



高岡 伸夫 社長

株式会社 タカショー(7590)



会社情報

市場	プライム
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	
697円	17,537,536株	12,223百万円	8.9%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
23.00円	3.3%	41.63円	16.7倍	739.30円	0.9倍

*株価は12/2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22/1期実績、DPS、EPSは23/1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
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(実)	20,781	1,474	1,530	1,001	65.00	23.00
2023年1月(予)	20,880	810	1,320	730	41.63	23.00

*予想は会社予想。単位:百万円。

タカショーの2023年1月期第3四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. 2023 年 1 月期第 3 四半期決算](#)

[4. 2023 年 1 月期業績予想](#)

[5. 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

- 23/1 期 3Q 累計は前年同期比 0.5%減収、22.9%経常減益。ブランド価値向上を目的に、テレビコマーシャルと WEB プラットフォームを連動させた新しい DX 型販売促進並びに自社展示会の開催 AR・VR・MR などを利用した最先端の技術を活かして、販売促進活動を図ってきた。海外事業は、取引先の店舗における在庫調整や、米国では、外出自主規制の緩和によるホームセンター・ガーデンセンターにおける集客の低迷があった。欧州では、エネルギー価格および生活必需品等の物価高騰による買い控えが大きく影響した。利益面では、売上総利益率が低下、先行投資型の費用が増加し、販管費が前年を上回り 55.7%営業減益にとどまった。営業外では円安の進行で為替差益が増加、経常減益率は抑制された。
- 23/1 期通期予想は前期比 0.5%増収、13.8%経常減益。海外の低迷を主因に期初予想からは減額修正となった。今後の展開においては、プロユース事業では、ランドスケープへの営業・提案力の強化を図り、販路を拡大させる考え。ホームユース事業では、e-コマース分野の更なる販売強化と自社工場生産による新商品の開発促進およびグローバル商品の共通販売を推進していく。海外事業においても、米国での大手ホームセンターとの新規取引の推進や欧州では今まで営業展開できていなかった地域への販売強化を図る。また、e-コマースでの販売拡大を図るため、販売アイテムの新規投入と新商品開発を推進し販売強化を図る。配当は修正なく、前期と同じ 23.0 円/株の期末配当を見込む。
- 海外事業が苦戦し、通期業績予想の下方修正となった。ただし、足元のエネルギー価格は下落、物価上昇率の拡大も落ち着き、物流の停滞も収まりつつあり、最悪期は脱したと思われる。今後、国内では売上の 6 割を占めるプロユース部門が安定成長を持続させており、引き続き業績の屋台骨となるだろう。海外は、米国では大手ホームセンターとの新規取引を推進するとともに、プロユース事業も展開する。欧州では営業展開する地域の拡大が期待できる。やはり成長の主軸は海外にありそうだ。ただし、ロシア・ウクライナ情勢の継続などを考慮しても、短期的な急回復は見込みにくい状況。来期は静かなスタートとなりそうだ。まずは、中国や景気が比較的好調なインドの回復が期待できる。

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。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た。2022 年 4 月 4 日からの東証新市場区分により、現在は東証プライム。

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 2022年4月より東証プライム
資本金	30億4,362万円
従業員数	822名(連結)
グループ	国内6社、海外13社

企業理念

私たちタカショーグループ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グローバルな
 オンリーワングループを目指します。

1. ガーデンを中心とした豊かで安らぎのある庭生活文化を創造します。
2. さまざまな提案を通じ、お客様の期待以上の満足を追求します。
3. たゆまぬ研究開発により質の高い商品とサービスを追求します。
4. すべての命を尊重し自然との共生をテーマに地球環境を守ります。
5. 人が成長することにより会社が成長する人材型企業としての職場を実現します。
6. 企業の社会的責任を自覚し、法令及び公正な商習慣に則り、透明な企業活動を推進します。

— 自然にこだわる —

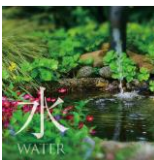
5つのこだわりで、庭空間をトータルプロデュース。



風。それは木々や草花を揺らし、季節を運び、自然と人を包みます。



光。それは世界を彩り、夢を織りなし、人と自然を照らします。



水。それは生命を吹き込み、季節を充たし、人と自然を潤します。

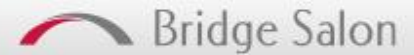


緑。それは大地に根ざし、大地を被い、人と自然を癒します。



心。五つのこだわりで真心込めて、心がなごむ庭づくり。

BRIDGE REPORT



事業セグメント

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。国内コントラクト分野や、現在急速に伸ばしている海外市場は 14 兆円と非常に大規模であり、ポテンシャルは大きい。

プロユース

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

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

国内市場規模

14 兆円

7,000 億円



CONTRACT



PRO



DIY

ホームユース

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

国内市場規模

7,000 億円

海外

プロユース、ホームユースの事業を海外展開

海外市場規模

14 兆円

(同社資料より)

