



高岡 伸夫 社長

株式会社 タカショー(7590)



## 会社情報

市場	東証スタンダード
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	<a href="https://takasho.co.jp/">https://takasho.co.jp/</a>

## 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	
503 円	16,854,456 株	8,478 百万円	4.0%	100 株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
5.00 円	1.0%	-	-	756.72 円	0.7 倍

\*株価は 12/20 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 23/1 期実績、EPS は 24/1 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	DPS
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(実)	20,351	880	982	518	29.60	23.00
2024 年 1 月(予)	19,250	-150	250	-170	-	5.00

\*予想は会社予想。単位:百万円。

タカショーの 2024 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. 2024年1月期第3四半期決算](#)

#### [4. 2024年1月期業績予想](#)

#### [5. 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

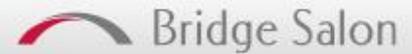
- 24/1期 3Q 累計は前年同期比 4.5%減収、65.8%経常減益。ブランド価値を高め将来の成長を促進するために、様々な重要施策を実施してきた。海外事業は、米国ではホームセンターおよびガーデンセンターの来店客数は戻りつつあるものの、取引先の店舗における在庫過多による在庫調整が継続した。欧州では、エネルギー価格および生活必需品等の物価高騰による買い控えが継続している。利益面では円安に進んだ影響から仕入原価が上昇、海上運賃高騰の影響も受けた。販管費では、変動経費は減少したものの売上拡大に向けた展示会等の開催、DX型販売促進活動、設備投資や人材確保などの取り組みを継続したこともあり減益となった。
- 24/1期は前期比 5.4%減収、74.5%経常減益を見込む。売上、各利益とも期初の予想から減額修正となった。3Q 累計においてプロユース事業は概ね期初の想定並みだった。しかし、ホームユース事業と海外市場では当初の予想を大きく下回った。欧州ではエネルギー価格及び生活必需品等の物価高騰による一時的な買い控えが継続している影響を受けた。ホームユース事業および海外事業においては、各ホームセンターおよびガーデンセンターの店舗における在庫過多による納期調整が続いている。4Q においても市場環境は継続して厳しい状況で推移すると見込まれることから修正となった。配当についても減額修正。前回予想から 11.0 円/株減額し 5.0 円/株の期末配当を見込んでいる。
- 特に海外において在庫調整が長引いていることを主因に 3Q 累計決算は減収、大幅減益となり、通期予想は減額修正となった。国内外でホームセンターにおける店頭在庫の整理は徐々に進んでいる。春の繁忙期とも重なる来期前半までには在庫整理を進めていきたいところ。一方、国内ではタカショーデジテックが引き続き着実に成長している。今後さらに売上構成比が高まることにより収益貢献が増すだろう。海外事業ではベジトラグによる Amazon 等を通じたネット販売の拡大にも期待したい。尚、同社はこのところ株主還元により積極的になっている。業績が落ち着きを取り戻せば来期は大幅な増配も期待できる。また、現在進行している中期計画では 27/1 期に経常利益 24 億 10 百万円を目指しており、EPS は 87 円程度となる。足元の業績低迷を受けてここ半年株価は軟調に推移している。しかし、来期の回復や長期的な視点では PBR1 倍を大きく割り込む現状の株価水準は、見直し余地があると見ている。

## 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、東証プライムに上場した。2023 年 10 月 20 日よりスタンダード市場に移行。

## 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 2022年4月より東証プライム 2023年10月より東証スタンダード
資本金	30億4,362万円
従業員数	1,169名(グループ全体)
グループ	国内7社、海外13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。

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、心安らく空  
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。

## 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

(同社資料より)

