



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	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	
523円	16,858,456株	8,816百万円	-	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
8.00円	1.5%	19.16円	27.3倍	734.15円	0.7倍

*株価は3/19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24/1期実績、EPSは25/1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
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(実)	19,411	-108	250	-75	-	5.00
2025年1月(予)	22,047	583	618	323	19.16	8.00

*予想は会社予想。単位:百万円。

タカショーの2024年1月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月期決算](#)

[4. 2025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

- 24/1 期は前期比 4.6%減収、74.5%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、様々な重要な施策を実施した。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。海外事業においては、取引先の店舗において在庫調整が継続、欧州では買い控えが継続していた。利益面では、売上高が減少する中、為替相場が想定から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は一過性の在庫評価減を計上した。販管費は、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で増加した。5.0 円/株の期末配当を実施。
- 25/1 期は前期比 13.6%増収、146.9%経常増益を見込む。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る。TVCM と WEB プラットフォームを連動させた新しい DX 型販売促進の展開によるブランド力の向上と営業活動の強化を図る。また、別注対応により非住宅分野への営業・提案力の強化を図り販路を拡大していく。ホームユース事業においては e-コマース分野の更なる販売強化のための自社工場生産による新商品の開発促進を図る。海外事業においては、引き続き米国での大手ガーデンセンターやホームセンターとの新規取引を推進する。また、欧州の営業展開できていなかった地域への販売活動を実施する。配当は、前期から 3.0 円/株増配となる 8.0 円/株の期末配当を見込んでいる。
- 24/1 期は新型コロナの影響による特需の反動に加えて、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減収、大幅な減益となった。一方、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。25/1 期は春の繁忙期とも重なる 1Q 末までには適正在庫にしたいところ。こうしたなか、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。海外へも本格展開を始めており、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。また、海外事業では新規に販路も拡大させており、ネット販売を含めて今後の売上増が期待できそうだ。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。配当性向引き上げに加えて自己株式取得も行った。25/1 期は回復の途上で 8.0 円見込みだがさらなる上乘せも期待できる。中期計画は今回見直されたものの、27/1 期に目指す純利益を達成すれば EPS は 65 円程度となる。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。

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	1,173名(グループ全体)
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。



(同社 HP より)

BRIDGE REPORT



5つのこだわりで、庭空間をトータルプロデュース

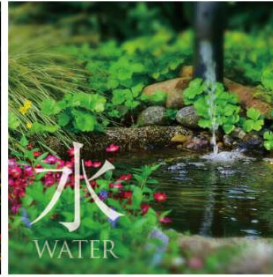


それは木々や草花を揺らし、季節を運び、自然と人を包みます。

(同社HPより)



それは世界を彩り、夢を織りなし、人と自然を照らします。



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。



それは大地に根ざし、大地を被い、人と自然を癒します。



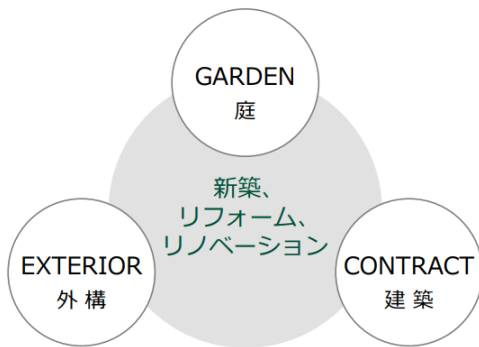
五つのこだわりに真心込めて、心がなごむ庭づくり。

ビジネス

庭、外構、建築の領域において、新築・リフォーム・リノベーションに関する商品・サービスを国内外で展開

BUSINESS DOMAIN ビジネス領域

3つの領域での商品の企画、開発、製造、販売を行い、顧客のビジネスに役立つサービスを提供しています。



(同社資料より)

BUSINESS SEGMENT 事業分野

プロコース

設計施工を必要とする商品

住宅分野

戸建て(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、商業施設など非住宅向け提案

ホームユース

自分で買って楽しむ商品

量販店分野

ホームセンター、専門店向け提案

eコマース

WEBサイトからの商品販売を展開

海外

(住宅・コントラクト・DIY)