グロース経営へ本格的に取り組む



タカショーグループ 成長へのスタートアップ バリュー経営からグロース経営へ

人が育ち、新しい組織で
いよいよ私たちの成長環境が整いました
ハイブリッド戦略経営への挑戦



PRIME^{TOKYO}
STANDARD^{TOKYO}
GROWTH^{TOKYO}

2022年よりグローバル企業向け
最上位株式市場であるプライム市場へ移行



JPX
PRIME
TOKYO
証券コード
7590

(同社資料より)

2. 事業展開

プロユースの特徴

ガーデンライフスタイルメーカーとして、庭空間をトータルで演出するアイテムを提案



洋風・和風

人工素材

天然素材

外構の演出

空間の演出

夜の演出

水の演出

(同社資料より)

『ファサードエクステリア』快適さや建物と調和した、デザイン性を持った住まいの顔



洋風・和風

人工素材

天然素材

外構の演出

空間の演出

夜の演出

水の演出

(同社資料より)

さまざまな非住宅・施設の空間に機能性とデザイン性を演出



- 洋風・和風
- 人工素材
- 天然素材
- 外構の演出
- 空間の演出
- 夜の演出
- 水の演出

(同社資料より)

ビジネス展開

2030年売上500億円に向けた、ライフスタイル&ハイブリッド経営の拡大

ものづくり工場



ソフト工場

【国内工場】

生産設備購入、生産システム導入



← デジテック工場増設
生産設備購入

投資総額
19億円

【海外工場】

工場建設、ストックヤード建設



← デジテックチャイナ工場増設
↓ 九江工場ストックヤード新設



(同社資料より)

4D空間デザインやXRシミュレーション事業を担う子会社『株式会社GLD-LAB.』を2022年7月27日に設立



株式会社GLD-LAB.



フィリピンGLD-LAB.

4Kパース動画制作



ARシミュレーションアプリ開発



DX(デジタルトランスフォーメーション)の展開

01 リモートVR ホーム&ガーデンシミュレーション NEW

お客様と預けていても、VRデバイスWebブラウザから没入感の高い住宅・外観提案を実現!

02 住宅パース動画/VR制作サービス

リアルな住宅パース動画/VRを制作! 建築前から訴求力の高い住宅提案が可能!

※優待チラシ/パンフレットでの訴求力UPに!

03 メタバガーデン for MRグラス

MRグラスと5G対応端末を使って、没入感の高い提案に!

※リアルな提案もデジタル体験!

04 メタバガーデン有償登録サービス NEW

メタバガーデンに動画撮影設備! 自分だけのオリジナルプランが登録可能!

Our brand-new products Garden & exterior innovation.

Takasho DX

タカショーのデジタルトランスフォーメーション

05 GLD-LAB.デザインネットワーク NEW

住まいに付加価値を高めるご提案を可能に! 外構提案をサポートする会員サービスが新登場!

外構プラン検査サイト「モトサポ」が利用可能!

庭・外構の作成サポート

動画/VRの制作サービス

※様々な会員別価格でお届け!

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



ホームユースの特徴

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 約30,000坪



(同社資料より)

ホームユースの取り組み

趣味趣向に合わせたライフスタイルを提案

DIYエクステリア

WOOD. 美しく強い
アルミと樹脂シートだから
サビに強く、色褪せにくい
ホース巻きにくい

WOODY ずっとキレイに
高耐候性プラスチックだから
腐びない、黄ばまない
色褪せにくい

ベジタブル・フラワーガーデン

Veg Trug (ベジトラグ)

NEW Vegbag (ベジバッグ)

ベジトラグ ポビー go
レイズドベッドプランター ハーブタイプ
ベジトラグ ウォールハガー コンパクトスリム
ウッドバレルプランター

リビングガーデン/シーゾナブルガーデン

庭-KAGU (Living Garden)
NEW コンフォートファニチャー
コンタクト 豪華の品質
マリーウッドファニチャー

ポーチ&オーニング
クールサマーオーニング
ルーフィングポーチ

Coolaroo
クールシェード
バルコニーシェード 風よけシェード

家の裏が涼々で毎日好きになり
LEDUS (LEDUS)
NEW
水のひかり 風のひかり 雲のひかり

累計販売台数 **10万台** 突破

(同社資料より)

ヨーロッパへの今後の展開

未開拓地域への進出

- ヨーロッパ全土...Amazon EU/Wayfair EU など、ネット販売を使いドイツ倉庫からドロップシップでヨーロッパ全土に展開。
- ドイツ...EU 支店と連携、ガーデンセンターを中心に店舗導入の商談の開始。
- フランス...Manomano 社(ネット販売)へアプローチを開始。
- デンマーク...Danks 社(小売グループ)へコンタクト中。
- オランダ・ベルギー・フランス...販売代理店の開拓。

BRIDGE REPORT



商品戦略

現状: 家庭菜園を楽しめるプランターを中心とした商品構成



ベジトラグ



温室 (木)



ハーブプランター



バレルプランター



底面給水



プラントスタンド

(同社資料より)

