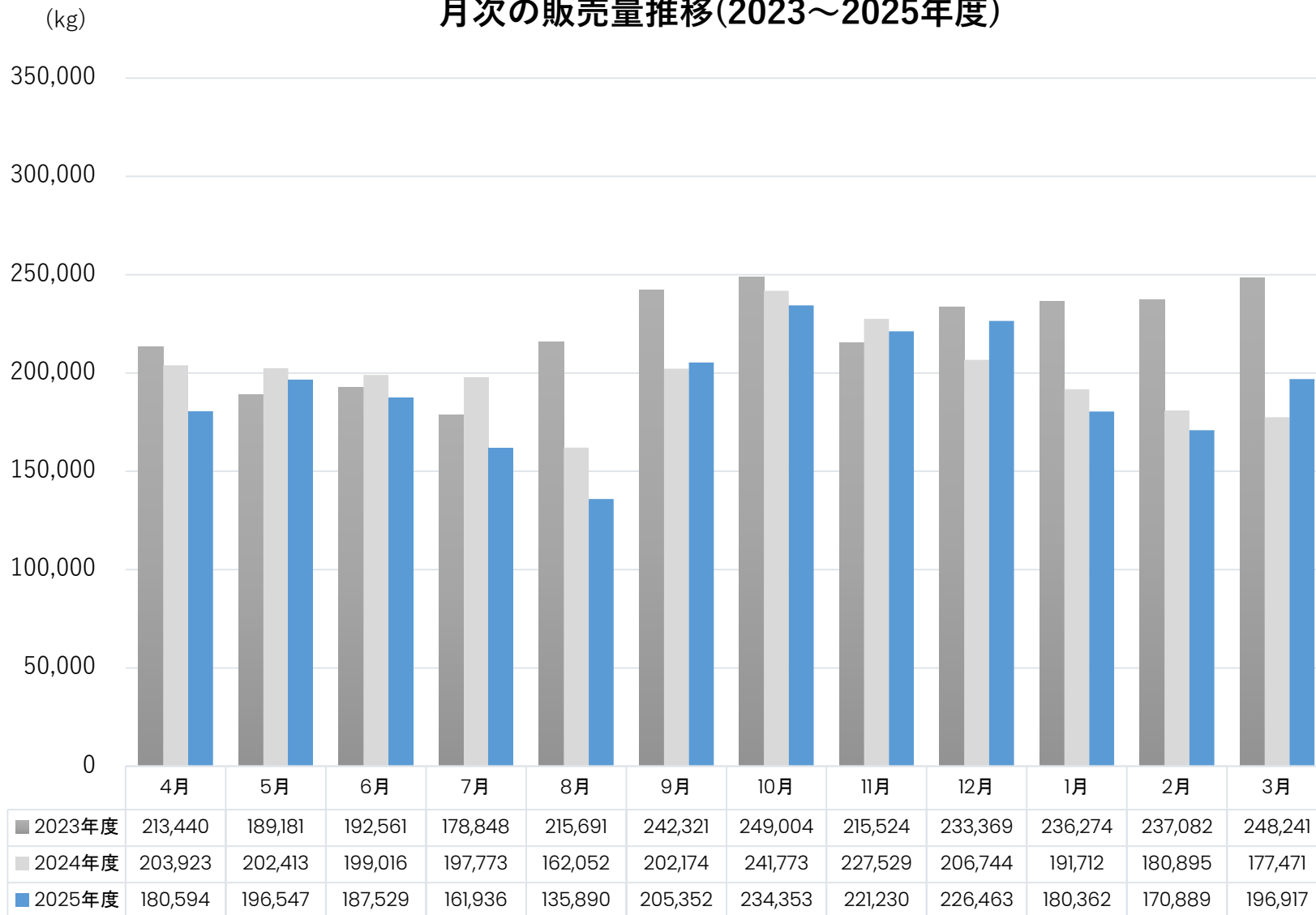
(円/kg)



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
◆ 2023年度	611	665	625	590	560	809	1007	961	830	745	680	636
▲ 2024年度	669	615	529	443	676	896	1032	1058	1048	989	910	851
● 2025年度	706	577	487	583	763	841	921	961	946	954	875	722

平均価格
<b>734</b>
<b>817</b>
<b>787</b>

## 月次の販売量推移(2023～2025年度)



<b>年間販売量</b>
<b>2,651,536</b>
<b>2,393,475</b>
<b>2,298,062</b>



# HOKTO ホクト株式会社

所在地	長野県長野市	時価総額	63,482百万円
代表者	代表取締役社長 水野雅義	株主資本	59,994百万円
証券コード	1379	従業員数	4,086人
上場市場	東京証券取引所プライム市場	主要事業	きのこの生産・販売
発行済株式数	33,359,040株		(2026年3月末現在)