DIY製品を各国(アメリカ・イギリス・オーストラリア・インド・韓国)のガーデンセンター・代理店・ECに販売 ※一部住宅・コントラクト向けも含む

事業概要

海外

・住宅、コントラクト、DIY事業を海外展開

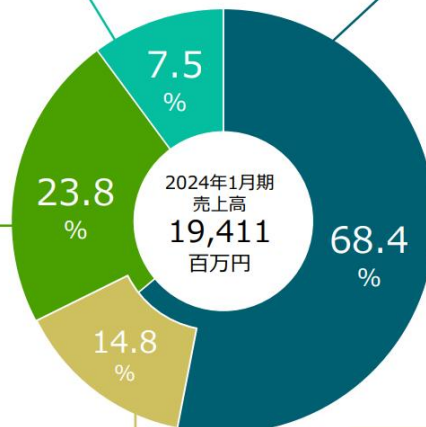


ホームユース

・ホームセンター&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&webセールス分野
Webサイトからのネット販売



売上高構成比



プロコース

・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

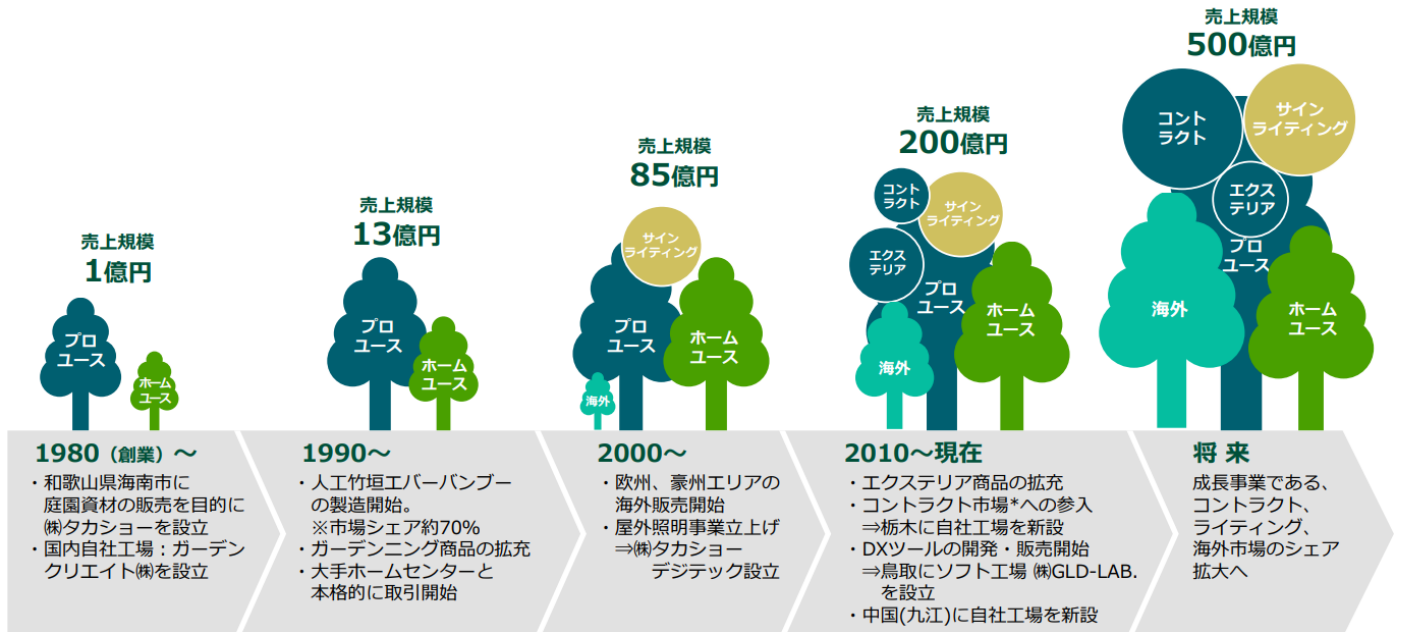


屋外照明・サイン(タカショーデジテック)

(同社資料より)

