



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	
410円	16,858,453株	6,912百万円	-	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
5.00円	1.2%	7.24円	56.6倍	748.41円	0.55倍

*株価は3/24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25/1期実績、EPSは26/1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
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(実)	19,890	-150	83	-242	-	5.00
2026年1月(予)	21,736	308	405	122	7.24	5.00

*予想は会社予想。単位:百万円。

タカショーの2025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. 2025年1月期決算](#)

[4. 2026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

- 25/1期は前期比2.5%増収、66.5%経常減益。国内ではプロユース事業は伸長したものの、ホームユース事業は伸び悩んだ。海外事業は大きく伸びている。インバウンド需要の拡大を背景に商業施設や宿泊施設などの設備投資が進み、非住宅分野は前年比130%と成長。民間市場ではガーデン・エクステリアのリノベーション・リフォーム需要が動き始めている。利益面では、海外販売子会社において販売促進のための値引き販売を実施したことや原材料費及び仕入に係る輸送コストの増加により、粗利率が前期42.9%から42.2%へ前期比0.7ポイント低下、販管費は増加し営業損失が拡大、為替差益は前期比で減少した。配当は前期と同じ5.00円/株の期末配当を実施。
- 26/1期は売上高が前期比9.3%増収、383.4%経常増益を見込む。プロユース事業では、施工業者・工務店向けにDXサービスを含めた提案営業を拡充し、新規案件の獲得を推進する。ライティング事業ではさらなる成長を目指し、新商品開発や販売チャネルの強化を進める。株式会社GLD-LAB.の活用も進める。ホームユース事業では、EC分野での販売強化を図るとともに、自社工場での新商品開発やグローバル商品の共通販売を推進する。海外事業では、米国において営業力の強化を進める。欧州では、フランスやイタリアなど未開拓地域への販売拡大を図り、新規販売アイテムの投入や新商品開発を進める。配当は、前期と同じ5.00円/株の期末配当を予定。
- 25/1期は営業損失となったが、こうした中でも将来の事業拡大に向けた準備は着々と進めている。プロユース事業ではコントラクト向け製品が大幅に拡大し非住宅の売上が前期比30%増。外食店舗などでも実績が次々と出ている。特にタカショーデジテックの成長が顕著。今後の拡大余地は大きいとみている。海外事業においても在庫が大幅に縮小しており、今後は回復から成長への道筋が出来つつある。プロユースの取り組みにも注目。国内ホームユース事業では天候不順もあり25/1期は苦戦したが、26/1期は逆に反動となることも想定できそう。eコマースによる売上の増加が続くだろう。中期計画で28/1期に目指す純利益7億76万円を達成すればEPSは50円程度となる。26/1期以降に今後見込める成長を考慮すると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。

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。企業理念は「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す」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	461名(うち正社員351名)
グループ	国内7社、海外13社

※資本金は2025年1月20日、従業員数は2025年1月20日現在

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)

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。



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。



五つのこだわりで真心込めて、心がなごむ庭づくり。

(同社 HP より)

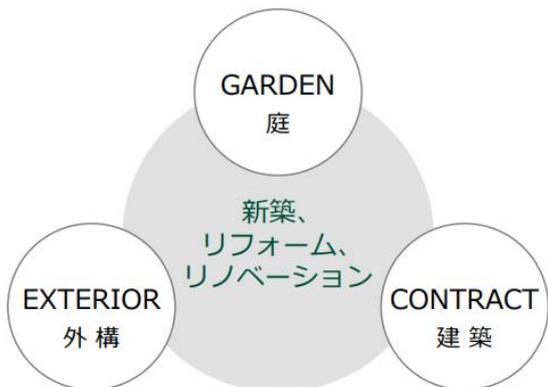
ビジネス

やすらぎのある庭空間を通じて幸せな暮らしを創るガーデンライフスタイルメーカー。

庭と住まいを一体化させた「Living Garden」のコンセプトを軸に、人々のライフスタイルに溶け込むガーデン空間の創造を目指している。また、DXの推進に積極的に取り組んでおり、顧客に対して、より具体的に魅力的なガーデン・エクステリア空間の提案を実現し、DXを通じて新しい価値を創造している。

