

BRIDGE REPORT



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
770 円	14,578,329 株		11,225 百万円	10.6%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
20.00 円	2.6%	61.74 円	12.5 倍	646.41 円	1.2 倍

*株価 3/25 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 21/1 期実績、DPS、EPS は 22/1 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(実)	18,486	1,156	1,152	952	65.36	20.00
2022 年 1 月(予)	19,680	1,195	1,190	900	61.74	20.00

*予想は会社予想。単位: 百万円

タカショーの 2021 年 1 月期決算について、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 月期決算
 4. 2022 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 期は前期比 6.5%増収、145.7%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 1.2%減収に抑えた。一方、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 18.2%増収と伸長した。海外についても、新型コロナの影響によりガーデニング需要が高まり、特に e コマースにおける売上が前期比 28.2%増と大幅に伸長した。利益面では、採算性の高い e コマース売上増に伴い売上総利益率が改善し、大幅増益となった。前期比 10.0 円増配となる 20.0 円の期末配当を実施する。
- 22/1 期は 6.5%増収、3.3%経常増益を見込む。引き続き新型コロナの経済活動への影響を懸念した前提を置いた。こうした経営環境下、22/1 期においても同社が提唱する「5th ROOM」に基づき、庭でのライフスタイルメーカーとしてのブランド力の向上を図る。国内においては、リアルとネットを融合したハイブリット型ショールームの展開を推進する。グローバル展開においては、欧州地域を中心に自社生産品における新商品の導入を推進する。また、エクステリア商品の拡販を進める目的とし、同商品の販売が順調に推移している韓国、豪州および欧州地域に対する売上拡大に努める。さらに、中国の製造部門において、工場増築により生産量を拡大し、欧州、アジア、オセアニア、北米地域への販売活動の強化を図る。配当は、20.0 円/株の期末配当を見込んでいる。
- 21/1 期は新型コロナ感染拡大に伴う巣ごもり消費をフォローとし、飛躍の 1 年になったといえるだろう。国内外で EC 比率が増加したことにより、利益率が大幅に改善した。コロナ前から取り組んで来た生産・販売体制の構築が花を開いた。特に海外の大幅な伸長に注目したい。海外各地は大幅増収ながら金額では少額にとどまり、今後の拡大余地は大きい。また、海外は利益額についても少額にとどまっており、欧州の販売体制の見直しや EC の拡大により今後の売上増は増益にも大きく貢献するだろう。好業績を受け株価は昨年安値の 2 倍水準に達し、かなり見直された。それでも PER は 12 倍と低い。今後の海外の改善余力や中長期計画で掲げる利益水準も考慮すると割安感は強いといえそうだ。

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」を掲げている。

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。グループ会社は国内 5 社、海外 12 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
従業員数	760 名(連結)
グループ	国内 5 社、海外 12 社

基本理念とミッション



我々はガーデンのライフスタイルメーカーとして
幸せな家族のくらしと
笑顔で健康的な空間をつくります

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 グローバルなオンラインワン企業を目指します。
------	--

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。
-------	--------------------------------

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
------	---

家 LIVING IN the ROOM のくらしと、庭 LIVING IN the GARDEN のくらしで、

幸せな
家庭
をつくる。

わが家の庭を、家族にとっ
て居心地がよく、心安らぐ空
間にしたい。そして、お知合
いやご近所の方々に対して
も、日常生活のなかでの心
癒される風景であると共に、
憧れの存在であってほしい。

(同社資料より)

ヒストリー

国内では設計・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」を販売ルート別に展開してきた。海外は今世紀に入り本格展開している。近年は国内ではプロユース向けが大きく伸びてきたが、新型コロナ感染拡大を機に国内外でホームユース向けが急速に拡大している。



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



ビジネスセグメント

巣ごもり消費拡大に伴い、ビジネスセグメントも細分化された。①戸建(新築、リフォーム)、ハウスメーカー向けに提案する「PRO ガーデンエクステリア分野」、②公共事業、商業施設等の非住宅向けに提案する「コントラクト分野」、③ホームセンター、専門店向けに提案する「ホームセンター、GMS 分野」、④Web サイトからのネット販売を展開する「e-コマース」、⑤プロユース、ホームユースの事業を海外展開する「国際」に分けられる。

