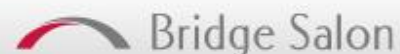


BRIDGE REPORT



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
804 円	14,578,329 株		11,721 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	2.5%	61.74 円	13.0 倍	646.41 円	1.2 倍

*株価 6/16 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、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 2022 年 1 月期第 1 四半期決算などについて、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. 2022 年 1 月期第 1 四半期決算](#)
 - [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

- 22/1 期 1Q は前年同期比 20.6%増収、241.1%経常増益。国内プロユース部門は 4.0%増収となった。ホームユース部門においては、ライフスタイルの変化に伴い、ガーデニングの需要が高まり、また定着しつつあることから 33.7%増収と大幅に伸長。海外では、健康的で持続可能なライフスタイルが望まれるなか、ガーデニングの需要が持続し、特に e コマースにおけるガーデニング用品の売上高が 93.3%増加した。利益面では営業活動において昨年に引き続き”リアルとネット”を融合させ効率化を図ることで営業経費が減少、また業務の内製化で手数料が減少し 84.2%営業増益となった。営業外では為替差益に転じた。
- 通期予想に修正はなく、22/1 期は 6.5%増収 3.3%経常増益を計画する。多くの人が植物に興味を持ち、“ガーデニングや家庭菜園とともにある暮らし”の定着が表れる状況を好機と捉え、DX の取り組みとして、AR・VR・MR などの最新デジタル技術を活用したガーデンシミュレーションアプリや庭空間動画ソフトパッケージなどの研究開発を目的に、鳥取市にタカショーGLD-LAB.Soft-Factory 鳥取を 21 年 4 月 1 日に開設した。今後はフィリピンに TAKASHO GARDEN LIFE DESIGN LAB PHIL Corp (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)を 21 年 8 月に設立(予定)することで営業活動の強化を図る。今後も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も努める考え。配当も修正なく、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。22/1 期についてもその流れを踏襲し、1Q 大幅な増収増益となった。業績予想の修正はなかったが、当初から予想は保守的と見ており顕在化したといえるだろう。20.6%増収に対して販管費は 5.7%の増加にとどまっており、利益率の改善が顕著に現れている。それでも、1Q は一過性の要因により売上総利益率が低下した模様。海外の利益水準は低く、大幅増益にもかかわらず改善余地はまだ残されている。特に海外は新型コロナをきっかけとした拡大は緒に就いたばかり。今後に期待したい。株価は堅調に推移しているものの、保守的な会社予想に対して PER は低位。さらなる見直し余地がありそう。

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。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。

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

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

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」に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、新型コロナウイルス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

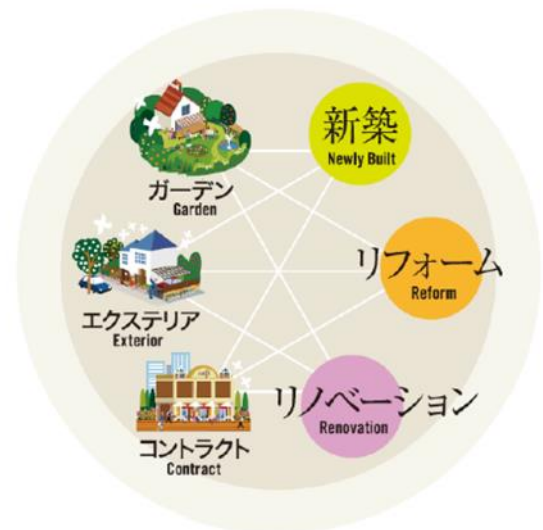
e-コマース

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

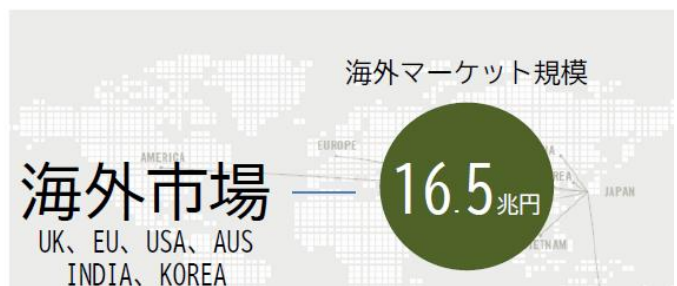
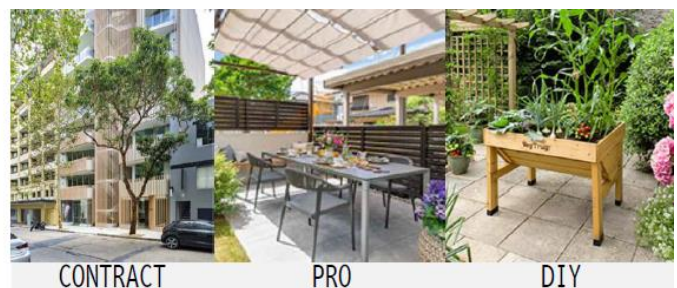
GARDEN LIFE STYLE MAKER