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る。

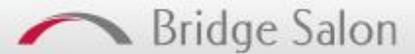


(同社資料より)

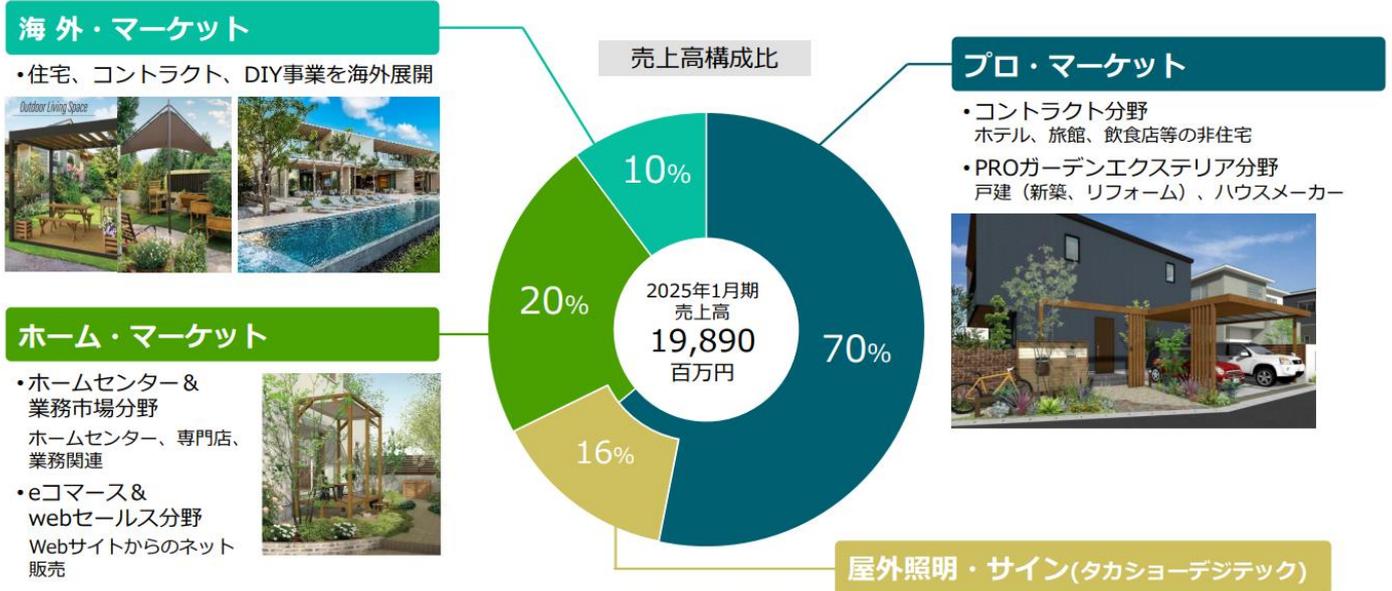
事業分野

<p>プロユース事業 【Target】 公共事業・商業施設・戸建住宅・ハウスメーカー</p>	<p>製造拠点は国内。公共事業、商業施設、戸建住宅等の企画・設計、デザイン、施工部門など、設計・施工を伴うプロの顧客が対象。景観、アウトドアリビング&エクステリア空間提案をメーカーとしてトータルサポート。具体的なプラン提案のため、さまざまなツールを活用し、リアルとデジタルを連携させた提案力の強化を図っている。</p>
<p>ホームユース事業 【Target】 ホームセンター・量販店・eコマース</p>	<p>DIYを基本とした庭づくりをサポートし、こだわりのお庭のシーン提案や、多彩な商品ラインアップを提供している。Living Gardenのコンセプトに基づき、家と庭が一体となった安らぎのある暮らしを提案している。</p>
<p>海外事業 【Target】 住宅・コントラクト・DIY</p>	<p>中国に製造拠点をもち、ヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア、アジア諸国など、グローバルに販売を展開している。</p>
<p>DX事業・その他</p>	<p>DXツールによる空間提案、SNS等による情報発信を展開。</p>

