



高岡 伸夫 社長

株式会社 タカショー(7590)



会社情報

市場	東証一部
業種	卸売業(商業)
社長	高岡 伸夫
所在地	和歌山県海南市南赤坂 20-1
決算	1月20日
HP	https://takasho.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
840円	14,578,329株	12,246百万円	2.4%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
16.00円	1.9%	52.89円	15.9倍	590.37円	1.4倍

*株価 12/14 終値。発行済株式数は直近四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。

*ROE、BPS は 20/1 期実績、EPS は 21/1 期予想。数値は四捨五入。

連結業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	配当
2016年1月(実)	17,853	722	597	240	19.63	17.00
2017年1月(実)	17,223	503	322	152	12.39	6.00
2018年1月(実)	17,489	607	571	228	18.59	10.00
2019年1月(実)	17,759	514	333	338	25.04	10.00
2020年1月(実)	17,357	531	469	203	13.93	10.00
2021年1月(予)	18,400	1,195	1,100	771	52.89	16.00

*予想は会社予想。単位:百万円

タカショーの2021年1月期第3四半期決算について、ブリッジレポートにてご報告致します。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 事業展開](#)
 - [3. 2021年1月期第3四半期決算](#)
 - [4. 2021年1月期業績予想](#)
 - [5. 今後の事業展開と中長期計画](#)
 - [6. 今後の注目点](#)
- [<参考:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 21/1 期 3Q累計は前年同期比 4.5%増収、125.0%経常増益。国内ではプロユース部門で施工現場の停滞などの影響があったが 4.6%減収に抑え、ホームユース部門では、新型コロナの影響による外出自粛に伴い、量販店での売上拡大や eコマースにおけるガーデニング用品の売上拡大により 15.1%増収と伸長した。海外についても、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりガーデニングの需要が高まり、特に eコマースにおけるガーデニング用品の売上高が前年同期比 40.5%増と大幅に伸長した。利益面では、売上総利益率が改善、販管費も減少し大幅増益となった。
- 通期予想の各利益を上方修正、21/1 期は前年同期比 6.0%増収、134.5%の大幅な経常増益を計画する。販売商品及び販売先の構成比の変化に伴う売上総利益率改善の持続に加え販管費が減少見込みであることから、売上高は据え置いたものの上期決算発表時に引き続いての各利益の上方修正となった。DXへの取り組みでは、10月22日・23日に自社展示会「タカショーガーデン&エクステリアフェア 2020」をリアルとオンラインを融合したハイブリッド型で開催し、今後の新しい生活様式における提案や VR・AR などを使用した動画ソフトパッケージの提案を行い、営業活動の強化に努めている。また、更に業務効率の改善を進め、Web 受注や RPA、また IoT や ICT などの最先端の IT 化を急速に進めることで大幅な経費削減に努める考え。期末配当は、3円増配し、16.0円を予定している。
- 2Q(5~7月)に飛躍した流れが持続した 3Q(8~10月)となった。通期予想に対する進捗率は売上高で 77.3%、経常利益で 94.8%に達している。DX 展開を強く推進しているが、同社の場合はデジタイゼーション、デジタルイゼーション双方で業績に貢献している。3Q 累計の増収率は 4.5%にとどまるが、海外はいずれの地域も大幅増収であり、利益貢献も大きくなると考えられる。新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、DX展開を絡めた新たな成長路線は始まったばかりである。PERは約 16 倍であり、中期計画における利益水準や今後の海外の拡大余地を考慮すると、株価は更なる見直し余地がありそうだ。

1. 会社概要

「やすらぎのある空間づくり」を基本コンセプトに、ガーデンエクステリア商品を手掛けている。戦後、素材から業種型、そして業態産業へと移行、同社はより良い庭くらしのライフスタイルメーカーとして成長してきた。心身の健康と家族の笑顔ある暮らしの提供を目指す。また、常に変化を先取りして新たな価値を創造し、広く都市環境庭文化に貢献するグローバルなオンリーワン企業を目指している。ミッションとして「より良い庭での暮らしをグローバルに提供する企業」と掲げている。

製造は国内及び中国、販売は国内のみならず、欧州、アジア、オセアニア、アメリカへも展開。商品の企画から製造、販売までを一貫して手掛けるグループ力を強みとし、日本においても確立した市場となりつつある「ガーデニング市場」のリーディングカンパニーとして期待されている。子会社は国内 5 社、海外 10 社。1998 年に 9 月にジャスダックに上場、2012 年、2013 年の増資を経て 2017 年 10 月 19 日より東証二部へ、2018 年 7 月 9 日には東証一部へ市場変更している。