(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。



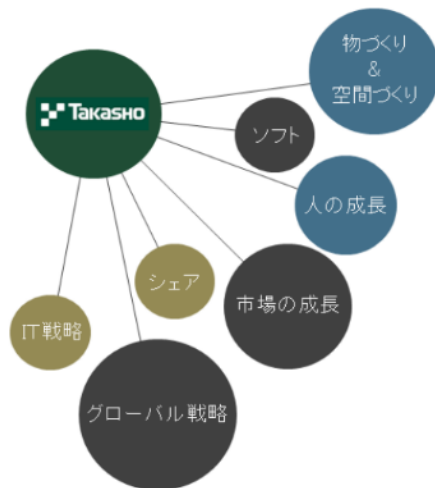
(同社資料より)

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。

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

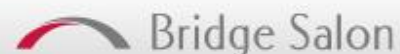


(同社資料より)

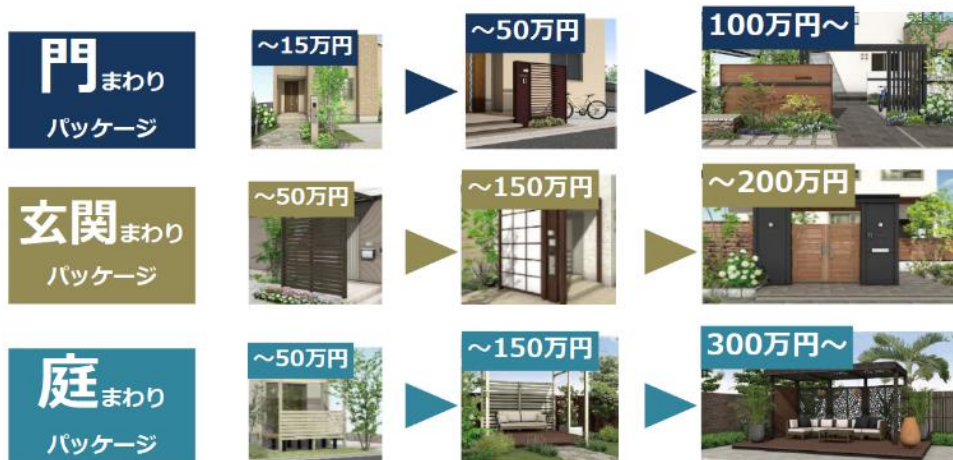
パッケージの提案

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。

BRIDGE REPORT



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。



(同社資料より)

ホームユースの特徴

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。

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

PLASTIC

WOOD

LED SOLAR LIGHT

ALUMINIUM

SEWING

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



ホームユースの取り組み

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、生活の価値が変化。



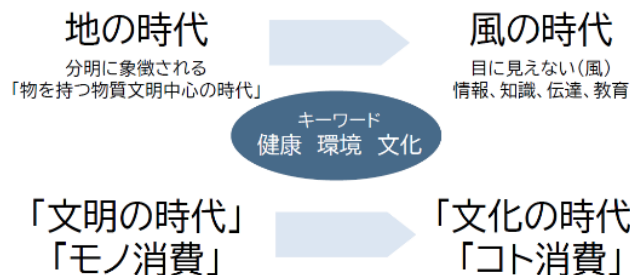
(同社資料より)

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

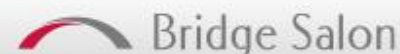


(同社資料より)