あゆみ

ガーデンライフスタイルメーカーとしてグローバルに展開、オンリーワンカンパニーを目指す

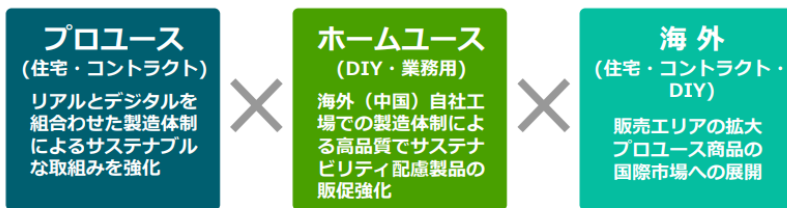


(同社資料より)

2. 事業展開

今後の成長イメージ

取り組む戦略の方向性



定量目標

(単位: 百万円)	2024/1期	2025/1期	2027/1期
	実績	予想	計画
売上高	19,410	22,047	25,400
営業利益	△108	583	1,810
当期純利益	△75	322	1,102

(同社資料より)

タカショーの目指すべき姿

個人の価値、生き方、自己実現を目的に
庭での暮らしをトータルで提案する
ガーデンライフスタイルメーカー



成長戦略

プロユース

(1)住宅 DXによるデジタルとリアル(商品)を融合するハイブリッド型営業を推進

①空間ソフト提案を強化

空間ソフトを使用し、購入を検討する顧客に完成イメージを素早く提示し営業促進

施策

- パッケージ提案を拡充(CGパース、VR空間、4K動画)
- GLD-LAB.工務店ネットワークの会員拡大

②DX ツールの販売事業を展開

営業用ツールとして開発したDXツールを他の建築業界へ水平展開

施策

- DXツールのOEM開始



(同社資料より)

③クロスメディアによる認知度向上

顧客への認知度向上を図るためプロモーションを強化。特に地方都市でデータを蓄積し都市部へ展開

TVCM (全国6エリア)



TVCMとWebプラットフォームを連動させた新しいDX型販売促進をスタート

チャンネル
タカショー
オウンドメディア



クロスメディアで一般顧客への認知向上を図る



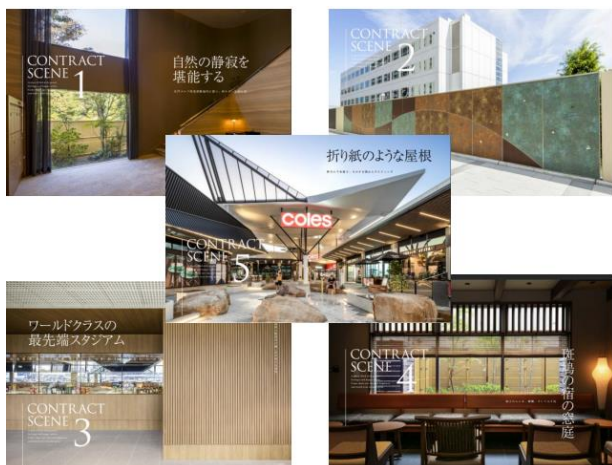
(同社資料より)

BRIDGE REPORT



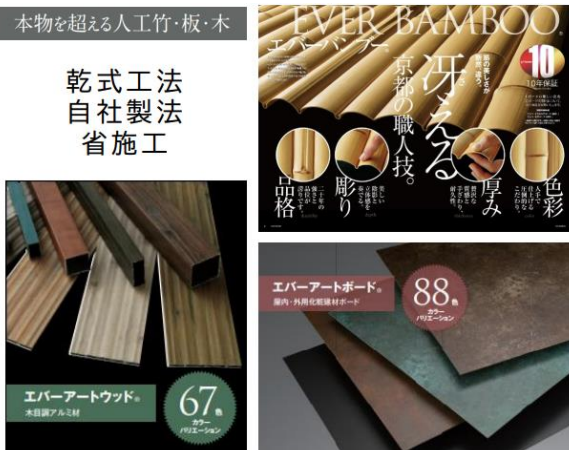
(2)コントラクト

④インバウンドにより拡大する宿泊・商業施設へ展開



(同社資料より)