## ビジネスセグメント

ビジネスセグメントは、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。

## GARDEN LIFE STYLE MAKER

## BUSINESS SEGMENT

ビジネスセグメント

グループで一貫。トータルに  
ガーデンスタイルを提案。

## 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

## 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

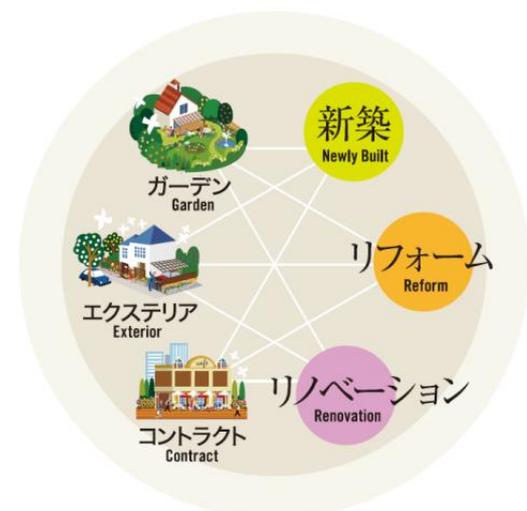
ホームセンター、専門店向け提案

## 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



(同社資料より)

## 事業セグメントは以下の通り

## プロユース

## コントラクト分野

ホテル、旅館、飲食店等の非住宅

## 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

## ホームユース

## ホームセンター&amp;業務市場分野

ホームセンター、専門店、業務関連

## eコマース&amp;webセールス分野

Webサイトからのネット販売

## 海外

プロユース、ホームユースの事業を海外展開



CONTRACT



PRO



DIY

(同社資料より)

## ターゲット市場

一般住宅においては、総住宅戸数(6,209 万戸)の1%×庭(30万円)＝約1,800億円の市場を同社では想定し、庭のパッケージを提案していく考え。また国内コントラクト分野や、海外市場は非常に大規模であり、ポテンシャルは大きい。

## プロユース

## ■ガーデンエクステリア

- ・新築住宅(約85万戸)
- ・リフォーム(総住宅約6200万戸)



5th ROOM EXTERIOR

## ■コントラクト

ホテル、施設、PF1、デジタル田園都市構想



## ■タカショーデジテック

LED照明、サイン、イルミネーション



## ホームユース

## ■ホームセンター、eコマース

ライフスタイル型商品の展開



EXTERIOR GARDEN

## 海外

## ■ホームユース、プロユース

実店舗、eコマース、販売エリアの拡大



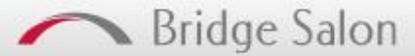
(同社資料より)

## 強みと特長

1. 健康・文化・環境型を背景とした、グローバル企業
2. 街づくりから DIY まで、ガーデン&エクステリアのトータルライフスタイルメーカー
3. 自社工場によるモノづくりと Web・DX 空間のソフト工場のハイブリッド企業
4. 現場ニーズに対し、空間をカスタマイズでトータルに提供
5. タカショーは、グローバル企業として、庭文化と住まい方で貢献



# BRIDGE REPORT



## ➤ コントラクト分野

### ■コントラクト

1. ホテル、施設、商業施設、医療介護施設にガーデン&エクステリアで空間を提供
2. コントラクト市場のリフォームやリノベーション
3. PFI、デジタル田園都市構想、スマートヴィレッジなどへのガーデン分野での連携を強化

### 納品現場事例



(同社資料より)

## 「LINKED CITY」コンセプト協業開発商品



(同社資料より)



▲GXヴィレッジイメージ(昼)  
GXホーム(トレーラーハウス)  
デッキ  
パーゴラポーチ  
スパ・水回り  
庭家具他



▼GXヴィレッジイメージ(夜)  
ローボルトライト  
サイン  
イルミネーション  
ソーラー  
V2Hシステム  
GEMS

## プロユースの強み

リアルとデジタル空間のハイブリッド経営の拡大

ものづくり工場  
ガーデンクリエイト(株)

【ガーデンクリエイト鹿沼、徳島、和歌山3工場】  
生産システム来期本格スタート(生産性向上)



←デジテック工場増設  
生産設備購入

【デジテック新工場2024年2月稼働】  
約3000坪(約5億円)LED照明、サイン



ソフト工場  
株 GLD-LAB.