今後の展開: 庭全体で楽しめる商品構成へ



(同社資料より)



● プランター



● 温室



● スチール



● パーゴラ



● ファニチャー

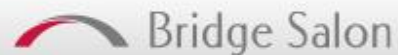


● ライト・ファウンテン



● 新商品

BRIDGE REPORT



プロユース商品のアメリカ市場への展開

オーストラリアの成功事例を
アメリカ市場に水平展開



オーストラリア納入現場



カリフォルニア州ロサンゼルス
個人邸 現場 工事中



フロリダ州マイアミ
個人邸 現場 工事中



カリフォルニア州サンディエゴ
個人邸 現場 工事中

(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)

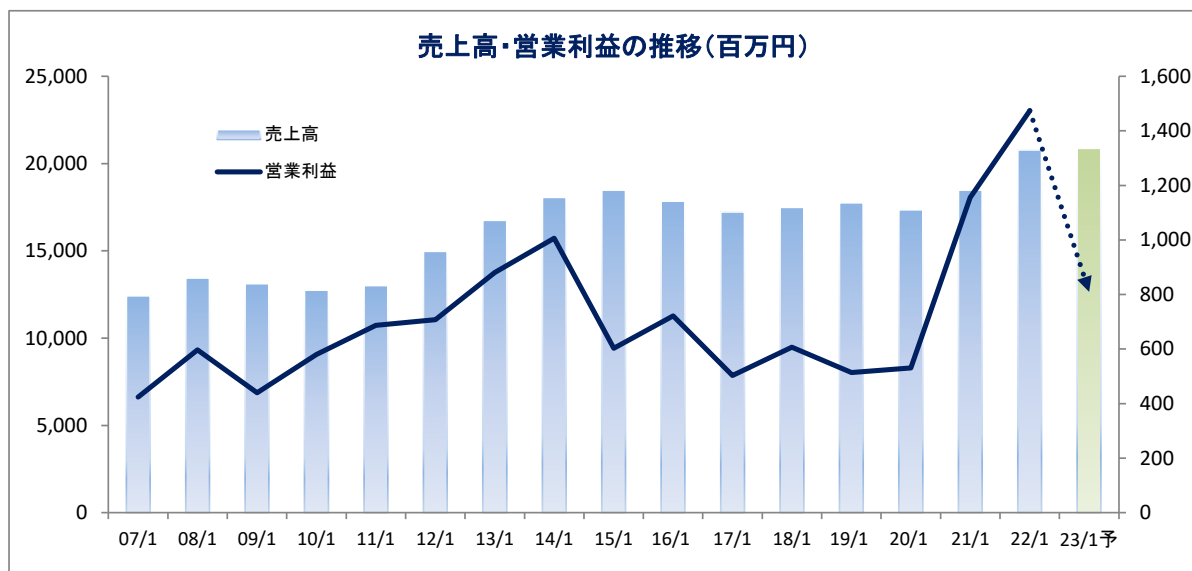
SDGsの取り組み

タカショーとJPホールディングスが協同で食農・食育プログラム『VegTrug® Kids(ベジトラグキッズ)』を開始



(同社資料より)

保育園をはじめ、学童クラブや児童館の運営を手掛ける子育て支援事業の最大手である株式会社 JP ホールディングスと協同で、子どもたちが「野菜を育てる楽しさ」と「野菜のおいしさ」を学べる食農・食育プログラム『VegTrug®Kids(ベジトラグキッズ)』を21年10月より開始した。まずは、JP ホールディングスの日本保育サービス・アメニティライフが運営する「アスク」「GENKIDS」保育園173園で導入し、順次導入園を増やしていく予定。



3. 2023年1月期第3四半期決算

(1) 連結業績

	22/1 期 3Q 累計	構成比	23/1 期 3Q 累計	構成比	前年同期比
売上高	15,965	100.0%	15,884	100.0%	-0.5%
売上総利益	7,232	45.3%	6,865	43.2%	-5.1%
販管費	5,833	36.5%	6,245	39.3%	+7.1%
営業利益	1,399	8.8%	619	3.9%	-55.7%
経常利益	1,476	9.2%	1,138	7.2%	-22.9%
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,012	6.3%	629	4.0%	-37.8%

*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0.5%の減収、22.9%の経常増益

売上高は前年同期比0.5%減の158億84百万円。

ブランド価値向上を目的に、テレビコマーシャルとWEBプラットフォームを連動させた新しいDX型販売促進並びに自社展示会TGEF2022(タカショーガーデン&エクステリアフェア 2022)の開催、AR・VR・MRなどを利用したXR・メタバースといった最先端の技術を活かして、住宅事業者やリフォーム事業者を対象とした外構提案をサポートする「GLD-LAB デザインネットワークサービス」など販売促進活動を図ってきた。また、海外事業においては、取引先の店舗における在庫過多による在庫調整や、米国では、外出自主規制の緩和によるホームセンター・ガーデンセンターにおける集客の低迷があった。欧州では、エネルギー価格および生活必需品等の物価高騰による買い控えが大きく影響した。