⑤大手チェーン飲食店、店舗への展開強化



屋外照明・サイン 商品開発と製造能力を強化することで世界展開などシェア拡大を図る

①自社製品比率の拡大

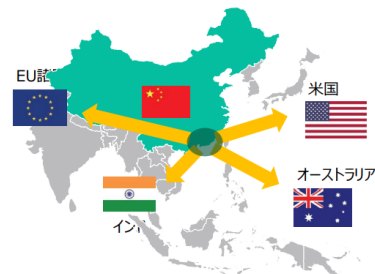
デジテックチャイナ新工場
2024年3月稼働
約3000坪(約5億円) LED照明、サイン



(同社資料より)

②生産能力拡大とサプライチェーンの構築

生産拡大をした中国自社工場(九江、デジテックチャイナ)から
海外市場にライティング製品を直接販売



③コントラクト向け製品の拡大

麻布台ヒルズ、スカイツリー東京ソラマチ、
歌舞伎町タワーなど



(同社資料より)

④サステナブルの取り組み

-YABITSU LIGHT UP PROJECT-

空き家だけを光らせることで集落の魅力を伝えながら、地域課題である過疎の現状を考えるきっかけ作り

デザインアワード2024
日本空間デザイン賞
サステナブル空間賞
日本空間デザイン賞 銅賞
日本サインデザイン賞 銅賞



IF DESIGN AWARD 2024 WINNER
YABITSU LIGHT UP PROJECT
Interior Architecture / Installations / ID: 644872



(同社資料より)

環境省 エコ・ファースト認定

全国では66社認定されており、和歌山では2社目の認定

材料	塗料	結線
リサイクルアクリル 温暖化ガスを 60%以上削減	水性塗料 大気汚染物質を 90%以上削減	鉛フリーはんだ 水質汚染を ゼロに
ABC		

GOOD DESIGN AWARD 2023



ホームユース

外部環境要因による収益低下を見直し、ビジネスモデルを再構築

①Web ビジネス強化

青山ガーデンの事業統合

→効率化による生産性の向上



(同社資料より)

②業務用生産能力拡大とサプライチェーンの構築



③海外有力メーカーとの提携販売



ドイツのウルトムに拠点を置く GARDENA は、世界中の何百万人もの家庭や園芸家に愛されているリーディングブランド。タカショーが日本国内販売を提携しています。



(同社資料より)

④自社工場からの直接販売



海外 ブランドと販路拡大による世界でNo.1 ガーデンカテゴリーメーカーを目指す

② 新商品の展開

青山ガーデンの事業統合

→効率化による生産性の向上



② 大手チェーン、eコマースなど販路拡大



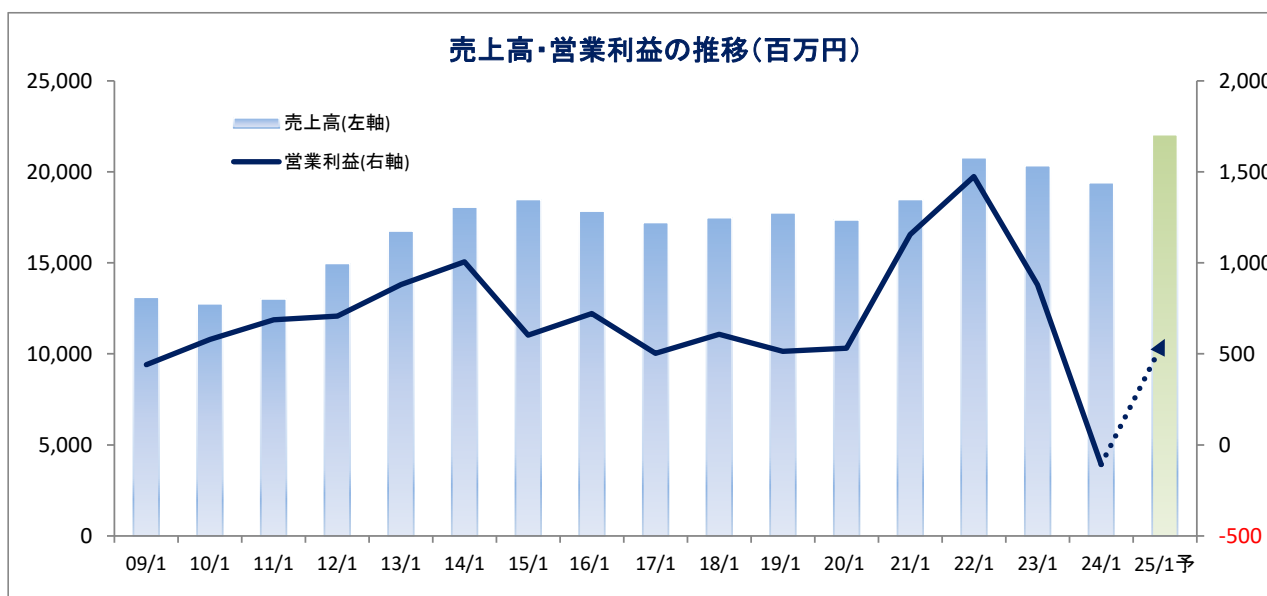
(同社資料より)