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



(同社資料より)

展示会 TGEF2023

第20回 TAKASHO GARDEN & EXTERIOR FAIR 2023  
 タカショーガーデン&エクステリアフェア2023

TGEF 20th ANNIVERSARY

「家と庭の心地よい豊かな暮らし」  
 「人が集まる魅力溢れる街並み」

7/27、28

来場者数

REAL リアル 約2,700名  
 ONLINE オンライン 約2,000名

(同社資料より)

➤ ホームユース

■ホームセンター、eコマース

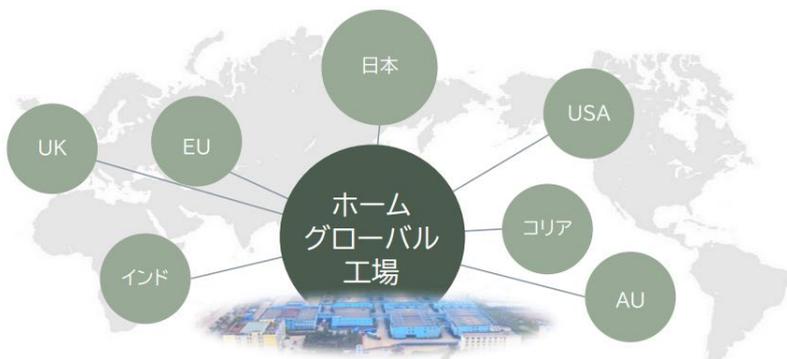
1. 流通ルートへのシーゾナブル提案  
 大手流通店舗、地域密着型流通店舗、業務店、ライフスタイル専門店、通販、Eコマース
2. リビングガーデンをブランド化  
 エンドユーザーへの周知を強化
3. 菜園ライフスタイルの展開により菜園プランターの拡販を指す

～ガーデンエクステリア空間を構成する商品をラインアップ～



(同社資料より)

ホームユースの強み



消費者へのアプローチ

45秒でわかる

商品紹介動画の掲載



(同社資料より)

共通商品

ローカル商品



# BRIDGE REPORT



## 海外事業

### ■海外市場への展開

1. amazon などのネット販売の販売エリア拡大
2. 実店舗への販売エリア拡大
3. プロユース市場のグローバル展開

販売エリアの拡大 ~amazon ヨーロッパ・アメリカへ販売開始~



(同社資料より)

## 商品戦略:プランター+ガーデン商品

今後の展開：庭全体で楽しめる商品構成へ



(同社資料より)

## プロユース商品の海外市場展開 ~アメリカ市場への拡販~



(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

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。また、3Rにおいては「reduce」を重視する姿勢を示している。