BRIDGE REPORT



事業概要

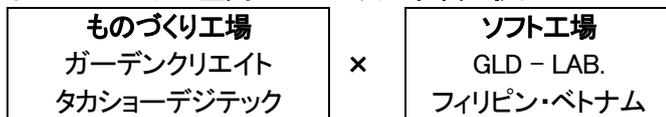


(同社資料より)

2. 事業展開

今後の成長戦略

リアルとデジタル空間のハイブリッド経営の拡大



ガーデンクリエイトでは鹿沼、徳島、和歌山3工場の生産システムが来期に本格スタート。生産性の向上に寄与する見込み。25年2月からは増設した和歌山工場が稼働した。LED照明やサインを製造するデジテックの新工場(約3,000坪)が2024年2月から稼働。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22年7月に設立。

プロユース

①インバウンドにより拡大するホテル、飲食、施設など非住宅市場への展開を積極的に推進



(同社資料より)

②住宅ガーデン及びエクステリアへの展開

プロユースにおいて、エバーアートウッド、エバーアートボード、エバーバンブーなど、より良い庭でのくらしを演出する商品を展開。1.リビング、2.ダイニング、3.キッチン、4.ベッドルームに続く、5thRoom(家と庭をつなぐ、5番目の部屋)を提唱し共感を得ている。

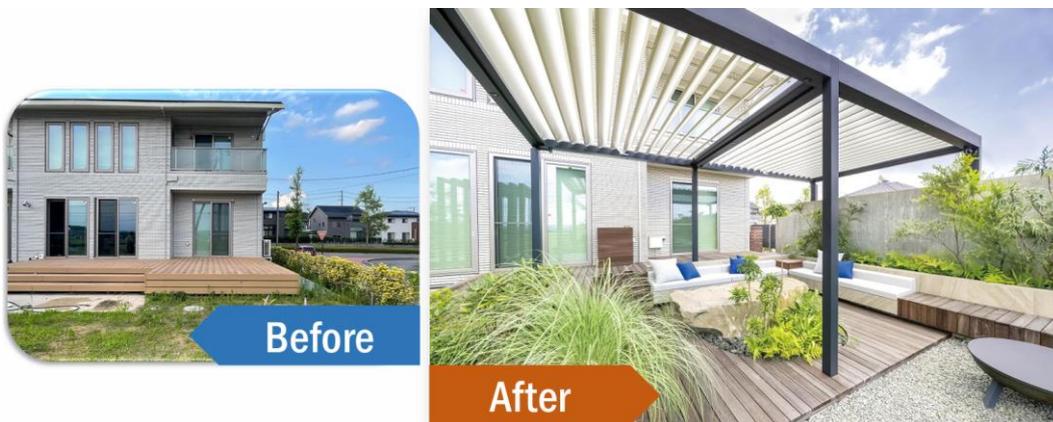
③マテリアル

本物を超える人工木・板・竹、乾式工法・自社製法・省施工。

高品質でデザイン性の高い建材マテリアル。屋外で使える情緒的な化粧建材ボード。プロユース向けは国内工場を増設、設備導入により強化している。

④リフォーム、リノベーション

今後、最も市場が拓けていく市場として強化。室内を拡張して「5thRoom」を家に取り込む提案も行っている。



(同社資料より)

⑤DXソリューション

ソフト工場では、「GLD-LAB. Soft-Factory 鳥取」を開設。21年4月から本格稼働。4D空間デザインやXRシミュレーションを担う技術とノウハウを保持。フィリピン、ベトナムと連携してDXツールを展開する。

超高精細CGパースであるEXVIZ高精細パース制作。テクスチャーや光りを繊細に表現した高精細パースで、従来よりも鮮明に“伝わる”提案が可能になる。

また、プランニング検索サービスとしてパッケージプランサイトを公開。イメージや条件の選択だけで洗練されたデザインが簡単に見つかる。初期提案からの価格ベースでの商談や、3Dパースのダウンロードが可能。