BRIDGE REPORT



会社概要

設立日	1980年8月
上場日	1998年9月(ジャスダック) 2017年10月より東証二部 2018年7月より東証一部
資本金	18億2,086万円
国内連結子会社	5社
海外連結子会社	10社(英、米、独、豪、印、中、香港)
従業員数	760名(連結)

基本理念とミッション

VISION

ビジョン 常に変化を先取りして新たな価値を創造し、
広く都市環境庭文化に貢献する
グローバルなオンリーワン企業を目指します。

我々は幸せな家族の暮らしをつくり
笑顔で健康的な空間をつくります

CORPORATE MISSION

ミッション より良い庭での暮らしを
グローバルに提供する企業です。

家 LIVING IN the **JOHN**
のくらしと、

幸せな
家庭
をつくる。

BUSINESS DOMAIN

事業領域 ガーデン&エクステリアの産業化および近代化
豊かな暮らし、心身の健康と幸せな家族

(同社説明資料より)

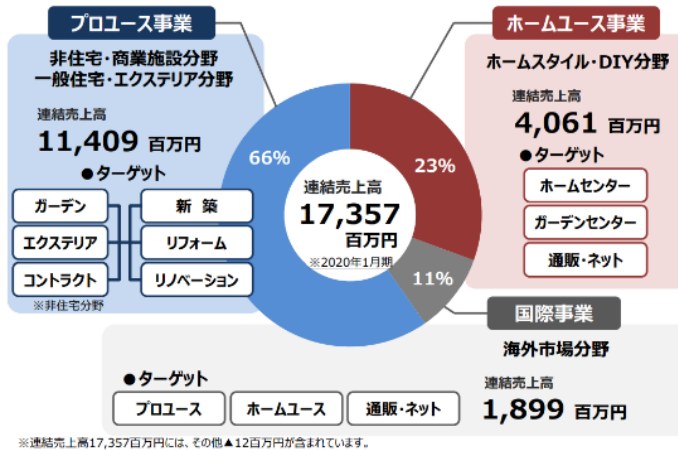
事業セグメント

事業部門は、販売ルート別に設計・施工が必要なハウスメーカーや工務店向け「プロユース事業」、ホームセンターへの卸売を中心にした一般消費者向け「ホームユース事業」、「国際事業」に分かれる。着実に売上を伸ばす中、ここ数年間では特にプロユース事業が伸びている。プロユースの売上は過去10年で倍増した。

プロユース事業 非住宅・商業施設分野 一般住宅・エクステリア分野 市場規模：13.7兆円	ホームユース事業 ホームスタイル、DIY分野 市場規模：7,000億円	国際事業 プロ、ホーム海外市場分野 市場規模：16.5兆円

同社説明資料より)

オーダー型&スタイル型トータル供給メーカーを唱えている



	製造	販売	市場 (ターゲット)
プロユース	【国内工場】 ガーデングリエイト (板木・三重・和歌山、徳島) タカショーデジテック	企画・開発・販売 タカショー	非住宅・商業施設分野 ゼネコン、設計事務所など
	【海外工場】 九江高秀園芸製品		一般住宅・エクステリア分野 ハウスメーカー、工務店、造園業者など
ホームユース		青山ガーデン 江西高秀進出口貿易 香港高秀集団	DIY分野 ホームセンター、ガーデンセンター 通販、ネット販売
国際		ベジトラグUK ベジトラグUSA ベジトラグEU タカショーオーストラレイシア タカショーインディア	海外市場 イギリス、EU諸国、アメリカ、 オーストラリア、インドなど

(同社説明資料より)

2. 事業展開

【プロユース事業】

「プロユース」では、プロユーザー向けのカatalog「PROEX(プロエクス)」を業界最大の約 25 万冊印刷し、造園業者、設計士、エクステリア施工店、商業施設等にダイレクトメールで配布している。Catalogには商品を使った庭園イメージの写真が掲載されており、この写真を見ながら実際に施工する場所と庭園の簡単な図面を書いてファックスもしくは Web で発注すると、CAD (コンピュータによる設計支援システム)、CG (コンピュータ映像) を駆使した完成予想図と共に見積書を無償サービスで返し、正式な注文があれば商品を短納期する仕組み作りが確立している。