経常利益は同22.9%減の11億38百万円。

利益面では、売上高が微減に留まるなか、主に海外子会社の仕入原価の高騰から、安価な船会社への切り替えや取引先の物流網を活用するなどのコンテナ費用低減に努めた。しかし、売上総利益率が前年同期45.3%から43.2%へ低下した。展示会の開催を主とした販売促進活動の活発化による広告宣伝費や販売促進費、また、売上拡大に向けた設備投資費用、人材確保など、先行投資型の費用が増加し、販管費が前年を上回ったことから営業利益は前年同期比55.7%減の6億19百万円となった。営業外収支においては、円安の進行により、為替差益が増加したことにより、経常減益率は抑制された。

BRIDGE REPORT

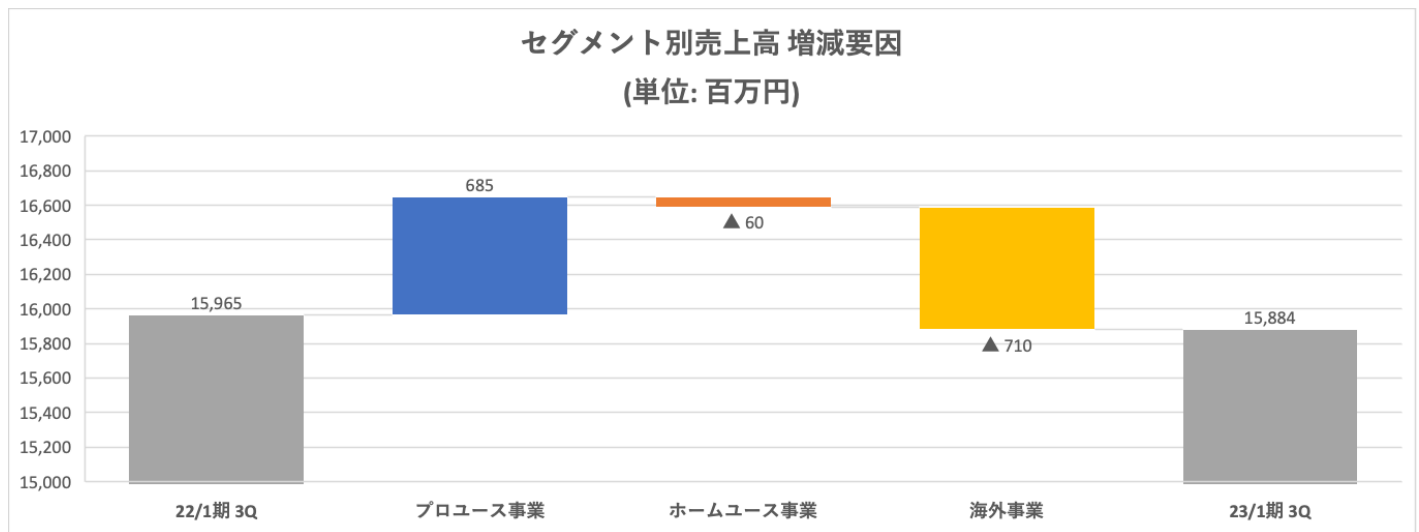


事業別販売状況

	22/1期 3Q 累計	構成比	23/1期 3Q 累計	構成比	前年同期比
プロユース事業	9,191	57.5%	9,859	62.1%	+7.3%
ホームユース事業	4,750	29.6%	4,673	29.4%	-1.6%
海外事業	2,011	12.8%	1,334	8.4%	-33.7%
連結売上高	15,965	100.0%	15,884	100.0%	-0.5%

*単位:百万円。

*上記三事業以外の販売が少額あるため、各事業の合計額は売上高と一致しない。



*開示資料を基に株式会社インベストメントブリッジが作成。

プロユース事業

売上高は前年同期比 7.3%増の 98 億 59 百万円。別注対応を可能とする国内自社工場生産と豊富なカラー展開により「ファザードエクステリア&リビングガーデン」における様々な趣味趣向に沿った庭暮らしをライフスタイルで一括提案し、WEB ショールームや VR パークなどの DX による提案と、実際に商品を体験できる全国各地にあるガーデン&エクステリアの自社ショールームでクロージングするビジネスモデルの推進を図った。さらに、「5th ROOM」(五番目の部屋)のコンセプトに基づく基軸商品である「ホームヤードルーフ」などリビングガーデン関連商品が、テレビコマースと WEB プラットフォームを連動させた新しい DX 型販売促進により、取引先からのブランド指定による受注が増加した。また、夜の庭を演出する屋外照明「ローボルトライト」関連商品の売上も伸長した。