③ プロ市場の展開

需要が高く利益率が高い住宅・コントラクト向け商品をアメリカ市場向けに拡販を図る



(同社資料より)



3. 2024年1月期決算

(1)連結業績

	23/1 期	構成比	24/1 期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	20,351	100.0%	19,411	100.0%	-4.6%	19,250	+0.8%
売上総利益	9,006	44.3%	8,335	42.9%	-7.4%	8,324	+0.1%
販管費	8,125	39.9%	8,444	43.5%	+3.9%	8,374	-0.3%
営業利益	880	4.3%	-108	-	-	-150	-
経常利益	982	4.8%	250	1.3%	-74.5%	250	+0.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	518	2.6%	-75	-	-	-170	-

*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)。会社予想は第三四半期決算発表時(11月)の予想。

前期比 4.6%の減収、74.5%の経常減益

売上高は前年同期比 4.6%減の 194 億 11 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、様々な重要な施策を実施した。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 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」を提供。また、より快適な暮らしを実現する 5th ROOM の推進、インバウンドによるホテル・旅館・レストランの設備投資を見据えた販売促進活動の強化を図った。一方で、海外事業においては、米国ではガーデンセンター及びホームセンターの来店客数は戻りつつある。しかし、取引先の店舗において在庫過多による在庫調整が継続しており、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買い控えが継続していた。ただし、新規顧客の獲得や在庫調整の緩和により少しずつ回復しつつある。

経常利益は同 74.5%減の 2 億 50 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、一過性の在庫評価減 1 億 25 百万円を計上した。販管費は、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で増加した。営業損失は 1 億 8 百万円(前期は 8 億 80 百万円の利益)となった。営業外では円安により外貨建て取引における為替差益が 3 億 22 百万円計上された。海外販売子会社における固定資産等の減損処理 62 百万円の計上や税負担率が上がったことから、親会社株主に帰属する当期純損失は 75 百万円(前期は 5 億 18 百万円の利益)となった。

会社予想通り 5.0 円/株の期末配当を実施。

BRIDGE REPORT



事業別の状況

	23/1期	構成比	24/1期	構成比	前年同期比
プロユース事業	13,193	64.8%	13,277	68.4%	+0.6%
ホームユース事業	5,586	27.4%	4,620	23.8%	-17.3%
海外事業	1,545	7.6%	1,465	7.5%	-5.2%
合計	20,351	100.0%	19,411	100.0%	-4.6%

*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

売上高は前期比0.6%増の132億77百万円。

住宅着工数の減少など環境が厳しい中、非住宅分野の物件数は増加し、一現場あたりの単価も上昇した。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が増加した。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した。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)での取組みが引き続き成長しており、売上高は前年同期比19%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た。また、環境にやさしいLEDサイン「Re・SIGN」が2023年度グッドデザイン賞を受賞するなどサステナブルな取組みを推進している。

ホームユース事業

売上高は前期比17.3%減の46億20百万円。

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。こうした中、業務需要を想定した新たな取り組みを開始しており、新しいビジネスモデルの確立に向け積極的に進めていく。

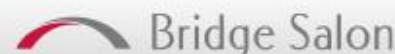
海外事業

売上高は前期比5.2%減の14億65百万円。米国ではガーデンセンターおよびホーム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。米国では住宅用屋外造園に対する需要の高まりから、園芸活動への1世帯あたりの平均支出が増加傾向にある。また、健康志向の高まりから果物や野菜を自給自足する家庭菜園の必要性に駆り立てられた園芸活動の増加により、造園の重要性が広がってきている。一方、海外におけるプロユース事業展開においては、オーストラリアでの成功事例を米国に展開することで受注案件が少しずつ増加している。