<https://pac.takasho.jp>

PROEX CONCEPT

業界圧倒的No.1のAI、デジタル技術で、カタログのコンセプトページを2D→4Dへ。季節の移ろい、時間の経過、天候を表現動画で伝えている。



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



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(中国・広州)が3月に稼働

②生産能力拡大とサプライチェーンの構築

生産能力を拡大させ、現在のグループ外売上比率 52%を 70%(45 億円)に引き上げる方針。
世界展開も視野に入れ、25/1 期売上 32.4 億円を 28/1 期に 65 億円へ拡大させる考え。

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へ提供。



(同社資料より)

ホームユース

①販売政策 2025

販売を四季から五季へ、夏場の販売期間を三ヵ月から五ヵ月へ。シーズンブルを活かしていく考え。



②Webビジネス強化

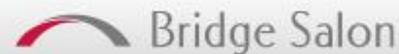
青山ガーデンの専門店化を推進する。

③商品政策 2025

五季に合わせたラインナップを拡充させる。

また、ドイツ発世界水準品質の GARDENA(ガルデナ)や本格的な屋外レジャーを手軽に楽しむとができる商材を提供する Bestway(ベストウェイ)など海外メーカーとの提携も進めていく。

BRIDGE REPORT



海外

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

①新商品の展開

販売シーズンが長い高価格帯商品を拡充させる。パーゴラ・ガセポと菜園プランターをパッケージ提案。

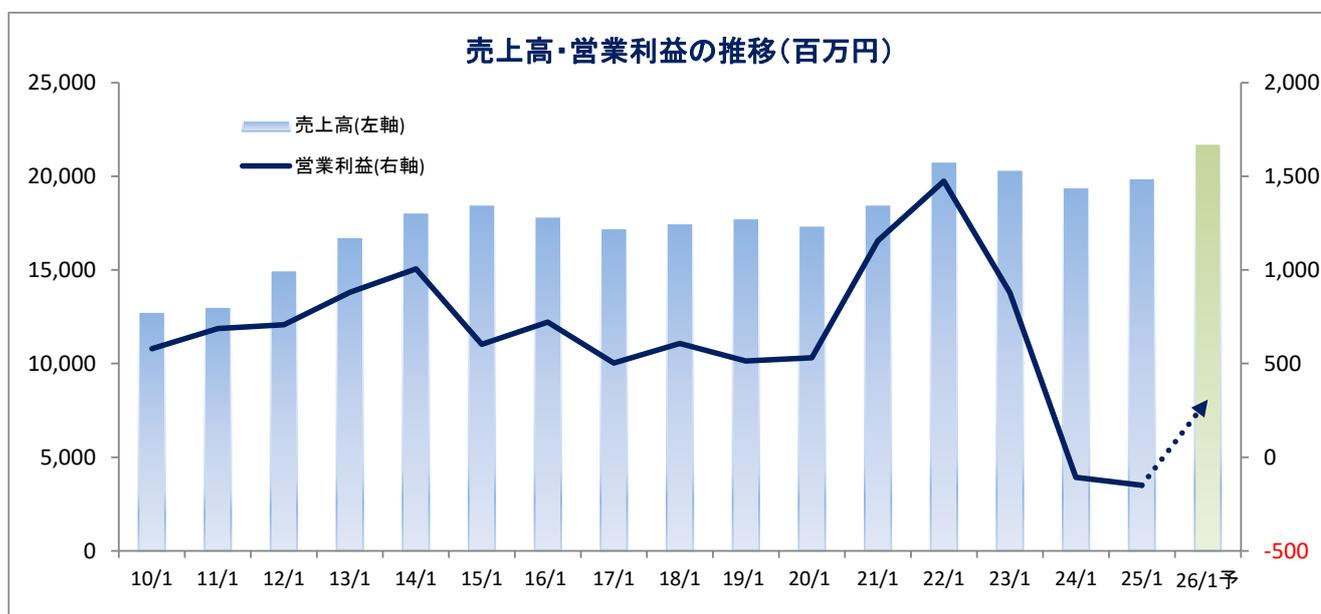
②大手チェーン、eコマースなど販路拡大

ホームデポ、コストコ、アマゾンなどで販売。

アメリカ市場では新規ビジネス開発部長職をヘッドハンティングした。大手DIY店舗への導入を拡大させていく。

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。有力な販売代理店・施工店との取り組みを開始した。



3. 2025年1月期決算

(1)連結業績

	24/1期	構成比	25/1期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	19,411	100.0%	19,890	100.0%	+2.5%	20,750	-4.1%
売上総利益	8,335	42.9%	8,389	42.2%	+0.6%	-	-
販管費	8,444	43.5%	8,539	42.9%	+1.1%	-	-
営業利益	-108	-%	-150	-	-	150	-
経常利益	250	1.3%	83	0.4%	-66.5%	350	-76.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	-75	-%	-242	-	-	85	-