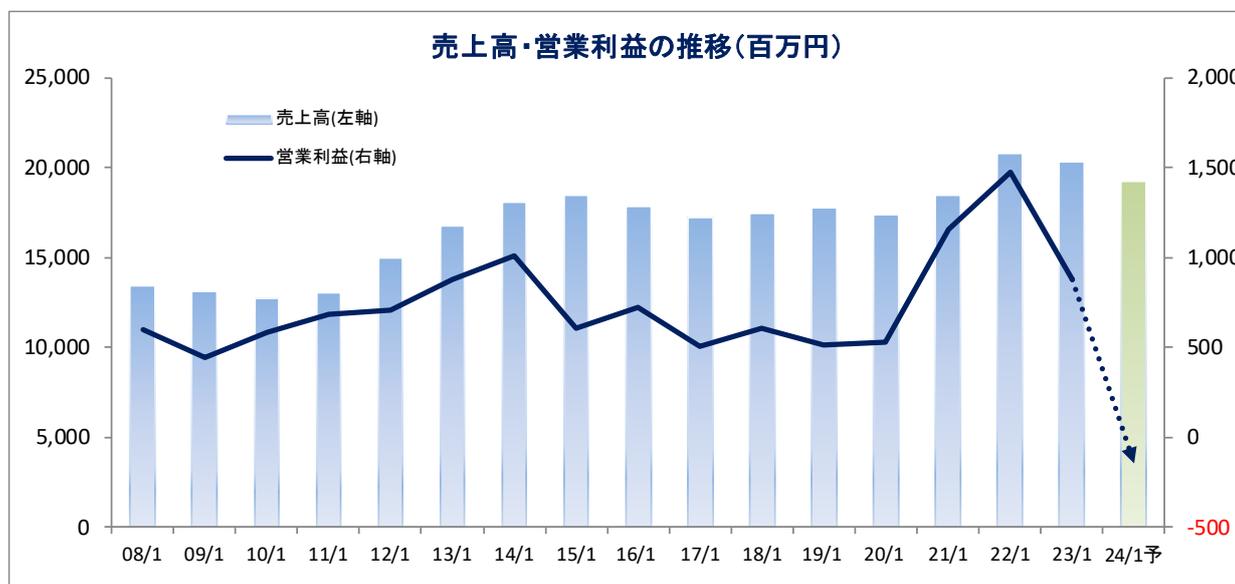


2016年4月 日本ガーデンセラピー協会を設立  
理事長 高岡 伸夫



(同社資料より)

売上高・営業利益の推移(百万円)



### 3. 2024年1月期第3四半期決算

#### (1)連結業績

	23/1期 3Q 累計	構成比	24/1期 3Q 累計	構成比	前年同期比
売上高	15,884	100.0%	15,162	100.0%	-4.5%
売上総利益	6,865	43.2%	6,467	42.7%	-5.8%
販管費	6,245	39.3%	6,455	42.6%	+3.4%
営業利益	619	3.9%	12	0.1%	-98.0%
経常利益	1,138	7.2%	389	2.6%	-65.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	629	4.0%	49	0.3%	-92.1%

\*単位:百万円。

\*数値には株式会社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%の減収、65.8%の経常減益

売上高は前年同期比 4.5%減の 151 億 62 百万円。

ブランド価値を高め将来の成長を促進するために、様々な重要施策を実施してきた。特に TVCM と WEB プラットフォームを連動させた新しい DX 型販売促進の展開を継続した。さらに、エンドユーザーとのタッチポイントを増やし、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た「バーチャル ホーム&ガーデン」の提供など販売促進活動を図ってきた。海外事業では、米国ではホームセンターおよびガーデンセンターの来店客数は戻りつつあるものの、取引先の店舗における在庫過多による在庫調整が継続した。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が継続している。

経常利益は同 65.8%減の 3 億 89 百万円。

利益面では、売上高が減少する中、為替相場が想定から 3%~11%程度円安に進んだ影響から仕入原価が上昇した。また、海外販売子会社において、海上運賃が高騰した時期に仕入を行った原価の高い在庫及び滞留在庫を販売可能価格まで引き下げ、98 百万円の在庫評価減を計上した。販管費では、変動経費は減少したものの、売上拡大に向けた展示会等の開催、DX 型販売促進活動、設備投資や人材確保などの取り組みを継続したこともあり、営業利益は前年同期比 98.0%減の 12 百万円にとどまった。営業外では円安が進んだことによる外貨建て取引における為替差益が 3 億 46 百万円計上された。税効果の影響から税負担率が上がったことから、親会社株主に帰属する四半期純利益は同 92.1%減の 49 百万円となった。

#### 事業別の状況

	23/1期 3Q 累計	構成比	24/1期 3Q 累計	構成比	前年同期比
プロユース事業	9,841	61.8%	9,990	65.9%	+1.8%
ホームユース事業	4,673	29.4%	3,838	25.3%	-17.9%
海外事業	1,383	8.7%	1,308	8.6%	-5.4%
合計	15,884	100.0%	15,162	100.0%	-4.5%

\*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。

\*前年実績の海外販売の商圏をプロユース事業から海外事業に移管・反映している。

#### プロユース事業

売上高は前年同期比 1.8%増の 99 億 90 百万円。

住宅着工数の減少など環境が厳しい中、自社展示会 TGEF2023(タカショーガーデン&エクステリアフェア 2023)の開催やブランド価値向上を目的に、TVCM と WEB プラットフォームを連動させた DX 型販売促進活動を積極的に行い取引先からのブランド指定による受注の増加や、夜の庭を演出する屋外照明「ローボルトライト」関連商品の売上が順調に伸長した。

子会社タカショーデジテックでは、LED サインおよびライティング/イルミネーションの事業を推進する中、独自の営業活動の強化や景観建材グループとの連携により、非住宅分野(公共施設や商業施設)での取り組みが引き続き成長しており、売上高は前