報告セグメント別売上高・利益

	23/1期	構成比/利益率	24/1期	構成比/利益率	前期比
日本	17,750	87.2%	17,259	88.9%	-2.8%
欧州	499	2.5%	432	2.2%	-13.5%
中国	1,142	5.6%	872	4.5%	-23.6%
韓国	181	0.9%	214	1.1%	+18.6%
米国	486	2.4%	387	2.0%	-20.3%
その他	290	1.4%	244	1.3%	-16.0%
連結売上高	20,351	100.0%	19,411	100.0%	-4.6%
日本	885	5.0%	502	2.9%	-43.3%
欧州	-283	-	-476	-	-

BRIDGE REPORT



中国	221	19.4%	56	6.4%	-74.7%
韓国	-23	-	-23	-	-
米国	-254	-	-231	-	-
その他	-11	-	-47	-	-
連結調整	345	-	111	-	-
連結営業利益	880	4.3%	-108	-	-

*単位:百万円。

*営業利益の構成比は連結調整前ベース。

(2)財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

財政状態

	23年1月	24年1月		23年1月	24年1月
現預金	4,206	3,796	仕入債務	3,767	3,598
売上債権	3,328	3,136	短期有利子負債	4,113	4,201
たな卸資産	7,044	6,994	流動負債	9,386	9,505
流動資産	15,383	14,676	長期有利子負債	583	843
有形固定資産	6,246	6,395	固定負債	864	1,129
無形固定資産	511	566	純資産	13,389	12,499
投資その他資産	1,498	1,496	負債・純資産合計	23,640	23,134
固定資産	8,256	8,458	有利子負債合計	4,696	5,044

*単位:百万円。

*有利子負債は借入金+リース債務。

24/1 期末の総資産は前期末比(以下同)5億5百万円減少し、231億34百万円となった。

流動資産は同7億7百万円減少し、146億76百万円となった。主な要因は、現預金が同4億10百万円減の37億96百万円、売上債権が同1億91百万円減の31億36百万円となったこと等によるもの。固定資産は2億2百万円増加し、84億58百万円となった。主な要因は、建設仮勘定が3億98百万円増の4億34百万円となったこと等によるもの。

流動負債は1億18百万円増の95億5百万円となった。主な要因は、仕入債務が同1億68百万円減の35億98百万円、1年以内返済予定の長期借入金が99百万円増の1億35百万円、未払金が2億2百万円増の9億76百万円となったこと等によるもの。固定負債は2億65百万円増の11億29百万円となった。主な要因は長期借入金が3億14百万円増の3億89百万円となったこと等によるもの。

純資産は8億89百万円減の124億99百万円となった。主な要因は、自己株式が4億81百万円増の4億94百万円、利益剰余金が4億79百万円減の57億73百万円となり、その他の包括利益累計額が65百万円増の9億56百万円となったこと等によるもの。

自己資本比率は53.5%(前期末56.2%)となった。

キャッシュ・フロー

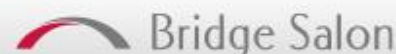
(単位:百万円)

	23/1期	24/1期	前期比	
営業キャッシュ・フロー	-465	1,132	+1,597	-
投資キャッシュ・フロー	-615	-599	+16	-
フリー・キャッシュ・フロー	-1,081	532	+1,614	-
財務キャッシュ・フロー	-470	-701	-231	-
現金及び現金同等物期末残高	4,206	3,796	-410	-9.8%

24/1 期末における現金及び現金同等物は、前期末比4億10百万円減少し、37億96百万円となった。

営業CFは11億32百万円の収入(前期は4億65百万円の支出)となった。主な要因は、税金等調整前当期純利益が3億17百万円(前期は9億67百万円)、減価償却費が7億73百万円(同7億11百万円)、棚卸資産の増減額が2億79百万円の減