BUSINESS SEGMENT

グループで一貫。トータルに
ガーデンスタイルを提案。

ビジネスセグメント

PROガーデンエクステリア分野

戸建(新築、リフォーム)、ハウスメーカー様向け提案

コントラクト分野

公共事業、商業施設等の非住宅向け提案

ホームセンター、GMS分野

ホームセンター、専門店向け提案

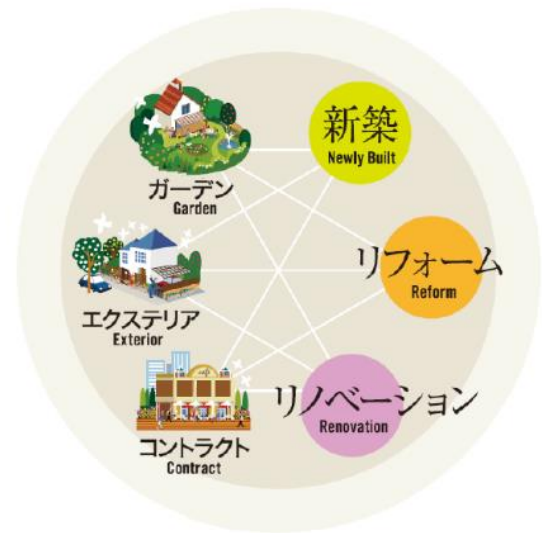
e-コマース

WEBサイトからのネット販売を展開

国際

プロユース、ホームユースの事業を海外展開

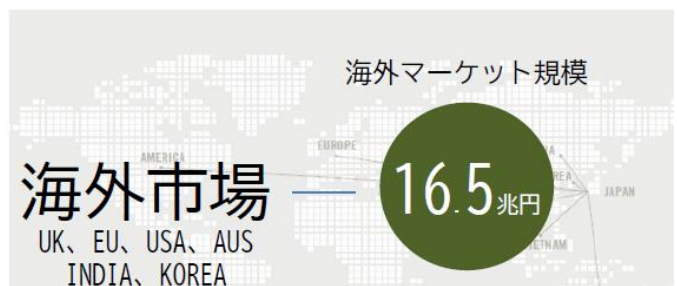
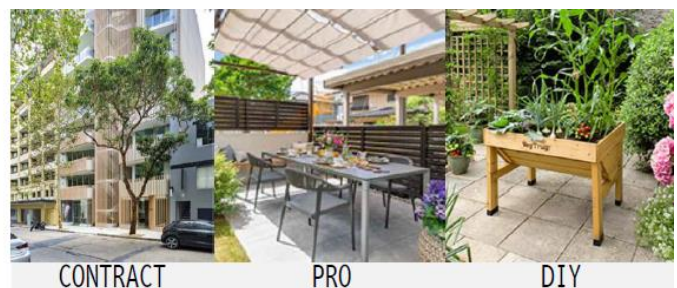
GARDEN LIFE STYLE MAKER



(同社資料より)

マーケット

同社が主軸とする国内 PRO 市場と DIY 市場の市場規模はそれぞれ 7,000 億円。国内コントラクトや、現在急速に伸ばしている海外市場は 10 兆円を超える規模である。ポテンシャルは大きい。



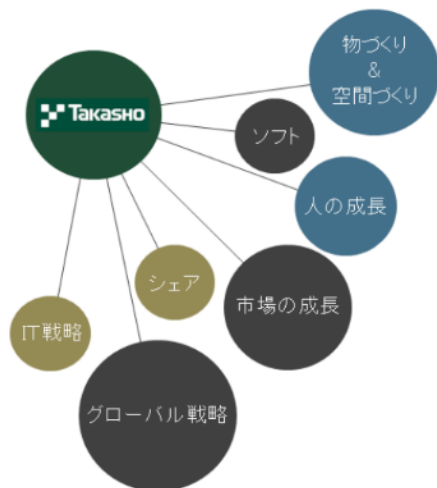
(同社資料より)