また、タカショーデジテックが景観建材グループとの連携により、非住宅分野での取組みが進み引き続き成長しており、売上高は前年同期比 24.8%増となった。

ホームユース事業

売上高は前年同期比 1.6%減の 46 億 73 百万円。新型コロナウイルス感染症の影響により需要が減少するなか、e-コマース分野で 20%増と伸張した。しかし、秋の需要期において例年よりも多く台風が発生するなど天候不順の影響もありガーデニング関連商品の販売が低下した。

海外事業

売上高は前年同期比 33.7%減の 13 億 34 百万円。海上運賃が落ち着いてきた。しかし、米国では外出自主規制の緩和により海外旅行やアウトドアへの関心が高まり一時的にホームセンター・ガーデンセンターにおける集客が低迷した。欧州では、エネルギー価格および生活必需品等の物価高騰による買い控えの影響を受け、店舗の在庫過多による在庫調整から取引先との納期調整が発生し、急激な消費減少となった。

BRIDGE REPORT

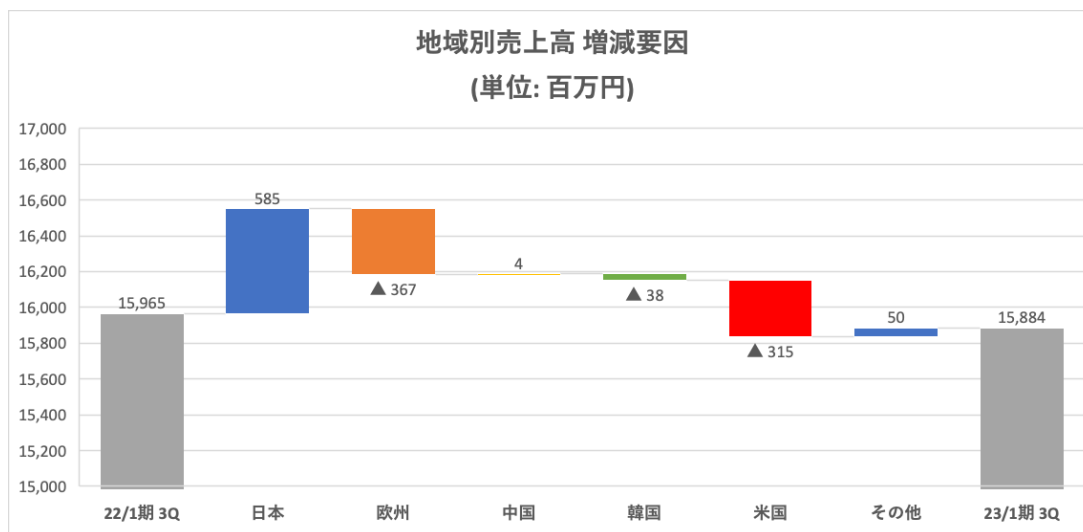


報告セグメント別売上高・利益

	22/1期 3Q 累計	構成比	23/1期 3Q 累計	構成比	前年同期比
日本	12,899	80.8%	13,484	84.9%	+4.5%
欧州	824	5.2%	457	2.9%	-44.5%
中国	1,125	7.0%	1,129	7.1%	+0.4%
韓国	179	1.1%	141	0.9%	-21.4%
米国	745	4.7%	430	2.7%	-42.2%
その他	190	1.2%	240	1.5%	+26.0%
連結売上高	15,965	100.0%	15,884	100.0%	-0.5%
日本	911	64.5%	704	118.9%	-22.7%
欧州	-68	-	-195	-	-
中国	431	30.5%	317	53.6%	-26.4%
韓国	14	1.0%	-9	-	-
米国	135	9.6%	-209	-	-
その他	-10	-	-15	-	-
連結調整	-13	-	27	-	-
連結営業利益	1,399	100.0%	619	100.0%	-55.7%

*単位:百万円

*営業利益の構成比は連結調整前ベース



*開示資料を基に株式会社インベストメントブリッジが作成。

日本

売上高は前年同期比 4.5%増の 134 億 84 百万円、セグメント利益は同 22.7%減の 7 億 4 百万円。TVCM と WEB プラットフォームを連動させた新しい DX 販売施策促進により、得意先からのブランド指定による受注が増加したことや「ローボルトライト」関連商品の売上が増加した。利益面では、販路拡大に向けた人材確保やリアル展示会の増加等、先行投資型の販促費用の増加等により減益となった。

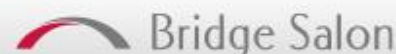
欧州

売上高は前年同期比 44.5%減の 4 億 57 百万円、セグメント損失 1 億 95 百万円(前年同期は 68 百万円の損失)。ロシアウクライナ紛争によるエネルギー料金の高騰や生活必需品の高騰など物価高騰により買い控えが継続している。

中国

売上高は前年同期比 0.4%増の 11 億 29 百万円、セグメント利益は同 26.4%減の 3 億 17 百万円。昨年はコロナ禍の影響で売

BRIDGE REPORT



上を大きく伸ばしたものの、今年は反動もあり微増収。利益面では、原材料や海上運賃の高騰等の影響を受けた。

韓国

売上高は前年同期比 21.4%減の 1 億 41 百万円、セグメント損失 9 百万円(前年同期は 14 百万円の利益)。ガーデニング用品のネット販売は順調に推移したものの、新型コロナウイルス感染症の影響による商品の入荷遅延による機会損失により減収減益となった。