タカショーが提供するバリュー



BRIDGE REPORT



SDGsの取り組み

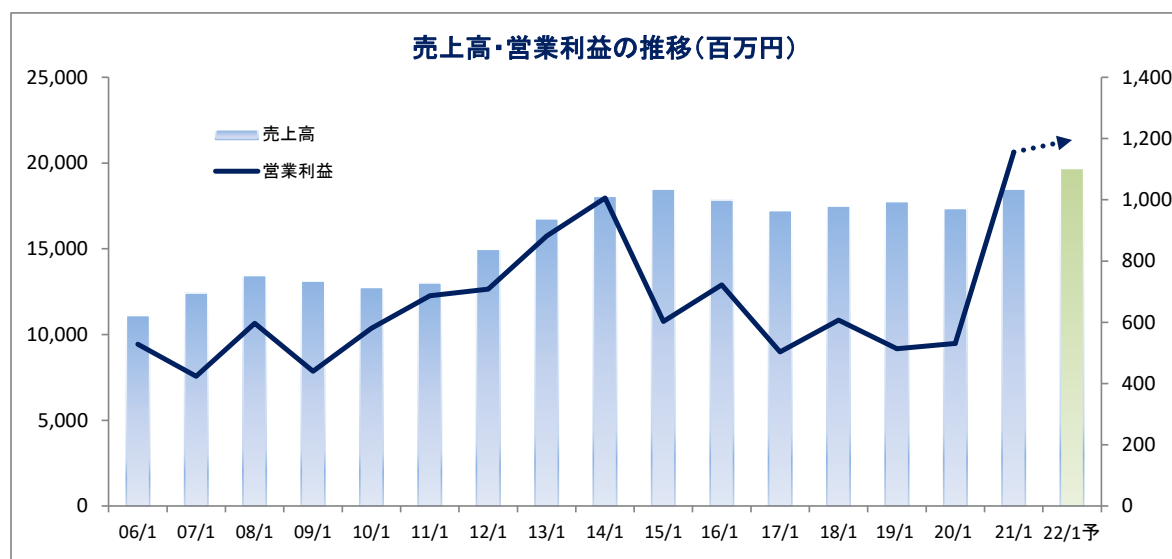
タカショーは常に変化を先取りして新たな価値を創造し、広く都市環境庭文化づくりに貢献する、という理念の元、持続可能な開発目標で社会に貢献する。



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)



3. 2022 年 1 月期第 1 四半期決算

(1) 連結業績

	21/1 期 1Q	構成比	22/1 期 1Q	構成比	前年同期比
売上高	4,624	100.0%	5,578	100.0%	+20.6%
売上総利益	2,020	43.7%	2,300	41.2%	+13.9%
販管費	1,810	39.1%	1,913	34.3%	+5.7%
営業利益	210	4.5%	386	6.9%	+84.2%
経常利益	132	2.9%	453	8.1%	+241.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	50	1.1%	278	5.0%	+454.7%

*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 20.6%の増収、241.1%の経常増益

売上高は前年同期比 20.6%増の 55 億 78 百万円。

新しい生活様式が浸透している中、花や植物など自然を取り入れることでストレスのない庭での暮らしが求められており、DX による提案とお客様のカスタマイズに対応する製造の強化を図った。さらに、リアルとネットを融合したハイブリッド型ショールームとして 3 月 1 日に名古屋支店を移転新設し、営業活動の強化を図った。また、海外の販売においては、ホームデポやコストコを始めとする世界の有力店との取引も本格化され、e コマースにおいてはアマゾンや自社サイトにおいてドロップシップ方式による販売活動の強化を図った。

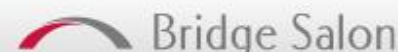
国内プロデュース部門では「5th Room」のコンセプトに基づく基軸商品の「オールガラスポーチ」とその周辺アイテムの売上拡大と新築外構工事におけるファサードエクステリアのデザイン性向上のための様々な顧客サポートを行ったことにより、4.0%増収となった。ホームユース部門においては、ライフスタイルの変化に伴い、ガーデニングの需要が高まり、また定着しつつあることから、販売先である量販店での売上拡大や e コマースにおけるガーデニング用品の売上拡大により 33.7%増収と大幅に伸長した。

海外では、健康的で持続可能なライフスタイルが望まれるなか、ガーデニングの需要が持続し、特に e コマースにおけるガーデニング用品の売上高が 93.3%増加した。さらに、Web プラットフォーム「GARDENSTORY」は、20 年 5 月に過去最高 PV・UU 達成以降も、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持ったまま推移している。多くの人が植物に興味を持ち、「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 の取り組みとして、AR・VR・MR などの最新デジタル技術を活用したガーデンシミュレーションアプリや庭空間動画ソフトパッケージなどの研究開発を目的に、鳥取市にタカショーGLD-LAB.Soft-Factory 鳥取(タカショージーエルディーラボ ソフトファクトリートリ)を 4 月 1 日に開設した。