BRIDGE REPORT



少(同10億8百万円の増加)、仕入債務の減少額が2億70百万円(同10億87万円)となったこと等によるもの。投資CFは5億99百万円の支出(前期は6億15百万円の支出)となった。主な要因は、有形固定資産の取得による支出が5億78百万円(同4億98百万円)、無形固定資産の取得による支出が1億80百万円(同1億22百万円)、有価証券の売却による収入が1億42百万円(前期は該当なし)となったこと等によるもの。財務CFは7億1百万円の支出(前期は4億70百万円の支出)となった。主な要因は、配当金の支払額4億3百万円(前期は4億3百万円)、自己株式の取得による支出が4億92百万円(前期は56百万円)、長期借入金による収入が5億円(前期は該当なし)となったこと等によるもの。

4. 2025年1月期業績予想

連結業績

	24/1期 実績	構成比	25/1期 予想	構成比	前期比
売上高	19,411	100.0%	22,047	100.0%	+13.6%
営業利益	-108	-	583	2.6%	-
経常利益	250	1.3%	618	2.8%	+146.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	-75	-	323	1.5%	-

*単位:百万円。

25/1期は前期比13.6%の増収、146.9%の経常増益予想

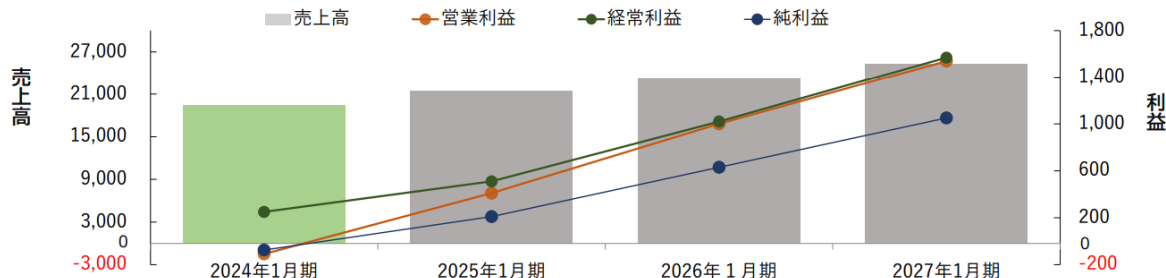
25/1期は、売上高が前期比13.6%増の220億47百万円、営業利益5億83百万円(前期は1億8百万円の損失)、経常利益は同146.9%増の6億18百万円、親会社株主に帰属する当期純利益3億23百万円(前期は75百万円の損失)を見込む。プロユース事業では、リアルとネットのハイブリッド化を更に進める。AR・MRなどのDX型販売促進を推進し、TVCMとWEBプラットフォームを連動させた新しいDX型販売促進の展開によるブランド力の向上と営業活動の強化を図る。また、同社の強みでもある別注対応により非住宅分野(公共施設や商業施設)への営業・提案力の強化を図り、販路を拡大していく。加えてGXの取り組みや地域の活性化、持続可能な経済社会の実現に向けた販売を推進する。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のための自社工場生産による新商品の開発促進を図る。グローバル商品の共通販売を推進すると共に、海外有力メーカーとの提携販売により売上を拡大させる考え。加えて、“Living Garden Store”(自社WEBサイト)の稼働、さらに、ホームセンター以外の新たな販路拡大も図る。海外事業においては、ベジトラグの経営体制の見直しを図り、引き続き米国での大手ガーデンセンターやホームセンターとの新規取引を推進する。また、欧州の営業展開できていなかった地域(フランス、イタリア等)への販売活動を実施する。新商品群の展開では、自社WEBサイト“VEGTRUG.COM”を中心にeコマースでの売上拡大を図る。加えて、豪州や米国におけるプロユース事業においては、エクステリア商材の販促活動を強化する。

配当は、前期から3.0円/株増配となる8.0円/株の期末配当を見込んでいる。

5. 中長期計画

27/1 期に売上高 254 億円、経常利益 18 億 37 百万円を計画している。

【単位：百万円】



単位 百万円	2024年 1月期実績	2025年 1月期計画	2026年 1月期計画	2027年 1月期計画
売上高	19,411	22,047	23,740	25,400
営業利益	△108	583	1,287	1,810
経常利益	250	618	1,317	1,837
当期純利益	△75	323	764	1,102