2. 事業展開

ビジネス展開

自社製品工場ではこれまで 5 年間で 45 億円を投資してきた。自社ソフト工場では「タカショーGLD-LAB.Soft-Factory 鳥取」が 4 月に開設予定。

自社製品工場 自社ソフト工場 自社コマース 企画会社 施工メンテナンス



ハイブリッドカンパニーとして、
庭をトータルで演出する商品をラインナップ

ものづくり→ソフトづくり
アプリ
GS
動画をつくる

健康と幸せと環境をつくる

ガーデンライフスタイル情報のweb発信

業界唯一のガーデンエクステリア専門ショールームの全国展開

VR、ARアプリ、庭空間動画などのwebツールの提供

独自の販売ネットワークの構築 RGC、マイスター制度

プロルートとDIYルートの販売チャンネルを構築

DIYルートの海外成長率 約128% (昨年対比)

(同社資料より)

DX(デジタルトランスフォーメーション)展開

DX 展開に積極的に取り組んでいる。特に新型コロナウイルス感染拡大の影響で外出を控えることが多くなってからは DX への取り組みが力を発揮させている。

AR・VR ガーデンシュミレーションアプリ



庭空間動画 4K



ソフトパッケージ



(同社資料より)

パッケージの提案

国内には総住宅戸数が 5,366 万戸、空き家が 876 万戸あるとされている。同社としては庭のパッケージを提案し、総住宅戸数の 1%×庭(30 万円)→約 1,600 億円の市場を狙う。With コロナにより住まいが変化。もっと自分らしく、楽しく、やすらぐ...を目的に DIY ライフスタイル市場の需要も拡大することを見込む。

様々な年代、価値、地域、趣味趣向に対応したパッケージを提案する。

BRIDGE REPORT

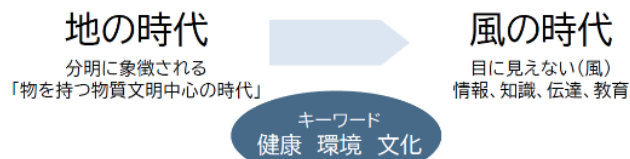


時代の大きな変化とタカショーが提供するバリュー

時代は大きく変化、物を持つ物質文明中心の「地の時代から」目には見えない情報や知識、伝達、教育が重視される「風の時代」へ。換言すれば、「文明の時代」から「文化の時代」へ、消費は「モノ消費」から「コト消費」へと移行する。そこでキーワードとなるのが、「健康」、「環境」、「文化」。タカショーはガーデンセラピーで「健康」を、情緒やアートを通じて「文化」を、緑や自然、SDGsを通じて「環境」を提供する。

時代の大きな変化

大量生産・大量消費の終焉



「文明の時代」
「モノ消費」

「文化の時代」
「コト消費」

(同社資料より)

タカショーが提供するバリュー

with コロナ時代における住まい方の変化

健康(ガーデンセラピー) 文化(情緒、アート) 環境(緑や自然、SDGs)



100人100様のカスタマイズ
豊かさ、幸せをつくる空間
ガーデンライフスタイルで

→ 幸せ度の高い国へ



(同社資料より)

SDGsの取り組み

タカショーは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づくりに貢献する、という理念の元、持続可能な開発目標で社会に貢献する。