米国

売上高は前年同期比 42.2%減の 4 億 30 百万円、セグメント損失 2 億 9 百万円(前年同期は 1 億 35 百万円の利益)。外出自主規制の緩和に伴い一時的にユーザーが旅行やアウトドアといったレジャーへの消費に動いたことから減収減益となった。

その他

売上高は前年同期比 26.0%増の 2 億 40 百万円、セグメント損失 15 百万円(前年同期は 10 百万円の損失)。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。

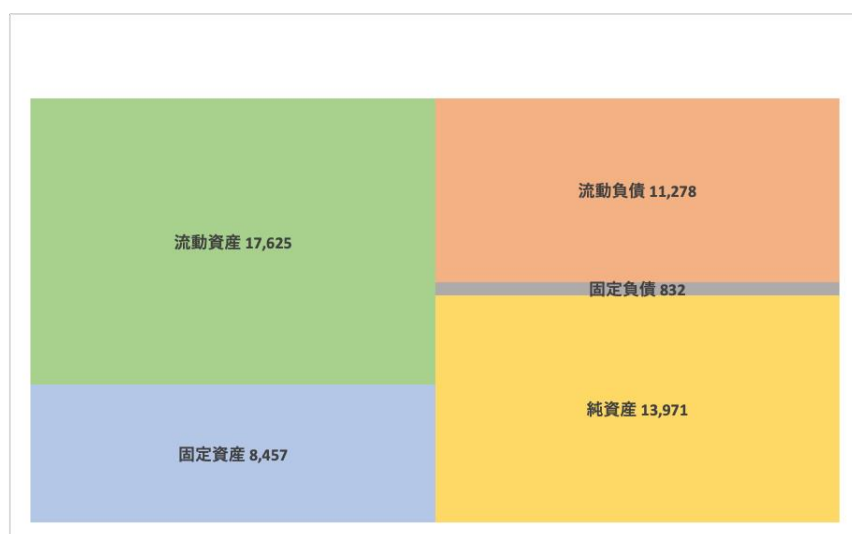
(2)財政状態

財政状態

	22年1月	22年10月		22年1月	22年10月
現預金	5,600	5,754	仕入債務	4,584	4,302
売上債権	3,683	4,042	短期有利子負債	3,774	5,193
たな卸資産	5,849	7,151	流動負債	9,974	11,278
流動資産	15,920	17,625	長期有利子負債	111	85
有形固定資産	5,799	6,338	固定負債	627	832
無形固定資産	496	531	純資産	13,064	13,971
投資その他	1,448	1,587	負債・純資産合計	23,665	26,082
固定資産	7,745	8,457	有利子負債合計	3,885	5,278

*単位:百万円

*有利子負債は借入金



*開示資料を基に株式会社インベストメントブリッジが作成。

3Q 末の総資産は前期末比(以下同)24 億 16 百万円増加し、260 億 82 百万円となった。

流動資産は 17 億 5 百万円増加し、176 億 25 百万円。住宅事業者やリフォーム事業者を対象とした外構提案をサポートする販売活動等により売上債権が増加したことや、世界的な原材料・エネルギー高騰の影響を受け、一部でガーデニング関連商品の買い控え等により需要が減少したことで棚卸資産が増加したことによるもの。固定資産は 7 億 11 百万円増加し 84 億 57 百

万円。有形固定資産が増加したことによるもの。

流動負債は13億3百万円増の112億78百万円。期初の運転資金の増加を短期借入金で賄ったことによるもの。固定負債は2億5百万円増の8億32百万円。長期借入金の減少とその他の固定負債が増加したことによるもの。純資産は9億7百万円増の139億71百万円。その他の包括利益累計額の増加などによるもの。

自己資本比率は53.1%(前期末54.8%)となった。

4. 2023年1月期業績予想

連結業績

	22/1期 実績	構成比	23/1期 予想	構成比	前期比	期初予想
売上高	20,781	100.0%	20,880	100.0%	+0.5%	23,204
営業利益	1,474	7.1%	810	3.9%	-45.1%	1,568
経常利益	1,530	7.4%	1,320	6.3%	-13.8%	1,639
親会社株主に帰属する当期純利益	1,001	4.8%	730	3.5%	-27.1%	1,184

*単位:百万円

23/1期は前期比0.5%の増収、同13.8%の経常減益予想

23/1期通期予想は売上高が前期比0.5%増の208億80百万円、経常利益は同13.8%減の13億20百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同27.1%減の7億30百万円。上表の通り、期初予想からは減額修正となった。