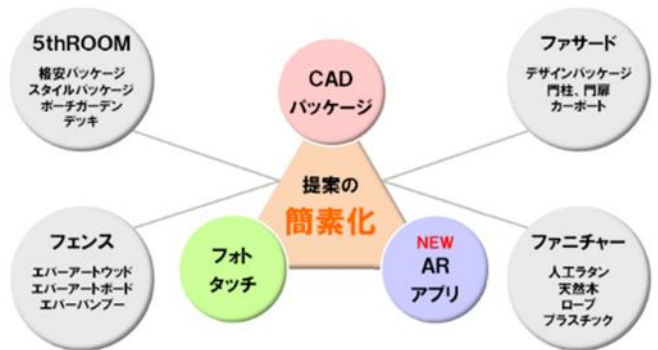
ガーデン 市場規模2,330億円	エクステリア 市場規模4,700億円	コントラクト 市場規模13兆円
トータルライフスタイルの提案		
5th ROOM ファサードの提案	スタイル別提案	パッケージ提案
別注対応 見積システム	ショールーム政策	パッケージプランが VRで体感
生産体制 ISO9001取得	WEBショールーム	総合カタログ
	体感型ショールーム	オンライン展示会 タカショーガーデン&エクステリア フェア2020

(同社資料より)

提案の簡素化

ハウスメーカーとの取組みでは、「エバーアートウッド」等が高い評価を受けており、大手メーカーのエクステリア&ガーデンCatalogに掲載される商品が増えている。「5th ROOM」(庭は、リビング、ダイニング、キッチン、ベッドルームに続く5番目の部屋であり、家と庭の持つ良い部分を重ね合わせた空間である)を提案、販売戦略ではマス(大量販売)・カスタマイゼーション(顧客ニーズ提供)を掲げそれぞれの顧客ライフスタイルを提供する。パッケージ化と Web サービス、短時間で簡単に提案できる仕組みを構築している。

BRIDGE REPORT



(同社資料より)

DX 展開を加速

DX(デジタルトランスフォーメーション)展開を加速させている。規模で追いかけるのではなく、ネットの強みを最大に生かす考え。新型コロナの影響で人の移動が縮小する中、VRでも体感できるWebショールームを開設、既存の全国各地のショールームと併せ、ショールームはリアルとネットで展開する。ARやフォトタッチを含めてWebプラットフォームを充実させている。また、これらの取り組みはホームユースのWeb展開にも活用されている。



(同社資料より)

(同社資料より)

新たな取り組みとしてGEMS(ガーデンエネルギーマネジメントシステム)を提案。ライトだけでなく音響やカメラ、冷暖房を備えた庭をもっと快適にするシステムである。



(同社説明資料より)

大量販売と顧客のニーズに応える「マス・カスタマイゼーション」戦略を推進する中、現場ですぐに取り付けられるエクステリアのパッケージ化も推進している。

**リーズナブルなテラス空間
“庭テラス”**

木目調アルミ製のポーチとウッドデッキがセットになった、リーズナブルな庭パッケージ。オプションで日除けシェードや目かくしフェンスを取り付けることも可能です。



Point! テラスとデッキの**一体設計**により、**省施工化**も実現しました！

**ライフスタイルにこだわる方へ
“スタイルパッケージ”**

流行のインテリアを意識した6つのスタイル別庭パッケージをご提案！住まいのテイストや住まう人のライフスタイルに合わせた最適なプランが見つかります。



Point! 空間テイストやデザインにこだわりたい現場には、**スタイルパッケージ**がおすすめ！

**ライフスタイルにこだわる方へ
“スタイルパッケージ”**

流行のインテリアを意識した6つのスタイル別庭パッケージをご提案！住まいのテイストや住まう人のライフスタイルに合わせた最適なプランが見つかります。



Point! 空間テイストやデザインにこだわりたい現場には、**スタイルパッケージ**がおすすめ！

**様々な年代、価値、地域、趣味嗜好に対応した
パッケージ提案**

門 まわり パッケージ	~15万円	~50万円	100万円~
	~50万円	~150万円	~200万円
	~50万円	~150万円	300万円~
玄関 まわり パッケージ			
庭 まわり パッケージ			

(同社資料より)

【ホームユース/国際事業】

ホームユースは国際的に事業展開する。中国の九江で生産し、国内を含めてグローバルに販売する。従来の 20,000 坪の工場に加え、5,000 坪の新工場も立ち上がる。販売ルートはネットとリアルを絡めたブランド戦略を採っている。中国自社工場の稼働率向上を課題として掲げる。アルミ製の「美WOOD」を販売開始。