## BRIDGE REPORT



年同期比 16%増となった。また、タカショーデジテックは環境省が定める業界における環境先進企業の“エコ・ファースト制度”に業界で初めて認定され、サステナブルな取組みを強化している。

## タカショーデジテックが庭照明、イルミ、サイン 光の演出で伸長

ライティング事業/イルミネーション事業

3Q前期比  
120.6%

日本のホテル・旅館街・地域観光の照明  
(和倉温泉、山代温泉、野沢温泉、下呂温泉他)

ライティング市場規模約1兆円(内、屋外照明 約435億円)



サイン事業

3Q前期比  
105.3%

LEDサイン市場規模

屋外広告市場  
約3,200億円デジタルサイネージ市場  
約1,500億円

(同社資料より)

## ホームユース事業

売上高は前年同期比 17.9%減の 38 億 38 百万円。

新型コロナウイルス感染症の影響による反動減や、物価上昇、天候不順の影響を受け各量販店における来店客数も前年から大幅に減少した。また各量販店の在庫過多による在庫調整が継続する中、WEB 広告の強化や量販店向け販売価格の見直し等を図ったものの、減収となった。

## 海外事業

売上高は前年同期比 1.9%減の 13 億 8 百万円。米国ではホームセンターおよびガーデンセンターの来店客数は戻りつつあるものの、取引先の店舗における在庫過多による在庫調整が継続した。欧州では、エネルギー価格及び生活必需品等の物価高騰による買い控えが継続している。

## 報告セグメント別売上高・利益

	23/1 期	3Q 累計	構成比/利益率	24/1 期	3Q 累計	構成比/利益率	前年同期比
日本		13,484	84.9%		13,151	86.7%	-2.5%
欧州		457	2.9%		399	2.6%	-12.7%
中国		1,129	7.1%		811	5.3%	-28.2%
韓国		141	0.9%		199	1.3%	+41.1%
米国		430	2.7%		428	2.8%	-0.5%
その他		240	1.5%		172	1.1%	-28.3%
連結売上高		15,884	100.0%		15,162	100.0%	-4.5%
日本		704	5.2%		415	3.2%	-41.0%
欧州		-195	-		-290	-	-
中国		317	28.1%		119	14.7%	-62.4%
韓国		-9	-		-2	-	-
米国		-209	-		-161	-	-
その他		-15	-		-48	-	-
連結調整		27	-		-19	-	-
連結営業利益		619	3.9%		12	0.1%	-98.0%

## BRIDGE REPORT



\*単位:百万円。

\*営業利益の構成比は連結調整前ベース。

## 日本

売上高は前年同期比 2.5%減の 131 億 51 百万円、セグメント利益は同 41.0%減の 4 億 15 百万円。プロユース事業では、TVCM の効果もあり取引先からのブランド指定による受注や夜の庭を演出する屋外照明「ローボルトライト」関連での売上が伸長した。しかしホームユース事業では、新型コロナウイルス感染症の影響による反動減や物価上昇、天候不順の影響により各量販店における来店客数が前年から大幅に減少したことで在庫過多による在庫調整が継続したことから売上が減少した。利益面では、売上が減少する中、優秀な人材確保や行動制限緩和によるリアル展示会などの先行投資型の販促費用が増加したことから減益となった。

## 欧州

売上高は前年同期比 12.7%減の 3 億 99 百万円、セグメント損失 2 億 90 百万円(前年同期は 1 億 95 百万円の損失)。ロシア・ウクライナ紛争による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続く中、例年になく天候不順の影響も受けた。

## 中国

売上高は前年同期比 28.2%減の 8 億 11 百万円、セグメント利益は同 62.4%減の 1 億 19 百万円。日本向け OEM 売上高及び中国国内での販売が伸び悩んだことから減収。減収に伴い減益となった。

## 韓国

売上高は前年同期比 41.1%増の 1 億 99 百万円、セグメント損失 2 百万円(前年同期は 9 百万円の損失)。現地ホームセンターとの直送取引の増加や商圈移管を受けたことにより増収、損失は縮小した。