新型コロナウイルスの影響から、新しい生活スタイル(庭での暮らし方)が生まれこの2年間で定着してきた。当初、同社としてはガーデニングおよびガーデンエクステリア商品の販売が継続的に伸長していくと見込むなかで、ブランド力の向上、生産設備・人材の強化も必要と考え先行投資型費用を計画していた。そのような中、今期に入り海上運賃が当初予想の1コンテナ5,000ドルから最大20,000ドルへの増加、原材料においてもアルミの高騰や、急激な円安の影響から当初予想から大幅に増加した。また、海外市場ではロシアウクライナ戦争の影響から欧州においてはエネルギー価格および生活必需品等の物価高騰から買い控えなどの影響を受けた。3Q累計期間において、プロユース事業が自社展示会TGEF2022(タカショーガーデン&エクステリアフェア2022)の開催やブランド価値向上を目的に、テレビコマースとWEBプラットフォームを連動させた新しいDX型販売促進活動を積極的に行ってきたことから売上高はほぼ当初予想どおり推移した。しかし、海外事業においては、米国では外出自主規制の緩和により海外旅行やアウトドアへの関心が高まり一時的にホームセンター・ガーデンセンターにおける集客が低迷した。欧州においては、ロシアウクライナ戦争の影響からエネルギー価格および生活必需品等の物価高騰から買い控えなどが影響し、店舗の在庫過多による在庫調整から取引先との納期調整が発生しことから売上高は当初予想比で大きく減少した。利益面では、売上高が減少するなか、仕入原価の高騰や、売上拡大に向けた展示会等の販売促進費、設備投資費用や人材確保などの先行投資費用がほぼ当初予想どおり推移したことから、営業利益は当初予想比56.2%減にとどまった。経常利益においては、外貨建て取引における為替差益が4億63百万円計上されたこともあり、当初予想比21.4%減、親会社株主に帰属する四半期純利益は繰越欠損金の解消に伴い税負担率が上がったこともあり、当初予想比39.9%減となった。3Qの結果を踏まえ、4Qにおいても、市場環境は大きく変わらず推移すると考えられることから、3Q累計の売上高および利益の落ち込みを解消するまでの回復が難しいと考えられることから修正した。

今後の展開においては、プロユース事業では、リアルとネットのハイブリッド化を更に進め、AR・MRなどのDX型販売促進を推進し、ブランド力の向上と営業活動の強化を図る。また、ランドスケープへの営業・提案力の強化を図り、販路を拡大させる考え。ホームユース事業においては、伸長しているeコマース分野の更なる販売強化と自社工場生産による新商品の開発促進およびグローバル商品の共通販売を推進していく。また、海外事業においても、米国での大手ホームセンターとの新規取引の推進や欧州では今まで営業展開できていなかった地域(フランス、イタリア等)への販売強化を図る。また、自社WEBサイト“VEGTRUG.COM”を中心にeコマースでの販売拡大を図るため、販売アイテムの新規投入と新商品開発を推進し、庭全体で楽しめる商品構成を提案することで販売強化を図る。また、市場創造推進担当の執行役員を任命し、売上を伸ばすにおいて、既存業界へのアプローチだけでなく、未開拓の業界・分野への新規開拓を進めていく。

世界中で健康(ガーデンセラピー)や文化(情緒、アート)、環境(緑や自然)の再認識といった、with&afterコロナ時代における住まい方の変化、つまり、ガーデニングのあるライフスタイルが人々に浸透・定着し、安定的な需要が期待できる。また、海外におけるプロユース事業展開として、オーストラリア市場での成功事例をアメリカ市場にも展開するなど(現在数件が進行中)、今後も引き続き海外ビジネス拡大に邁進する。

配当については修正なく、前期と同じ23.0円/株の期末配当を見込んでいる。

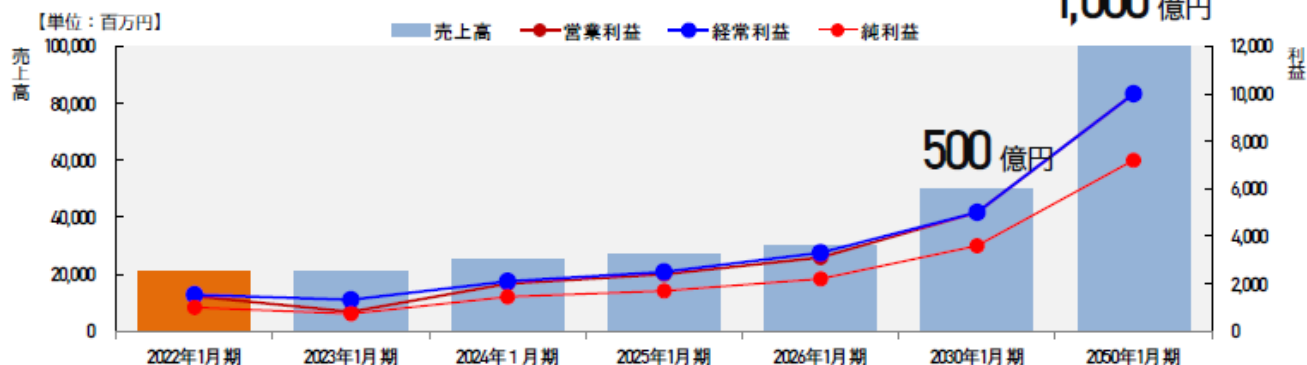
5. 中長期計画

現在進行中の中長期計画では26/1期に売上高300億円、経常利益31億5000万円を目指している。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伸び、営業・経常利益率は10%を見込んでいる。