ホームユース事業戦略 ~自社工場生産品を強化~

自社ブランド展開

日本/海外の有力ホームセンターのPB

スタイル事業

中国の自社工場からダイレクトに展開

中国自社【ホームユースG&EX専門工場】敷地面積 25,000坪

従来工場 20,000坪

新工場 5,000坪

STEEL 	WOOD 	ALUMINIUM
PLASTIC 	LED SOLAR LIGHT 	SEWING

(同社資料より)

高付加価値の世界共通商品を分野毎・スタイル毎にグローバルに展開する。米国においては、15年2月に同社100%子会社である英国の販売会社(ベジトラグ社)100%出資の「ベジトラグ USA」を設立し、米国への販売の強化を進めている。また、16年5月にはベトナムにショールームを設立した。また、有望市場であるインドにも子会社を設立した。この他、ドイツ、オーストラリア、韓国に展開している。ワールドワイドに展開するためには、ガーデニング市場が4兆円規模と言われている英国(日本は6,000億円程度)のような大きなマーケットに販社を置く必要があると言う。グローバルサイト「VegTrug.com」の運営を開始した。STAY HOMEの影響を受け、国内外で好調に推移している。

国内市場

STAY HOMEの影響で庭で暮らす需要が伸長
花と緑と庭暮らし、家庭菜園、生活の価値の変化

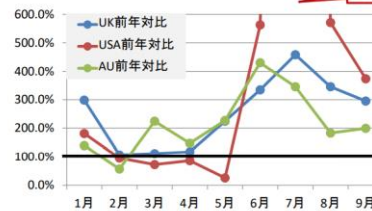


(同社説明資料より)

海外市場

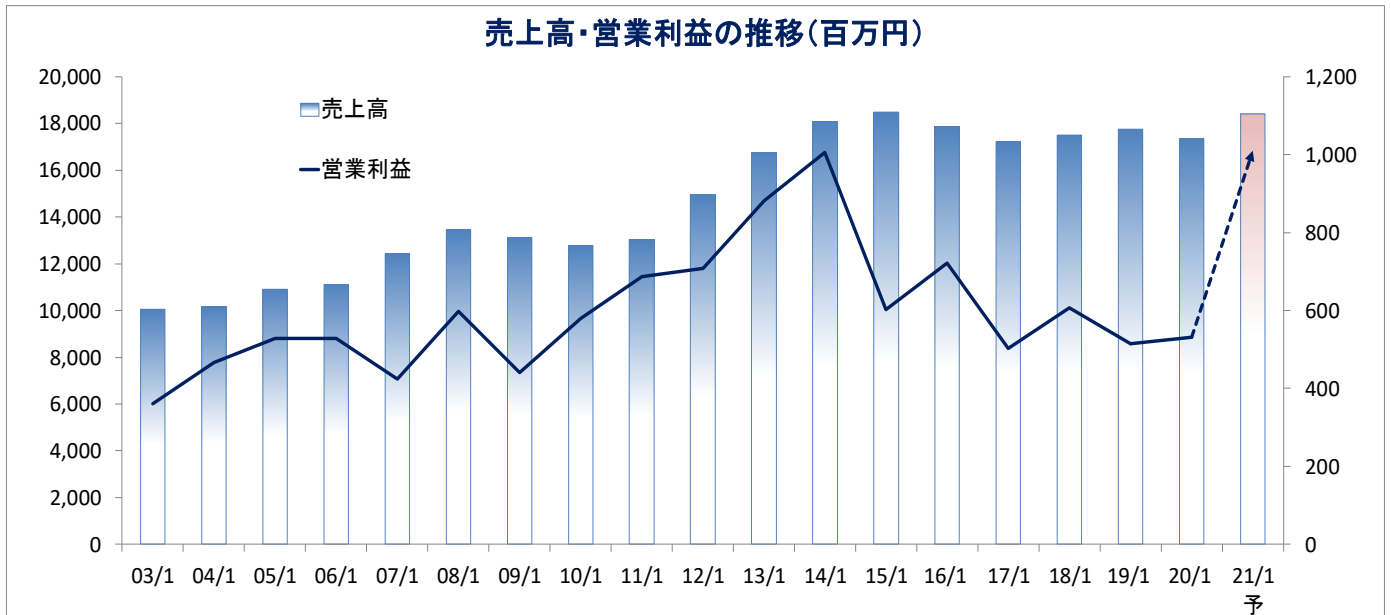
◆TV通販、Eコマースが伸長

USAの7月度は前年比4682%



(同社説明資料より)