## 米国

売上高は前年同期比 0.5%減の 4 億 28 百万円、セグメント損失 1 億 61 百万円(前年同期は 2 億 9 百万円の損失)。ホームセンターおよびガーデンセンターの来店客数は戻りつつあるものの、取引先の店舗における在庫過多による在庫調整が継続し売上が鈍化する中、EC 分野での売上は増加した。利益面では、輸入諸掛費用や販管費が抑制されたことから損失は縮小した。

## その他

売上高は前年同期比 28.3%減の 1 億 72 百万円、セグメント損失 48 百万円(前年同期は 15 百万円の損失)。インド市場の売上が微増となったものの、オーストラリアで取引先の店舗における在庫過多による在庫調整に伴い減収、損失が拡大した。

## (2)財政状態

### 財政状態

	23年1月	23年10月		23年1月	23年10月
現預金	4,206	4,809	仕入債務	3,767	4,004
売上債権	3,328	3,579	短期有利子負債	3,951	5,305
たな卸資産	7,044	7,272	流動負債	9,386	10,947
流動資産	15,383	16,283	長期有利子負債	75	423
有形固定資産	6,246	6,525	固定負債	864	1,198
無形固定資産	511	579	純資産	13,389	12,933
投資その他資産	1,498	1,691	負債・純資産合計	23,640	25,079
固定資産	8,256	8,796	有利子負債合計	4,026	5,728

\*単位:百万円。

\*有利子負債は借入金。

3Q 期末の総資産は前期末比(以下同)14億39百万円増加し、250億79百万円となった。

流動資産は同8億99百万円増加し、162億83百万円となった。主な要因は、現預金が同6億2百万円増の48億9百万円、売上債権が同2億51百万円増の35億79百万円となったこと等によるもの。固定資産は同5億40百万円増加し、87億96百万円となった。主な要因は、建設仮勘定が同3億71百万円増の4億6百万円となったこと等によるもの。

流動負債は同15億61百万円増の109億47百万円となった。主な要因は、仕入債務が同2億36百万円増の40億4百万円、短期借入金が同12億53百万円増の51億69百万円となったこと等によるもの。固定負債は同3億34百万円増の11億98百万円となった。主な要因は長期借入金が同3億48百万円増の4億23百万円となったこと等によるもの。

純資産は同4億55百万円減の129億33百万円となった。主な要因は、自己株式が同4億84百万円増の4億96百万円、利益剰余金が同3億53百万円減の58億99百万円となり、その他の包括利益累計額が同3億72百万円増の12億63百万円となったこと等によるもの。

自己資本比率は51.1%(前期末56.2%)となった。

## 4. 2024年1月期業績予想

### 連結業績

	23/1期 実績	構成比	24/1期 予想	構成比	前期比	期初予想
売上高	20,351	100.0%	19,250	100.0%	-5.4%	22,700
売上総利益	9,006	44.3%	8,324	43.2%	-7.6%	9,823
販管費	8,125	39.9%	8,474	44.0%	+4.3%	8,807
営業利益	880	4.3%	-150	-	-	1,016
経常利益	982	4.8%	250	1.3%	-74.5%	1,048
親会社株主に帰属する当期純利益	518	2.6%	-170	-	-	651