営業利益は前年同期比 84.2%増の 3 億 86 百万円。

販管費においては、ICT 研究開発拠点(タカショーGLD-LAB.Soft-Factory 鳥取)の開設や名古屋ハイブリッド型ショールームの新設を行ったことにより一時的な設備費用が発生するなか、営業活動において昨年に引き続き「リアルとネット」を融合させ効率化を図ることで営業経費が減少、また業務の内製化で手数料が減少した。自社生産品の販売構成比の増加や生産性向上に取り組むなか、未実現利益の影響により一時的に原価率が増加したものの、売上高の増加および販管費の増加を 5.7%増に抑えられたことで、大幅増益となった。営業外では前年同期 82 百万円の為替差損が 77 百万円の為替差益に転じたこともあり、経常利益は前年同期比 241.1%増の 4 億 53 百万円。親会社株主に帰属する四半期純利益は、一時的な未実現利益の増加に伴う税効果の影響が出たものの、同 454.7%増の 2 億 78 百万円となった。

BRIDGE REPORT



報告セグメント別売上高・利益

	21/1 期 1Q	構成比	22/1 期 1Q	構成比	前年同期比
日本	4,012	86.8%	4,338	77.8%	+8.1%
欧州	179	3.9%	350	6.3%	+95.2%
中国	251	5.4%	528	9.5%	+110.2%
韓国	27	0.6%	43	0.8%	+54.9%
米国	129	2.8%	251	4.5%	+93.7%
その他	23	0.5%	66	1.2%	+184.8%
連結売上高	4,624	100.0%	5,578	100.0%	+20.6%
日本	134	75.4%	233	54.8%	+73.4%
欧州	-24	-	-12	-	-
中国	75	42.4%	141	33.1%	+86.0%
韓国	-16	-	0	0.0%	-
米国	18	10.5%	73	17.1%	+288.8%
その他	-9	-	-8	-	-
連結調整	31	-	-39	-	-
連結営業利益	210	—	386	—	+84.2%

*単位: 百万円

日本

日本においては、21 年 3 月の新設住宅着工戸数は 21 ヶ月ぶりに前年同月比 1.5%の増加となったことや、新しい生活様式が浸透している中、花や植物など自然を取り入れることでストレスのない庭での暮らしが求められることから、ガーデニングの需要が持続したこと、売上高は 43 億 38 百万円(前年同期比 8.1%増)となった。セグメント利益においては、売上増加に伴う物流費ほか変動経費の増加や WEB 関連の販促費用の増加等があったものの、売上高の増加や効率的かつ有効的に使用できるデジタルトランスフォーメーションへの取り組み推進により 2 億 33 百万円(同 73.4%増)となった。

欧州

欧州においては、健康的で持続可能なライフスタイルが望まれるなか、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-コマースおよびホームセンターでの売上高が増加したことから、売上高は 3 億 50 百万円(前年同期比 95.2%増)となった。セグメント損失においては、販管費低減の影響もあり 12 百万円(前年同期は 24 百万円)で留めることができた。

中国

中国においては、世界的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から、売上高は 528 百万円(前年同期比 110.2%増)となった。セグメント利益においては、出荷量が増加し原価率が低減したことから 141 百万円(同 86.0%増)となった。

韓国

韓国においては、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から、売上高は 43 百万円(前年同期 54.9%増)となった。セグメント利益においては、0.1 百万円(前年同期は 16 百万円のセグメント損失)と黒字に転じた。

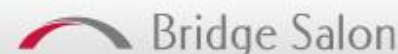
米国

米国においては、家庭菜園やリビングガーデンのニーズが持続するなか、新規得意先との取引開始や新規商品の投下等により、売上高は 2 億 51 百万円(前年同期比 93.7%増)となった。セグメント利益においては、売上が増加したことから 73 百万円(同 288.8%増)となった。

その他

その他においては、新型コロナウイルス感染症の影響でインド市場において売上が伸び悩むなか、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売上高は 66 百万円(前年同期比 184.8%増)となった。セグメント損失においては、8 百万円(前年同期は 9 百万円のセグメント損失)となった。