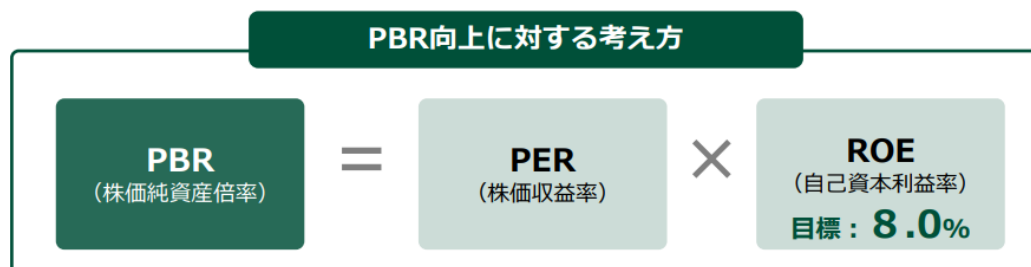
セグメント別売上計画

単位 百万円	2024年 1月期実績	2025年 1月期計画	2026年 1月期計画	2027年 1月期計画
プロユース	13,277	14,337	15,218	15,992
ホームユース	4,620	5,163	5,500	6,037
海外	1,465	2,454	2,918	3,252
その他	48	93	104	119

(同社資料より)

PBR 向上に向けた考え方

収益性、資産効率、負債構造の最適化を図るとともに、事業モデルや効率的なコスト管理を通じて収益を最大化し、適切な資本構造の構築を目指す。



売上高・利益率の向上

- ・グループ会社シナジーの最大化
- ・注力事業への集中投資

資本効率の向上

- ・安定的な株主還元の充実
- ・資産の効率的な活用
- ・資本効率を意識した経営

非財務項目の強化

- ・コーポレートガバナンスの強化
- ・人的資本への投資

(同社資料より)

ROE 向上に向けた考え方

	2024/1 (実績)	2025/1 (予想)	2027/1 (中長期目標)	ROE向上のための方針
ROE	-%	1.7%	8.3%	・8.0%以上を目指す
(収益性) ①売上高純利益率 当期純利益÷売上高	△0.4%	1.0%	4.3%	・売上営業利益率の上昇のために各セグメントの粗利率を上昇させるとともに、BPRによる販管比率の低減を図る
×				
(資産効率性) ②総資産回転率 売上高÷総資産	0.8回	0.9回	1.0回	・保有資産の見直しを行い、棚卸資産・固定資産を圧縮する ・売上高の増加
×				
③財務レバレッジ 総資産÷自己資本	1.9倍	1.8倍	1.8倍	・最適資本構成の追求を行うものの、現状水準の継続を想定

(同社資料より)

6. 今後の注目点

24/1 期は新型コロナの影響による特需の反動に加えて、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減収、大幅な減益となった。一方、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。25/1 期は春の繁忙期とも重なる1Q 末までには適正在庫にしたいところ。在庫が正常化すれば、売上の回復が見込まれる。もちろん需要が回復すれば増収増益幅は会社予想比でもかなり大きくなりそうだ。こうしたなか、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。海外へも本格展開を始めており、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。また、海外事業では新規に販路も拡大させており、ネット販売を含めて今後の売上増が期待できそうだ。

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。25/1 期は回復の途上で8.0円見込みだが、上記に示したように事業展開が進めばさらなる上乗せも期待できる。中期計画は今回見直されたものの、27/1 期に目指す純利益11億2百万円を達成すればEPSは65円程度となる。今期を含めて今後見込める回復を考慮すると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(https://takasho.co.jp/investor_sdgs)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。

BRIDGE REPORT



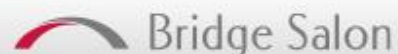
	<p>(3)政策保有株式に係る議決権行使の基準</p> <p>当社と投資先企業双方の持続的成長と中長期的な企業価値の向上に 適うか否かを基準に、投資先企業の株主総会議案の内容を精査し、議 決権を行使することとしております。</p>
【原則2-6 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮】	<p>当社は確定給付企業年金制度を採用しており、企業年金の管理・運用 に関してスチュワードシップ活動の受け入れを表明している資産管理運 用機関と契約を締結しています。総務人事部門内に担当者を配置し、運 用の健全性について委託している運用機関から定期的に報告を受け、 関連部門において適宜モニタリングを行っております。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/ でご覧
になれます。

BRIDGE REPORT



▶ 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](#)