\*単位:百万円。

### 減額修正、24/1期は前期比5.4%の減収、74.5%の経常減益予想

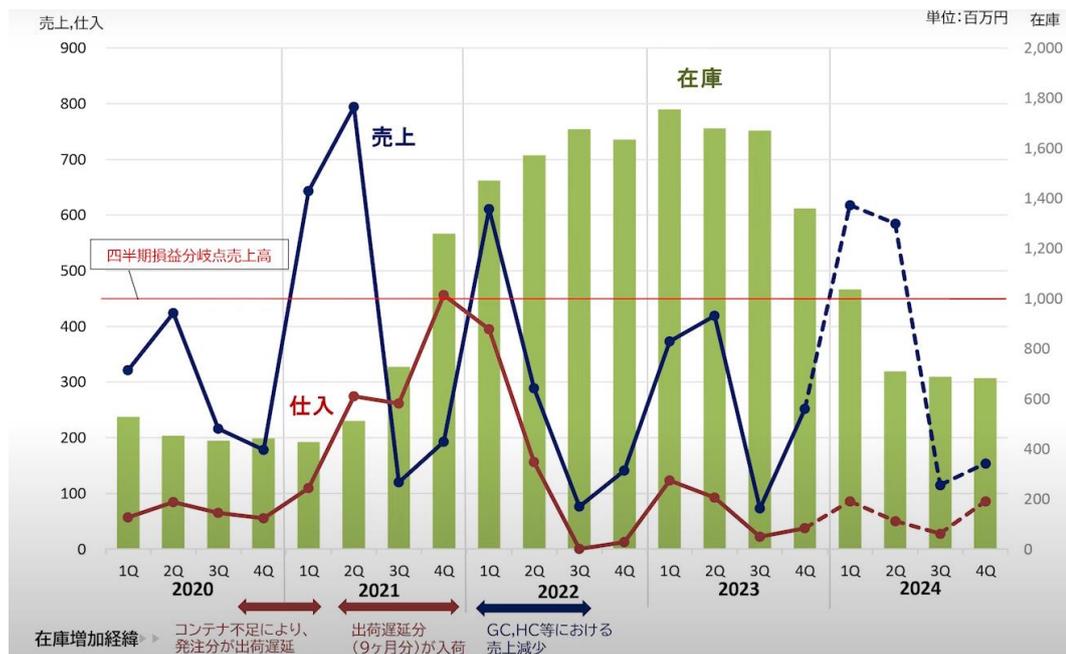
24/1期は売上高が前期比5.4%減の192億50百万円、営業損失1億50百万円(前期は8億80百万円の利益)、経常利益は2億50百万円、親会社株主に帰属する当期純損失1億70百万円(前期は5億18百万円の利益)を見込む。

売上、各利益とも期初の予想から減額修正となった。今期は新型コロナウイルス感染症の影響から、庭での暮らし方がこの2年間で定着し、ガーデンニング及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んでいた。このため、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を積極的に推進した。プロユース事業が自社展示会 TGEF2023の開催やブランド価値向上を目的に、TVCMとWEBプラットフォームを連動させた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当初予想比4.2%減。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行から行動制限が解除され、消費者行動が旅行やレジャー、外食などの外出関連の消費行動に移った。また、物価上昇に加え海外市場ではロシアによるウクライナ侵攻の影響が持続しており、欧州ではエネルギー価格及び生活必需品等の物価高騰による一時的な買い控えが継続している影響を受けた。ホームユース事業および海外事業においては、各ホームセンターおよびガーデンセンターの店舗における在庫過多による納期調整が続いており、ホームユース事業の売上高は当初予想比27.6%減、海外事業の売上高は同14.6%減となった。利益面では、売上高が減少する中、為替相場が想定より3~11%程度円安に進んだ影響から仕入原価が上昇した。また、海外販売子会社において海上運賃が高騰した時期に仕入を行った原価の高い在庫及び滞留在庫を販売可能価格まで引き下げたため、3Qには98百万円の在庫評価減を計上した。販管費では、売上拡大に向けた展示会等の開催、DX型販売促進活動、設備投資や人材確保などの取組みを継続する中、減収に伴い変動経費が減少して当初予想比3.8%減少した。これらにより3Q累計の営業利益は当初予想から8億34百万円減少した。営業外では円安により為替差益が3億46百万円計上されたことで経常利益は当初予想比54.7%減となった。親会社株式に帰属する四半期純利益は税効果の影響から税負担率が上がったことで当初予想から4億87百万円減少した。3Qまでの状況を踏まえ、4Qにおいても市場環境は継続して厳しい状況で推移すると見込まれる。こうした中、海外販売子会社においては会計上の手続きとして約1億10百万円程度の固定資産の減損処理を見込んだ。

配当についても今回の業績の修正を踏まえて修正。前回予想から11.0円/株減額し5.0円/株の期末配当を見込んでいる。

### ベジトラグループの状況と施策

## BRIDGE REPORT



## 《施策》

- ・Veg グループ社長交代による経営刷新
- ・新商品展開
- ・新規顧客開拓
- ・経営効率化の為、Veg EU 解散
- ・販売価格の見直し

⇒海上運賃高騰時の在庫の販売を促進するために、3Qに81百万円、4Qに70百万円(見込)の在庫評価減を実施

(同社資料より)