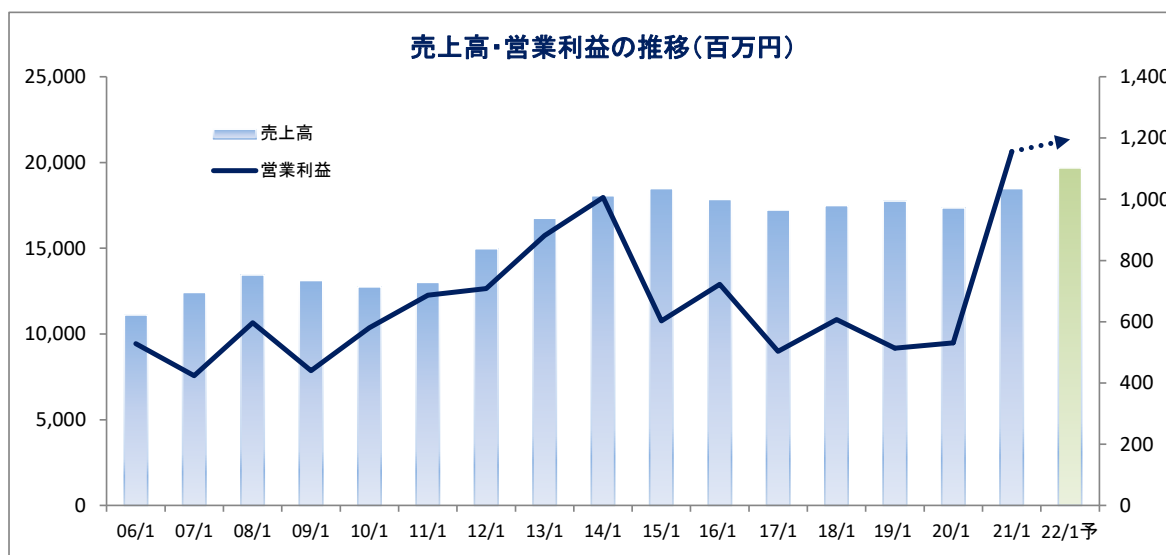


2016年4月 日本ガーデンセラピー協会を設立
理事長 高岡 伸夫

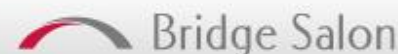


(同社資料より)

売上高・営業利益の推移(百万円)



BRIDGE REPORT



3. 2021 年 1 月期決算

(1) 連結業績

	20/1 期	構成比	21/1 期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	17,357	100.0%	18,486	100.0%	+6.5%	18,400	+0.5%
売上総利益	7,547	43.5%	8,259	44.7%	+9.4%	-	-
販管費	7,015	40.4%	7,103	38.4%	+1.3%	-	-
営業利益	531	3.1%	1,156	6.3%	+117.7%	1,010	+14.5%
経常利益	469	2.7%	1,152	6.2%	+145.7%	910	+26.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	203	1.2%	952	5.2%	+369.2%	640	+48.9%

*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)。

前期比 6.5%の増収、145.7%の経常増益

売上高は前期比 6.5%増の 184 億 86 百万円。

国内プロデュース部門の売上高は前期比 1.2%減。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。これにより、施工現場の停滞などの影響があったが、減収を抑えることができた。ホームユース部門の売上高は前期比 18.2%増。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伸長した。

海外についても、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期比 28.2%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。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増したまま推移した。特に検索流入においては前期比 900%以上を持続しており、“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。さらに 10 月 22・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も行い、営業活動の強化に努めている。

営業利益は前期比 117.7%増の 11 億 56 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期 43.5%から 44.7%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、販管費率は前期 40.4%から 38.4%に改善した。為替差損の縮小や支払利息の減少などにより経常利益は前期比 145.7%増の 11 億 52 百万円。有限会社タカショーヨーロッパ及び天津高秀国際工貿有限公司の清算手続きが完了したことから、特別利益に為替換算調整勘定取崩益 74 百万円を計上、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比 369.2%増の 9 億 52 百万円となった。

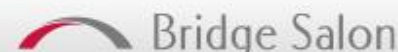
期末配当(年間配当も同額)は前期末(同)比 10.0 円増配の 20.0 円を実施する。

主要販管費

(単位: 百万円)

	20/1 期	売上比	21/1 期	売上比	前期比
人件費	2,812	16.2%	2,924	15.8%	+4.0%
発送費	1,108	6.4%	1,176	6.4%	+6.1%
販促・広告	621	3.6%	555	3.0%	-10.6%
支払手数料	518	3.0%	513	2.8%	-1.0%
旅費交通費	228	1.3%	105	0.6%	-54.0%
販管費合計	7,015	40.4%	7,103	38.4%	+1.3%

BRIDGE REPORT



報告セグメント別売上高・利益

(単位: 百万円)