**ホクト産業株式会社**  
化成品の製造・販売



**HOKTO KINOKO COMPANY**  
北米でのきのこ生産・販売



**株式会社アーデン**  
レトルトパウチ食品の製造



**台湾北斗生技股份有限公司**  
台湾でのきのこ生産・販売

**株式会社サン・メディカ**

Mushroom Wisdom, Inc,

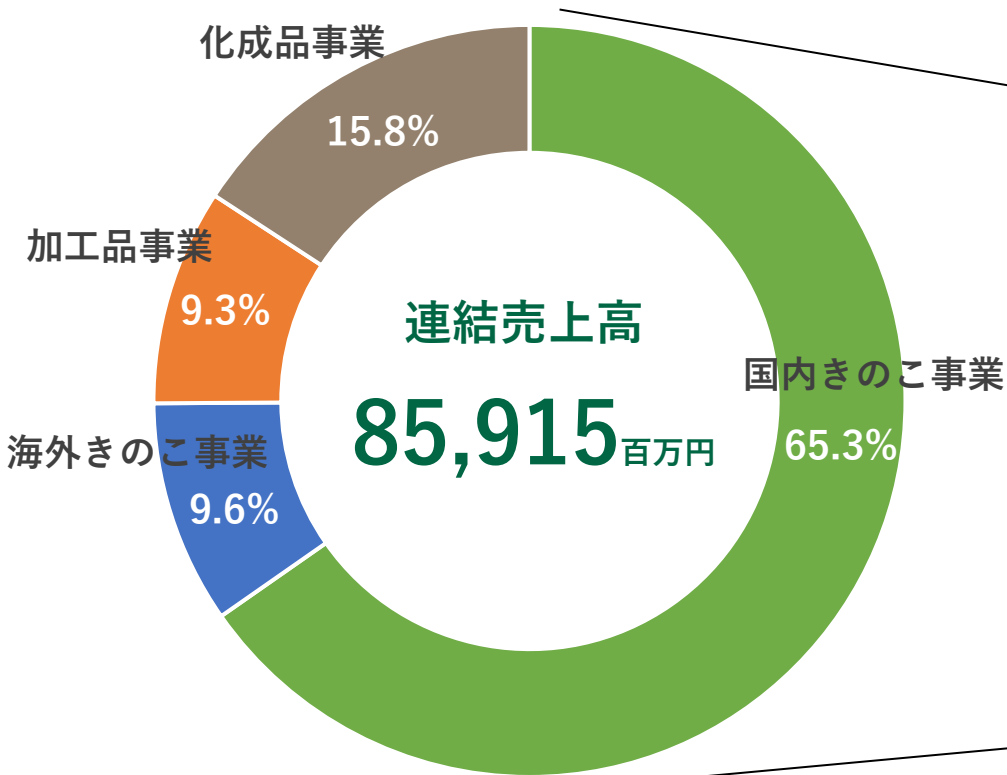
PT HOKTO INDONESIA MATERIALS



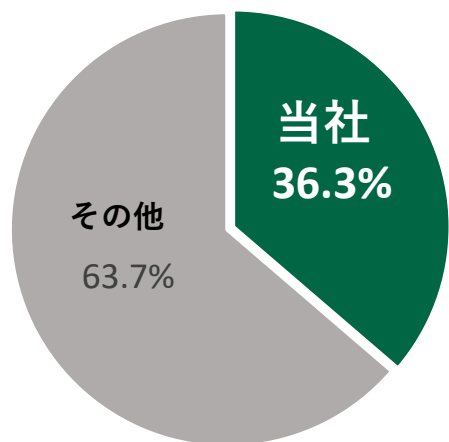
**HOKTO MALAYSIA SDN.BHD.**  
東南アジアでのきのこ生産・販売

## セグメント

## きのこ生産量

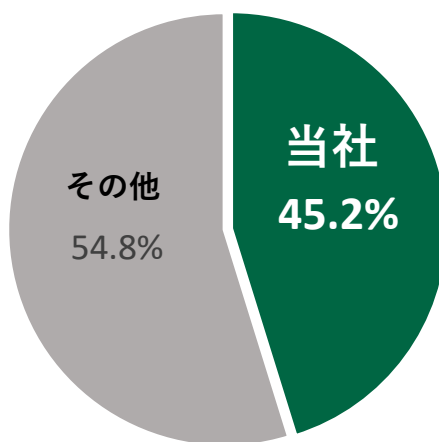


### ブナシメジ



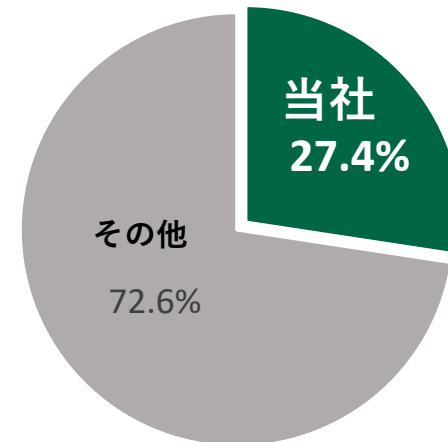
国内総生産量  
117,924 t

### エリンギ



国内総生産量  
35,793 t

### マイタケ



国内総生産量  
55,290 t

# IRに関するお問い合わせ

財務本部 広報・IR室

TEL: 026-259-5955

ホクト株式会社