## 5. 今後の注目点

特に海外において在庫調整が長引いていることを主因に 3Q 累計決算は減収、大幅減益となり、通期予想は減額修正となった。当初はガーデンエクステリア市場拡大への期待が強かったが想定ほどには伸びなかった。国内外でホームセンターにおける店頭在庫の整理は徐々に進んでいる。春の繁忙期とも重なる来期前半までには在庫整理を進めていきたいところ。一方、国内ではタカショーデジテックが引き続き着実に成長している。今後さらに売上構成比が高まることにより収益貢献が増すだろう。海外事業ではベジトラグによる Amazon 等を通じたネット販売の拡大にも期待したい。

尚、同社はこのところ株主還元により積極的になっている。配当性向を 30%から 40%に引き上げたことに加えて、発行済株式総数に対して 4%相当の自己株式取得も行った。今回は、当期純利益の赤字計上見通しで配当は下限とする 5.0 円見込みだが、業績が落ち着きを取り戻せば来期は大幅な増配も期待できる。また、現在進行している中期計画では 27/1 期に経常利益 24 億 10 百万円を目指しており、EPS は 87 円程度となる。足元の業績低迷を受けてここ半年株価は軟調に推移している。しかし、来期の回復や長期的な視点では PBR1 倍を大きく割り込む現状の株価水準は、見直し余地があると見ている。

## <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:2023年4月21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2-4-1 中核人材の登用等における多様性の確保】	当社では、女性の管理職への登用等をはじめとする多様性の確保に積極的に取り組んでおり、管理職等の女性割合に係る目標を定め、女性活躍推進法に基づく行動計画に記載して届け出ております。また、多様性の尊重に関する研修や各種施策の実施等、多様性の確保に向けた環境整備に努めております。現在のところ、これら各種取り組みの基となる中長期的な戦略や方針等の策定は行っておりませんが、企業価値の向上に向け、これら戦略や方針等の策定の検討を進めてまいります。
【補充原則3-1-3 サステナビリティについての取り組み】 【補充原則4-2-2 サステナビリティについての方針策定・監督】	当社は、サステナビリティについての取り組みを積極的に行っており、取り組み内容をHP( <a href="https://takasho.co.jp/investor_sdgs">https://takasho.co.jp/investor_sdgs</a> )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らず、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を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 独立社外取締役による客観的立場に基づく情報交換・認識共有】	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>

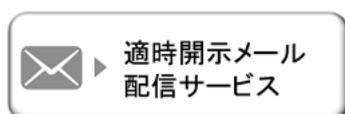
原則	その理由
【原則1-4 政策保有株式】	(1)政策保有に関する方針 営業上の取引関係の維持・強化に繋がるか、事業活動の円滑な推進等を通じて当社の中長期的な企業価値の向上に結びつくかを総合的に判断し、保有できるものとします。 (2)政策保有の適否に関する検証内容 保有する上での中長期的な経済合理性や取引先との総合的な関係の維持・強化の観点からの保有効果等について検証し取締役会において報告を行います。 保有の意義が必ずしも十分でないとは判断される銘柄については、縮減を図ります。

	<p>(3)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 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】	<p>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。また、従業員の 資産形成のため企業型確定拠出年金制度を導入しております。入社時 には従業員に対し運用期間・運用商品の選定や資産運用に関する説明 を行っております。</p>
【補充原則4-1-1 取締役会の役割・責務】	<p>当社は、取締役会の意思決定の範囲として、法令および定款にて定め る事項のほか、重要な意思決定の項目として「取締役会規程」および 「稟議規程」ならびに「稟議規程細則」を設けて運用しております。取締 役会は、業務執行の機動性と柔軟性を高め、経営の活力を増大するた め、法令、定款および「取締役会規程」に記載する事項以外の業務執行 の意思決定については、代表取締役も出席する経営会議において審議 を行い実施しております。</p>
【原則4-8 独立取締役の有効な活用】	<p>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。</p>
【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】	<p>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。</p>

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/](https://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](#)

## BRIDGE REPORT



▶ 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](#)