	20/1 期	構成比	21/1 期	構成比	前期比
日本	15,495	89.3%	15,857	85.8%	+2.3%
欧州	438	2.5%	753	4.1%	+71.9%
中国	894	5.2%	1,058	5.7%	+18.3%
韓国	120	0.7%	154	0.8%	+27.8%
米国	268	1.5%	402	2.2%	+49.8%
その他	139	0.8%	259	1.4%	+85.6%
連結売上高	17,357	100.0%	18,486	100.0%	+6.5%
日本	569	149.8%	809	76.6%	+42.3%
欧州	-329	-	-99	-	-
中国	188	49.6%	314	29.8%	+66.9%
韓国	-22	-	-9	-	-
米国	-14	-	23	2.2%	-
その他	-11	-	17	1.7%	-
連結調整	151	-	100	-	-
連結営業利益	531	100.0%	1,156	100.0%	+117.7%

(2) 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

財政状態

	20 年 1 月	21 年 1 月		20 年 1 月	21 年 1 月
現預金	2,790	3,942	仕入債務	2,872	3,001
売上債権	2,868	3,212	短期有利子負債	5,167	4,416
たな卸資産	4,778	4,354	流動負債	9,282	8,823
流動資産	11,099	12,187	長期有利子負債	437	1,129
有形固定資産	5,683	5,556	固定負債	657	1,350
無形固定資産	331	414	純資産	8,693	9,516
投資その他	1,519	1,533	負債・純資産合計	18,634	19,691
固定資産	7,534	7,503	有利子負債合計	5,605	5,546

*単位: 百万円

*有利子負債は借入金＋リース債務

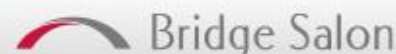
21/1 期末の総資産は、前期末比 10 億 56 百万円増加し、196 億 91 百万円となった。流動資産は 10 億 87 百万円増加し、121 億 87 百万円となった。主な要因は、現預金が 39 億 42(前期末比 11 億 52 百万円増)、受取手形及び売掛金が 26 億 40 百万円(同 3 億 28 百万円増)、商品及び製品が 28 億 26 百万円(同 4 億 53 百万円減)となったこと等によるもの。固定資産は前期末比 30 百万円減少し、75 億 3 百万円となった。主な要因は、有形固定資産が 55 億 56 百万円(前期末比 1 億 27 百万円減)と無形固定資産が 4 億 14 百万円(同 83 百万円減)となったこと等によるもの。

負債合計は前年同期 2 億 33 百万円増加し、101 億 74 百万円となった。流動負債は前期末比 4 億 58 百万円減少し、88 億 23 百万円となった。主な要因は、支払手形及び買掛金が 30 億 1 百万円(前期末 1 億 28 百万円増)、1 年以内返済予定長期借入金が 3 億 56 百万円(同 1 億 90 百万円増)、未払消費税が 2 億 20 百万円(同 1 億 18 百万円増)、短期借入金が 39 億 43 百万円(同 9 億 48 百万円減)となったこと等によるもの。固定負債は前期末比 6 億 92 百万円増加し 13 億 50 百万円となった。主な要因は、新型コロナが業績に与える影響を考慮し、資本の増強を図ったことにより長期借入金が 7 億 71 百万円(前期末比 7 億 9 百万円増)となったこと等によるもの。

純資産合計は前期末比 8 億 22 百万円増加し、95 億 16 百万円となった。主な要因は、利益剰余金が 54 億 27 百万円(前期末比 8 億 7 百万円増)となったこと等によるもの。

自己資本比率は 47.9%(前期末 46.2%)となった。

BRIDGE REPORT



コロナ禍に伴う緊急対策資金として 10 億円を調達した。
実質借入残高は前期末比で 10 億 55 百万円減少している

使途別借入金

(単位:百万円)

	20 年 1 月	21 年 1 月	増減額	22 年 1 月予想
運転資金	4,948	4,896(3,896)	-52	4,511
設備資金	76	126	50	147
出資・買収	97	48	-49	3
貸付金	5	-	-5	-
合計	5,126	5,071(4,071)	-55	4,661