売上高・営業利益の推移(百万円)



3. 2021年1月期第3四半期決算

(1) 連結業績

	20/1期 3Q累計	構成比	21/1期 3Q累計	構成比	前年同期比
売上高	13,604	100.0%	14,217	100.0%	+4.5%
売上総利益	5,923	43.5%	6,394	45.0%	+7.9%
販管費	5,354	39.4%	5,274	37.1%	-1.5%
営業利益	569	4.2%	1,119	7.9%	+96.5%
経常利益	463	3.4%	1,043	7.3%	+125.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	249	1.8%	748	5.3%	+199.7%

*単位:百万円

*数値には(株)インベストメントブリッジが参考値として算出した数値が含まれており、実際の数値と誤差が生じている場合があります(以下同じ)。

前年同期比 4.5%の増収、125.0%の経常増益

売上高は前年同期比 4.5%増の 142 億 17 百万円。

ガーデン・エクステリア業界においては、新設住宅着工戸数は昨年の消費税増税の反動減もあり、9月まで15ヶ月連続で前年より減少した。加えて新型コロナの影響で一部住宅設備機器の供給遅れから建物本工事の遅延や例年開催される展示会やイベント等も中止を余儀なくされた。こうした環境下、国内では、各工場の最適化や安定供給、生産性向上と工場の増床や設備増強による生産体制強化を図った。海外では中国の工場が新型コロナの影響で一時操業停止となったものの感染拡大防止対策の徹底により早々に操業を再開し、通常のプロデュース体制に戻った。

国内の売上高については、プロデュース部門では家と庭をつなぐ中間領域である「5th Room」のコンセプトに基づく基軸商品の「オールガラスポーチ」とその周辺アイテムの売上拡大と新築外構工事におけるファサードエクステリアのデザイン性向上のための様々な顧客サポートを行った。施工現場の停滞などの影響があったが、売上高は前年同期比 4.6%減少に抑えることができた。ホームユース部門では、新型コロナの影響による外出自粛に伴い、ガーデニングの需要が高まったことから、販売先である量販店での売上拡大や e-コマースにおけるガーデニング用品の売上拡大により前年同期比 15.1%増と伸長した。

海外の売上高についても、新型コロナの影響によりガーデニングの需要が高まり、特に e-コマースにおけるガーデニング用品の売上高が前年同期比 40.5%増と大幅に伸長した。

さらに、子会社が運営するガーデン・エクステリア業界の情報に特化した Web プラットフォーム『Garden Story』は、ガーデニングシーズンの最盛期とコロナ禍の「STAY HOME」による影響が重なった 20 年 5 月に過去最高のページビュー・ユニークユーザーを達成したが、以降も家庭菜園や季節の植物に関わる記事へのアクセスが勢いを保持したまま推移した。特に検索流入においては前年同四半期比 10 倍超を持続しており、“ガーデニングや家庭菜園とともにある暮らし”の定着が表れる結果となった。このような状況を好機と捉え、DX(デジタルトランスフォーメーション)への取り組みを一気に加速させ、6月15日よりWebショールームを開設した。

営業利益は前年同期比 96.5%増の 11 億 19 百万円。

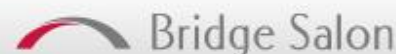
利益面では、自社生産品の販売構成比の増加や生産性向上により売上総利益率が前年同期 43.5%から 45.0%に改善した。販管費においては、営業活動の自粛に伴い営業スタイルの変化による営業経費の減少や販促費用の見直し等により販促・広告費が減少、販管費率は前年同期 39.4%から 37.1%に縮小した。為替差損計上などにより経常利益は前年同期比 125.0%増の 10 億 43 百万円。税負担率の縮小で親会社株主に帰属する四半期純利益は 199.7%増の 7 億 48 百万円となった。

主要販管費

(単位:百万円)

	20/1期 3Q累計	売上比	21/1期 3Q累計	売上比	前年同期比
人件費	2,098	15.4%	2,162	15.2%	+3.1%
発送費	893	6.6%	911	6.4%	+2.0%
販促・広告	538	4.0%	432	3.0%	-19.7%
支払手数料	437	3.2%	475	3.3%	+8.7%
旅費交通費	163	1.2%	78	0.6%	-52.1%
販管費合計	5,354	39.4%	5,274	37.1%	-1.5%