03 MEDIUM-TERM MANAGEMENT PLAN



2023年1月期計画・中長期計画



単位：百万円	2022年 1月期実績	2023年 1月期計画	2024年 1月期計画	2025年 1月期計画	2026年 1月期計画	2030年 1月期計画	2050年 1月期計画
売上高	20,781	20,880	25,000	27,000	30,000	50,000	100,000
営業利益	1,474	810	2,000	2,400	3,100	5,000	10,000
経常利益	1,530	1,320	2,100	2,500	3,150	5,000	10,000
当期純利益	1,001	730	1,450	1,700	2,200	3,600	7,200

※2023年1月期計画を修正いたしました。この修正に伴い2024年1月期以降の計画は現在見直しを図っております。

(同社資料より)

6. 今後の注目点

海外事業がエネルギー価格高騰、物価高騰、物流の停滞、欧州では消費低迷も加わって苦戦しており、通期業績予想の下方修正となった。円安メリットを享受し、経常利益については減益幅を抑えることができた。足元のエネルギー価格は下落、物価上昇率の拡大も落ち着き、物流の停滞も収まりつつある。米国における一時的なホームセンター・ガーデンセンターにおける集客の一時的な低迷を含め、最悪期は脱したと思われる。上期決算発表時には、「成長へのスタートアップ・バリュー経営からグロース経営へ」と打ち出している。今後、国内では売上の6割を占めるプロユース部門が安定成長を継続させており、引き続き業績の屋台骨となるだろう。海外は、米国では大手ホームセンターとの新規取引を推進するとともに、プロユース事業も展開する。欧州では営業展開する地域の拡大が期待できる。やはり成長の主軸は海外にありそうだ。ただし、ロシア・ウクライナ情勢の継続などを考慮しても、短期的な急回復は見込みにくい状況。来期は静かなスタートとなりそうだ。まずは、中国や景気が比較的好調なインドの回復が期待できる。通期業績の下方修正はあったものの、株価は底堅く推移している。同社はグロース経営のスタートラインに立ったばかり、海外での成長余力や中長期計画における利益水準を考慮すると、見直し余地は大きいといえそうだ。

<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	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:2022年7月26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。

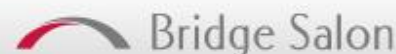
<実施しない主な原則とその理由>

原則	実施しない理由
【補充原則1-2-4】	当社では、2022年4月開催予定の定時株主総会から議決権電子行使プラットフォームを利用する予定としております。また招集通知の英訳につきましては、海外投資家の比率の推移および株主の皆様の要望等を踏まえ検討を進めていくこととしております。
【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3-1-3】 【補充原則4-2-2】	当社は、サステナビリティについての取組みを積極的に行っており、取組み内容をHPにて開示しております。しかしながら、中長期的な企業価値向上のための基本的な方針の策定には至っており、策定に向けて今後検討してまいります。また、人的資本・知的財産への投資等の重要性等の観点から踏まえた実効的な監督の方法・体制づくりについては、人的資本・知的財産に関する経営戦略との整合性を意識した開示とあわせ、今後検討してまいります。
【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</p> <p>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。</p> <p>保有の意義が必ずしも十分でない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</p> <p>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</p>

BRIDGE REPORT

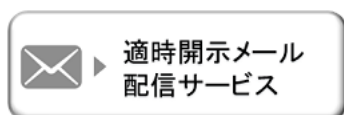


	適うか否かを基準に、投資先企業の株主総会議案の内容を精査し、議決権を行使することとしております。
【原則2-6 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮】	当社は確定給付企業年金制度を採用しており、企業年金の管理・運用に関してスチュワードシップ活動の受け入れを表明している資産管理運用機関と契約を締結しています。総務人事部門内に担当者を配置し、運用の健全性について委託している運用機関から定期的に報告を受け、関連部門において適宜モニタリングを行っております。
【原則4-8 独立取締役の有効な活用】	当社では、社外取締役を2名選任し、その2名が独立社外取締役という構成となっており、取締役会において独立、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】	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、業界の見識、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、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、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。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても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、当社に帰属します。なお、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。

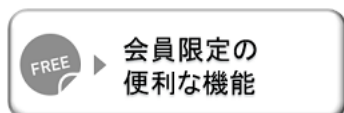
Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

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。



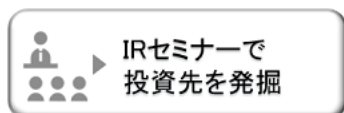
同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

>> [ご登録はこちらから](#)



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](#)



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](#)