*()内は、コロナ対策資金を除く実質残高

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	20/1 期	21/1 期	前期比	
営業キャッシュ・フロー	987	1,899	+912	+92.4%
投資キャッシュ・フロー	-783	-438	+345	-
フリー・キャッシュ・フロー	203	1,461	+1,257	+617.5%
財務キャッシュ・フロー	-606	-307	+299	-
現金及び現金同等物上期末残高	2,790	3,942	+1,152	+41.3%

21/1 期末における現金及び現金同等物は、前期末比 11 億 52 百万円増加し、39 億 42 百万円となった。

営業 CF は 18 億 99 百万円の増加(前期は 9 億 87 百万円の増加)となった。主な要因は、税金等調整前当期純利益が 12 億 18 百万円(前期は 4 億 67 百万円)、売上債権の増減額が 3 億 20 百万円の減少(前期は 2 億 98 百万円の増加)となったこと等によるもの。

投資 CF は 4 億 38 百万円の減少(前期は 7 億 83 百万円の減少)となった。主な要因は、有形固定資産の取得による支出が 2 億 68 百万円(前期は 6 億 21 百万円の支出)、無形固定資産の取得による支出が 1 億 70 百万円(前期は 85 百万円の支出)となったこと等によるもの。

財務 CF は 3 億 7 百万円の減少(前期は 6 億 6 百万円の減少)となった。主な要因は、新型コロナが業績に与える影響を考慮し、資金の増強を図ったことによる長期借入れによる純収入 8 億 99 百万円(前期は 2 億 13 百万円の純支出)と短期借入による純支出 9 億 41 百万円(前期は 1 億 51 百万円の純支出)等によるもの。

4. 2022 年 1 月期業績予想

連結業績

	21/1 期 実績	構成比	22/1 期 予想	構成比	前期比
売上高	18,486	100.0%	19,680	100.0%	+6.5%
売上総利益	8,259	44.7%	8,770	44.6%	+6.2%
販管費	7,103	38.4%	7,575	38.5%	+6.6%
営業利益	1,156	6.3%	1,195	6.1%	+3.3%
経常利益	1,152	6.2%	1,190	6.0%	+3.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	952	5.2%	900	4.6%	-5.6%

*単位:百万円

前期比 6.5%の増収、同 3.3%の経常増益予想

22/1 期は売上高が前期比 6.5%増の 196 億 80 百万円、経常利益は同 3.3%増の 11 億 90 百万円を計画する。引き続き新型コロナウイルス感染症に対する有効的な手段が確立されておらず、経済活動への影響が長期化することが懸念される。また、海外の一部の国々においてワクチン接種が開始されており明るい兆しが見られるものの、ワクチンの効果が顕在化しない場合は経済活動が長期停滞する恐れがあり、同社を取り巻く経営環境は予断を許さない状況が続くとの考え。

こうした経営環境下、22/1 期においても同社が提唱する「5th ROOM」に基づき、庭でのライフスタイルメーカーとしてのブランド力の向上を図る。また、国内においては、with コロナを背景に Web ならびに VR によるショールームや AR アプリ「メタバガーデン」により施工後のイメージを提案するなど、デジタル化を推進するとともに、リアルとネットを融合したハイブリット型ショールームの展開を推進する。さらに、庭空間におけるガーデンシミュレーションアプリや庭空間パッケージ動画等の制作を中心としたソフト工場の稼働を目的にタカショーGLD-LAB.Soft-Factory 鳥取(4 月開設予定)の新設ならびにタカショーガーデンライフデザインラボフィリピン株式会社(8 月設立予定)の設立により販売活動の強化を図る。販管費においては、業務効率を改善し生産性向上の強化を図るため、AI・AI-OCR ならびに RPA の運用推進により経費削減に努める。また、グローバル展開においては、欧州地域を中心に自社生産品における新商品の導入を推進するとともに、主力商品である「エバーアートウッド」を中心としたエクステリア商品の拡販を目的とし、同商品の販売が順調に推移している韓国、豪州および欧州地域に対する売上拡大に努める。さらに、中国の製造部門において、工場増築により生産量を拡大し、欧州、アジア、オセアニア、北米地域への販売活動の強化を図る。