BRIDGE REPORT



報告セグメント別売上高・利益

(単位:百万円)

	20/1期 3Q累計	構成比	21/1期 3Q累計	構成比	前年同期比
日本	12,119	89.1%	12,106	85.2%	-0.1%
欧州	379	2.8%	637	4.5%	+68.2%
中国	679	5.0%	864	6.1%	+27.3%
韓国	85	0.6%	112	0.8%	+30.9%
米国	259	1.9%	331	2.3%	+27.7%
その他	81	0.6%	164	1.2%	+102.0%
連結売上高	13,604	100.0%	14,217	100.0%	+4.5%
日本	565	132.5%	683	70.7%	+20.9%
欧州	-273	-	-33	-	-
中国	190	44.6%	285	29.5%	+49.7%
韓国	-25	-	-10	-	-
米国	-14	-	36	3.7%	-
その他	-16	-	5	0.6%	-
連結調整	142	-	152	-	-
連結営業利益	569	100.0%	1,119	100.0%	+96.5%

日本

売上高は前年同期比0.1%減の121億6百万円、セグメント利益は同20.9%増の6億83百万円。

新設住宅着工は昨年の消費税増税の反動減もあり9月まで15ヶ月連続で前年比減少した。加えて新型コロナの影響で一部住宅設備機器の供給遅れから建物本体工事の遅延等によりエクステリア関連が伸び悩んだ。こうした中、「STAY HOME」の影響で家庭菜園やリビングガーデンのニーズが持続し、eコマースおよび量販店での売上高が増加した。利益面では、営業スタイルが変化することで営業経費の減少および販促費用の見直しを図りながらDXへの取り組み等により販管費は前年並みとなった。原価率の低減により2桁増益となった。

欧州

売上高は前年同期比68.2%増の6億37百万円、セグメント損失33百万円(前年同期は2億73百万円の損失)。欧州においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けるなか、日本と同様に家庭菜園やリビングガーデンのニーズが持続していることや、新規得意先との取引開始等によりeコマース及びホームセンターでの売上高が増加した。利益面では、EU支店での人員整理や倉庫修繕費等の費用が一時的に増加する中、商流の変化で粗利率が改善したことから損失が大幅に縮小した。

中国

売上高は前年同期比27.3%増の8億64百万円。セグメント利益は同49.7%増の2億85百万円。中国では、新型コロナの影響で、現地の製造子会社が一時操業停止となったものの、早々に再稼働でき、稼働率が上がってきた。利益面では、出荷量が大幅に増加し原価率が低減したことから、大幅増益となった。

韓国

売上高は前年同期比30.9%増の1億12百万円、セグメント損失10百万円(前年同期は25百万円の損失)。韓国では、エクステリア関連商品が順調に推移するなか、ネット販売が順調に伸びたことにより増収、損失が縮小した。

米国

売上高は前年同期比27.7%増の3億31百万円、セグメント利益は36百万円(前年同期は14百万円の損失)。米国では、新型コロナの影響で在宅勤務となり自社倉庫出荷に制限がかかる中、委託物流センターからの対応でネット販売が順調に推移した。また、家庭菜園やリビングガーデンのニーズが持続していることもあり増収。利益面では、増収効果に加え、人件費の減少や展示会の中止等により販管費が減少して黒字に転じた。

その他

売上高は前年同期比102.0%増の1億64百万円、セグメント利益5百万円(前年同期は16百万円の損失)。新型コロナの影響でインド市場において売上が伸び悩む中、オーストラリアにおいてネット販売およびガーデンセンター向け販売が順調に推移したことから増収、黒字に転じた。

(2)財政状態**財政状態**

	20年1月	20年10月		20年1月	20年10月
現預金	2,790	4,111	仕入債務	2,872	3,217
売上債権	2,868	3,635	短期有利子負債	5,057	4,647
たな卸資産	4,778	4,386	流動負債	9,282	9,418
流動資産	11,099	12,626	長期有利子負債	62	772
有形固定資産	5,683	5,607	固定負債	657	1,370
無形固定資産	331	396	純資産	8,693	9,344
投資その他	1,519	1,504	負債・純資産合計	18,634	20,133
固定資産	7,534	7,507	有利子負債合計	5,120	5,419