*単位:百万円。会社予想は24年8月に発表した会社予想。

*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)。

前期比2.5%の増収、66.5%経常減益

売上高は前期比2.5%増の198億90百万円。

国内ではプロユース事業は伸ばしたものの、ホームユース事業は伸び悩んだ。海外事業は大きく伸びている。ガーデン・エクステリア業界は、原材料価格の高騰や新設住宅着工戸数の減少により厳しい状況が続いている。一方で、インバウンド需要の拡大を背景に商業施設や宿泊施設などの設備投資が進み、非住宅分野は前年比130%と成長している。また、民間市場でもガーデン・エクステリアのリノベーション・リフォーム需要が動き始めている。販売促進では、GLD-LAB.が3DパースやVRを活用した提案力を強化して業界初のBIMコンテンツ「BIMObject」への掲載や高精細建築CGパース「EXVIZ(エクスビズ)」を開始した。製造部門では、中国の新工場が24年3月に竣工し、グローバルな製造体制が整備された。また、LED照明技術が評価され、株式会社ドローンショー・ジャパンと技術提携し、販売を強化している。さらに、国内でも生産システムの効率化により、生産性向上に努めた。

経常利益は前期比66.5%減の83百万円。利益面では、海外販売子会社において販売促進のための値引き販売を実施したことや原材料費及び仕入に係る輸送コストの増加により、粗利率が前期42.9%から42.2%へ前期比0.7ポイント低下した。販管費では、売上拡大に向けたDXツール開発に伴う制作費の増加や、海外販売子会社においてAmazonマーケットプレイスでの売上増加に伴う運賃の増加、さらには設備投資や人材確保などの取り組みを継続したことにより増加して営業損失は1億500百万円(前期は1億800百万円の損失)となった。為替差益の計上は前期に比べ減少したこと、経常減益となった。業績好調なタカショーデジテックなどで税負担が増加したことにより、親会社株主に帰属する当期純損失は2億42百万円(前期は75百万円の損失)となった。

売上・各利益とも会社予想を下回った。

事業別の状況

	24/1期	構成比	25/1期	構成比	前期比
プロユース事業	13,490	69.5%	13,838	69.6%	+2.6%
ホームユース事業	4,514	23.3%	4,047	20.3%	-10.3%
海外事業	1,358	7.0%	1,943	9.8%	+43.1%
合計	19,411	100.0%	19,890	100.0%	+2.5%

*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。

*24/1期の事業セグメント別の数値はセグメント変更時の移換を反映したもの。

プロユース事業

売上高は前期比2.6%増の138億38百万円。

24年の新設住宅着工戸数が80万戸割れと市場環境は厳しさを増した。しかし、国内自社工場の強みを活かした豊富な色展開や顧客の好みに合わせたカスタマイズ対応により、現場に合わせた商品提供を通じて、現場の価値向上と生産性向上に貢献した。また、GLD-LAB.における現場イメージをフォトリアルに可視化するデジタル技術(CGパース、VR、動画制作)を活か