配当は 20.0 円/株の期末配当を見込んでいる。

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

●体感型ショールーム名古屋に新設 東・名・阪・東北・広島に設置

●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

WEBショールームの開設 リアルとネットで展開



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



名古屋ショールーム

リアル&WEB
ハイブリッド型



(同社資料より)

中長期計画

中長期計画では 25/1 期に売上高 247 億円、経常利益 20 億 50 百万円を目指す。また、売上高は 30/1 期に 500 億円、50/1 期に 1,000 億円を目指す。利益についても売上増に見合う形で増加を見込む。

2022年1月期計画・中長期計画



(同社資料より)

	21/1 期 実績	22/1 期 計画	23/1 期 計画	24/1 期 計画	25/1 期 計画
売上高	18,486	19,680	21,310	22,800	24,700
営業利益	1,156	1,195	1,391	1,660	2,110
経常利益	1,152	1,190	1,350	1,610	2,050
親会社株主に帰属する当期純利益	952	900	972	1,159	1,476

*単位: 百万円

*21/1 期には特別損益 66 百万円が含まれる。特別損益控除後の親会社株主に帰属する当期純利益は 8 億 86 百万円となる。

6. 今後の注目点

21/1 期は新型コロナ感染拡大に伴う巣ごもり消費をフォローとし、飛躍の 1 年になったといえるだろう。国内外で EC 比率が増加したことにより、利益率が大幅に改善した。コロナ前から取り組んで来た生産・販売体制の構築が花を開いた。特に海外の大幅な伸長に注目したい。売上高は欧州が前期比 71.9%増の 7 億 53 百万円、米国は同 49.8%増の 4 億 2 百万円と大幅増収ながら金額では少額にとどまる。その他の地域も含めて今後の拡大余地は大きい。また、欧州で損失を大幅に縮小させるなど 21/1 期の増益に貢献したが、利益額についても少額にとどまっている。欧州の販売体制の見直しや EC の拡大により今後の売上増は増益にも大きく貢献するだろう。今期の会社予想は 6.5%増収、3.3%経常増益にとどまったことはやや残念な印象だが、特需ともいわれるガーデニング需要の定着化が進めば 2 桁増収増益も視野に入るのではないだろうか。好業績を受け株価は昨年安値の 2 倍水準に達し、かなり見直された。それでも PER は 12 倍と低い。今後の海外の改善余力や中長期計画で掲げる利益水準も考慮すると割安感は強いといえそうだ。

<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。

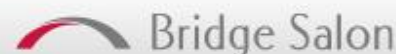
<実施しない主な原則とその理由>

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】	(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判断される銘柄については、縮減を図ります。 (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。
【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

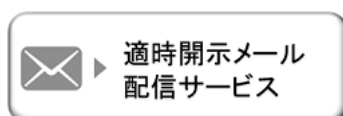


【原則4-8 独立取締役の有効な活用】	当社は、社外取締役を2名選任し、その2名が独立社外取締役という構成となっており、取締役会において独立、中立の立場での意見を踏まえた議論を可能にしております。今後も、高い専門性と豊富な経験をもった複数名の独立社外取締役が選任できるように候補者の選定に努めて参ります。
【補充原則4-11-1 取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模に関する考え方】	当社は、様々な経営環境の変化に、的確かつ迅速に対応すべく、知識・経験・能力のバランスを考慮し、多彩なバックグラウンドを有する人材を取締役に選任しております。特に、社外取締役は、業界の知見、経営に対する経験、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) 2021 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

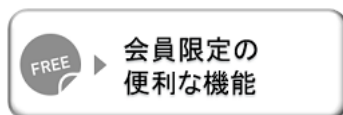
ブリッジレポート(タカショー:7590)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



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。

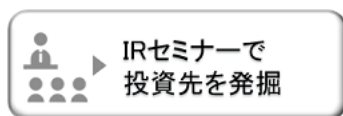
[>> ご登録はこちらから](#)



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](#)