*単位:百万円

*有利子負債は借入金

3Q末の総資産は、前期末比14億99百万円増加し、201億33百万円となった。これは主に新型コロナウイルス感染症が業績に与える影響を考慮し、運転資金の増強を図ったことによる現預金の増加および売上債権の増加によるもの。負債は、前期末比8億49百万円増加し、107億89百万円となった。これは主に仕入債務および長期借入金の増加によるもの。純資産は、前期末比6億50百万円増加し、93億44百万円となった。これは主に利益剰余金の増加によるもの。

新型コロナウイルス感染症に伴う一時的な業績悪化に備え、財務基盤を確保した。

- ① コミットメントラインの空枠確保
- ② 専用当座貸越枠の増設:12億円
- ③ 長期借入による運転資金確保:10億円

実質有利子負債は前年同期比で9億80百万円減少している

使途別有利子負債

(単位:百万円)

	20年10月	21年10月	21年1月予想
運転資金	5,186	5,219(4,219)	5,136(4,136)
設備資金	92	139	199
出資・買収	109	60	49
貸付金	12	-	-
合計	5,399	5,419(4,419)	5,384(4,384)

*()内は、コロナ対策資金を除く実質残高

4. 2021年1月期業績予想**連結業績**

	20/1期実績	構成比	21/1期予想	構成比	前期比
売上高	17,357	100.0%	18,400	100.0%	+6.0%
営業利益	531	3.1%	1,195	6.5%	+124.8%
経常利益	469	2.7%	1,100	6.0%	+134.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	203	1.2%	771	4.2%	+279.6%

*単位:百万円

前年同期比6.0%の増収、同134.5%の経常増益予想

通期予想の各利益を上方修正、21/1期は6.0%増収、134.5%の大幅な経常増益を計画する。販売商品及び販売先の構成比

の変化に伴う売上総利益率改善の持続に加え販管費が減少見込みであることから、売上高は据え置いたものの上期決算発表時に引き続いての各利益の上方修正となった。DXへの取り組みでは、10月22日・23日に自社展示会「タカショーガーデン&エクステリアフェア 2020」をリアルとオンラインを融合したハイブリッド型で開催し、今後の新しい生活様式における提案やVR・ARなどを使用した動画ソフトパッケージの提案を行い、営業活動の強化に努めている。また、更に業務効率の改善を進め、Web受注やRPA、またIoTやICTなどの最先端のIT化を急速に進めることで大幅な経費削減に努める考え。期末配当は、3円増配し、16.0円を予定している。尚、同社では配当性向の目標として30%を掲げている。

5. 今後の事業展開と中長期計画

事業展開

成長するエクステリアとガーデンではNo.1
オンリーワンからNo.1のG&EX総合メーカーへ

- ◇ 物づくり工場 さらなる稼働率向上
- ◇ ソフト工場 空間提案 AR、VRの仮想空間デザイン制作専門チームの新設
- GEMSの展開 ガーデンのIoT化ローボルトのライト、カメラ、サウンドをアプリと連動
- ガーデンサービスネットワーク
- ガーデンストーリー 掲載記事 2,600本、PV数 3,700万を突破



(同社説明資料より)

中長期計画

中長期計画では23/1期に売上高222億円、経常利益13億円を目指す。また、25/1期には売上高270億円、経常利益19億50百万円の目標を掲げる。21/1期は上方修正前の中期計画。

	20/1期 実績	21/1期 計画	22/1期 計画	23/1期 計画	24/1期 計画	25/1期 計画
売上高	17,357	18,400	20,480	22,200	24,300	27,000
営業利益	531	1,010	1,400	1,630	1,870	2,050
経常利益	469	910	1,300	1,530	1,770	1,950
親会社株主に帰属する当期純利益	203	640	810	950	1,100	1,210
EPS	13.93 円	43.90 円	55.56 円	65.16 円	75.45 円	83.00 円

*単位:百万円

*20/1期以降のEPSの算定においては、発行済株式数が変動しないものとして算出

6. 今後の注目点

2Q(5~7月)に飛躍した流れが持続した3Q(8~10月)となった。通期予想に対する進捗率は売上高で77.3%、経常利益で94.8%に達している。DX展開を強く推進しているが、同社の場合はデジタイゼーション、デジタルイゼーション双方で業績に貢献している。3Q累計の増収率は4.5%にとどまるが、海外はいずれの地域も大幅増収であり、新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、DX展開を絡めた新たな成長路線は始まったばかりという印象。当然、潜在マーケットは海外のほうが圧倒的に大きく、今後の展開が楽しみになってきた。実力は4.5%増収を大きく上回ると考えるのが妥当。また海外の利益水準は欧米を初め依然として低い。今後の増収は利益貢献も大きくなると考えられる。