BRIDGE REPORT



し、ハードとソフトの融合による新しい営業モデルが浸透しつつある。加えて、独自にデジタル技術の研究開発を行い、全社のDXを推進した。前年比30%増の成長を遂げた非住宅分野では、24年7月に開設した品川駅から徒歩4分の都心型ショールームを活かした内覧会や勉強会の開催を通じて、新たな商談機会を創出した。

タカショーデジテックでは、独自の営業活動の強化や同社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、売上高は前期比24%増。タカショーデジテックでは新照明デザインの展開、照明演出の可能性を広げるためのアライアンス契約、世界的ライティングブランドの新製品導入を進め、地域貢献、技術革新、デザイン発信を通じ、持続可能な社会の実現と新たな価値創造に取り組んでいる。

ホームユース事業

売上高は前期比10.3%減の40億47百万円。

天候不順や異常気象の影響により、シェードや温室など季節商品の需要が伸び悩んだ。こうした中、コストプッシュ型のインフレや円安による海外仕入商品の価格高騰が消費者の出費抑制につながった。ホームセンター市場において消費者の購買行動の変化が見られ、各量販店における来店客数も前年から大幅に減少した。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売上は減少した。

海外事業

売上高は前期比43.1%増の19億43百万円。

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回復傾向にある。取引先の店舗における在庫過多の状況が解消され、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。価格改定を実施、特定カテゴリーの需要拡大及び販売チャネルの強化により2桁増収となった。また、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。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いる。また、海外におけるプロユース事業においては、米国での受注案件が増加し前期比97%増となった。

報告セグメント別売上高・利益

	24/1期	構成比/利益率	25/1期	構成比/利益率	前期比
日本	17,259	88.9%	17,285	86.9%	+0.1%
欧州	432	2.2%	666	3.4%	+54.3%
中国	872	4.5%	943	4.7%	+8.1%
韓国	214	1.1%	198	1.0%	-7.8%
米国	387	2.0%	537	2.7%	+38.7%
その他	244	1.3%	258	1.3%	+6.1%
連結売上高	19,411	100.0%	19,890	100.0%	+2.5%
日本	502	2.9%	549	3.2%	+9.3%
欧州	-476	-	-322	-	-
中国	56	6.4%	-137	-	-
韓国	-23	-	-57	-	-
米国	-231	-	-253	-	-
その他	-47	-	-44	-	-
連結調整	111	-	116	-	-
連結営業利益	-108	-	-150	-	-

*営業利益の構成比は連結調整前ベース。

*単位:百万円。

(2) 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

財政状態

	24年1月	25年1月		24年1月	25年1月
現預金	3,796	3,649	仕入債務	3,598	3,667
売上債権	3,136	3,494	短期有利子負債	4,020	4,700
たな卸資産	6,994	7,023	流動負債	9,505	9,810
流動資産	14,676	15,125	長期有利子負債	389	589
有形固定資産	6,395	6,452	固定負債	1,129	1,248
無形固定資産	566	518	純資産	12,499	12,756
投資その他資産	1,496	1,718	負債・純資産合計	23,134	23,814
固定資産	8,458	8,688	有利子負債合計	4,409	5,289

*単位:百万円。

*有利子負債は借入金。

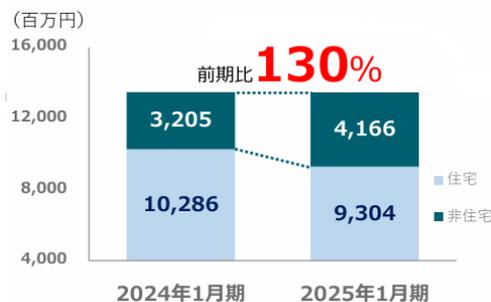
25/1 期末の総資産は前期末比 6 億 80 百万円増加し 238 億 14 百万円となった。売上債権等流動資産の増加が主因。流動負債は前期末比 3 億 5 百万円増加し 98 億 10 百万円となった。有利子負債の増加が主因。純資産は 2 億 56 百万円増加し 127 億 56 百万円となった。為替換算調整勘定の増加が主因。自己資本比率は 53.0%(前期末 53.5%)となった。