BRIDGE REPORT



(2)財政状態

	21 年 1 月	21 年 4 月		21 年 1 月	21 年 4 月
現預金	3,942	3,624	仕入債務	3,001	3,910
売上債権	3,212	4,671	短期有利子負債	4,299	4,766
たな卸資産	4,354	4,442	流動負債	8,823	10,327
流動資産	12,187	13,331	長期有利子負債	771	275
有形固定資産	5,556	5,665	固定負債	1,350	858
無形固定資産	414	438	純資産	9,516	9,784
投資その他	1,533	1,535	負債・純資産合計	19,691	20,970
固定資産	7,503	7,639	有利子負債合計	5,071	5,041

*単位:百万円

*有利子負債は借入金

1Q 末の総資産は前期末比(以下同)12 億 79 百万円増加し、209 億 70 百万円となった。

流動資産は 11 億 43 百万円増加し、133 億 31 百万円となった。主な要因は、現預金が 36 億 24 百万円(3 億 17 百万円減)となるなか、受取手形及び売掛金が 41 億 48 百万円(15 億 7 百万円増)となったこと等によるもの。固定資産は 1 億 35 百万円増加し、76 億 39 百万円となった。主な要因は有形固定資産が 56 億 65 百万円(1 億 8 百万円増)と無形固定資産が 4 億 38 百万円(23 百万円増)となったこと等によるもの。

負債合計は 10 億 11 百万円増加し、111 億 86 百万円となった。

流動負債は 15 億 3 百万円増加し、103 億 27 百万円となった。主な要因は、支払手形及び買掛金が 39 億 10 百万円(9 億 8 百万円増)と短期借入金が 42 億 73 百万円(3 億 29 百万円増)となったこと等によるもの。固定負債は 4 億 92 百万円減少し、8 億 58 百万円となった。主な要因は、長期借入金が 2 億 75 百万円(4 億 96 百万円減)となったこと等によるもの。

純資産合計は、2 億 67 百万円増加し、97 億 84 百万円となった。主な要因は、為替換算調整勘定が 3 億 56 百万円(2 億 13 百万円増)となったこと等によるもの。

自己資本比率は 46.2%(前期末 47.9%)となった。

BRIDGE REPORT



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

通期予想に修正はなく、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。多くの人が植物に興味を持ち、“ガーデニングや家庭菜園とともにある暮らし”の定着が表れる状況を好機と捉え、DX の取り組みとして、AR・VR・MR などの最新デジタル技術を活用したガーデンシミュレーションアプリや庭空間動画ソフトパッケージなどの研究開発を目的に、鳥取市にタカショーGLD-LAB.Soft-Factory 鳥取を 4 月 1 日に開設した。今後はフィリピンに TAKASHO GARDEN LIFE DESIGN LAB PHIL. Corp(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)を 21 年 8 月に設立(予定)することで営業活動の強化を図る。

今後も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も努める考え。

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



VRショールーム
リアルショールームをVRで体験!
おうちで手軽に
展示場を体験!

どこからでも好きな時間にVR

全国各地、みなさまのお近くに。
リアルショールームで
お待ちしております!

リアルな空間を体感

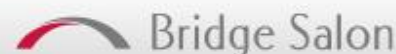
(同社資料より)

名古屋ショールーム

リアル&WEB
ハイブリッド型



BRIDGE REPORT



(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

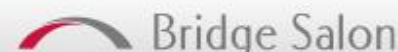
*単位: 百万円。

*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。22/1 期についてもその流れを踏襲し、1Q は大幅な増収増益となった。業績予想の修正はなかったが、当初から予想は保守的と見ており顕在化したといえるだろう。20.6%増収に対して販管費は 5.7%の増加にとどまっており、利益率の改善が顕著に現れている。それでも、1Q は一過性の要因により売上総利益率が低下した模様。欧州では大幅増収にもかかわらずセグメント損失にとどまるなど、海外の利益水準は低い。これらより、大幅増益とはいえ利益率の改善余地もまだ残されている。特に海外は新型コロナをきっかけとした拡大は緒に就いたばかり。今後に期待したい。株価は堅調に推移しているものの、保守的な会社予想に対して PER は低位。さらなる見直し余地がありそうだ。

BRIDGE REPORT



＜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	5 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:2021 年 5 月 20 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。

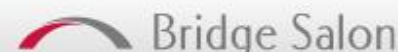
＜実施しない主な原則とその理由＞

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、5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) 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](#)