PERは約16倍であり、中期計画における利益水準や今後の海外の拡大余地を考慮すると、株価は更なる見直し余地がありそうだ。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態および取締役・監査役の構成>

組織形態	監査役設置会社
取締役	6名、うち社外2名
監査役	3名、うち社外2名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2020年4月17日

<基本的な考え方>

同社は、健全で透明性が高く、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応するための経営の意思決定の効率性を確保したコーポレート・ガバナンスの構築が重要課題と認識し取り組んでいる。

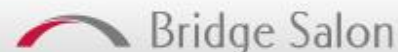
<実施しない主な原則とその理由>

原則	実施しない理由
【補充原則1-2-4】	議決権の電子行使プラットフォーム導入や招集通知の英訳につきましては、現在機関投資家や海外投資家の比率が比較的低いため、採用しておりません。今後、株主構成の変化等の状況に応じて検討して参ります。
【補充原則3-1-2】	英語での情報開示につきましては、人員・コスト面から費用対効果を鑑み、海外投資家の比率が比較的低いため、採用しておりません。今後、株主構成の変化等の状況に応じて検討して参ります。
【補充原則4-8-1】	現在、独立社外取締役のみを構成員とする定期的な会合等は実施しておりませんが、各取締役や監査役とも意見交換を行い、取締役会では、積極的に議論に参加し発言を行うなど、独立社外取締役としての役割・責務を十分に果たしていただいているものと認識しております。

<開示している主な原則>

原則	その理由
【原則1-4 政策保有株式】	<p>(1)政策保有に関する方針 営業上の取引関係の維持・強化に繋がるか、事業活動の円滑な推進等を通じて当社の中長期的な企業価値の向上に結びつくか等を総合的に判断し、保有できるものとします。政策保有株式のうち、主要なものについては、保有する上での中長期的な経済合理性や取引先との総合的な関係の維持・強化の観点からの保有効果等について検証し取締役会において報告を行います。保有の意義が必ずしも十分でないとは判断される銘柄については、縮減を図ります。</p> <p>(2)政策保有株式に係る議決権行使の基準 当社と投資先企業双方の持続的成長と中長期的な企業価値の向上に適うか否かを基準に、投資先企業の株主総会議案の内容を精査し、議決権を行使することとしております。</p>
【原則2-6 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮】	当社は確定給付企業年金制度を採用しており、企業年金の管理・運用に関してスチュワードシップ活動の受け入れを表明している資産管理運用機関と契約を締結しています。総務人事部門内に担当者を配置し、運用の健全性について委託している運用機関から定期的に報告を受け、関連部門において適宜モニタリングを行っております。

BRIDGE REPORT

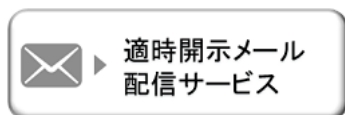


【原則4-8 独立取締役の有効な活用】	当社では、社外取締役を2名選任し、その2名が独立社外取締役という構成となっており、取締役会において独立、中立の立場での意見を踏まえた議論を可能にしております。今後も、高い専門性と豊富な経験をもった複数名の独立社外取締役が選任できるように候補者の選定に努めて参ります。
【補充原則4-11-1 取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模に関する考え方】	当社は、様々な経営環境の変化に、的確かつ迅速に対応すべく、知識・経験・能力のバランスを考慮し、多彩なバックグラウンドを有する人材を取締役に選任しております。特に、社外取締役は、業界の知見、経営に対する経験、専門的な能力などを考慮し、各分野で見識の高い人材を選任し、バランス、多様性に配慮しております。また、当社では、企業規模等を勘案し、定款において取締役の員数を15名以内と定めておりますが、現在、6名の取締役(うち社外取締役2名)を選任しております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2020 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

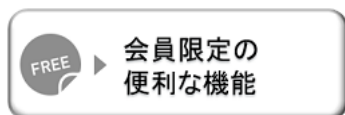
ブリッジレポート(タカショー:7590)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

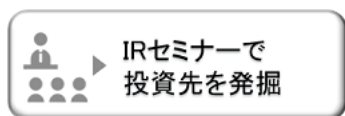
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向けIRセミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)