(3) トピックス

プロユース

売上構成比 70%を占めるプロユースでは、非住宅の売上が前期比 30%増と大きく伸びている。タカショーデジテックの売上は前期比 24%増と拡大して牽引する。

非住宅売上伸び率



タカショーデジテック売上伸び率

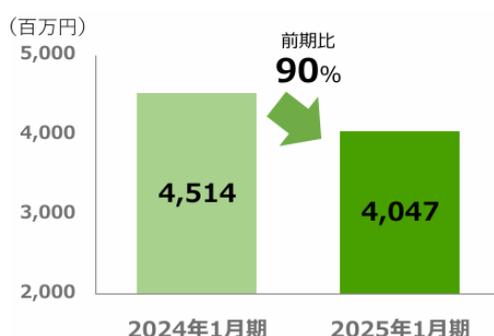


(同社資料より)

ホームユース

売上構成比 20%を占めるホームユースは前期比 10%減と苦戦する中、EC 販売が 18%増。

ホームユース売上推移



EC 売上伸び率



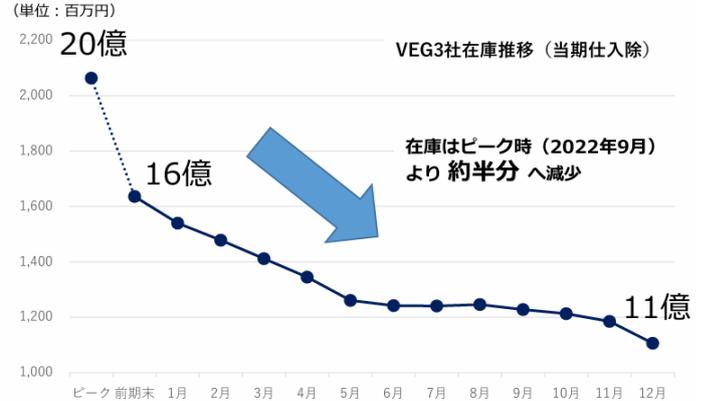
(同社資料より)

BRIDGE REPORT



海外

売上構成比 9.8%の海外では売上が 43%増と大きく回復。課題となっていた在庫はピーク時の約半分までにまで減少している。



(同社資料より)

4. 2026年1月期業績予想

連結業績

	25/1期 実績	構成比	26/1期 予想	構成比	前期比
売上高	19,890	100.0%	21,736	100.0%	+9.3%
営業利益	-150	-	308	1.4%	-
経常利益	83	0.4%	405	1.9%	+383.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	-242	-	122	0.6%	-

*単位: 百万円。

26/1期は前期比 9.3%の増収、483.6%の経常増益予想

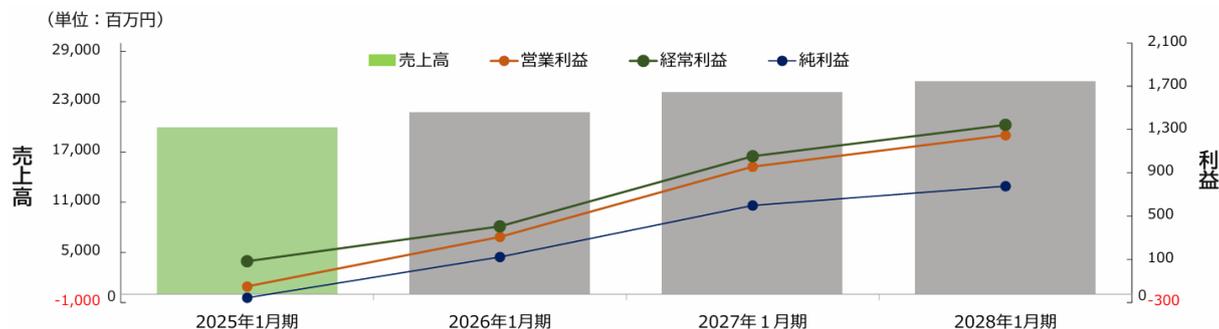
26/1期は売上高が前期比 9.3%増の 217 億 36 百万円、営業利益 3 億 8 百万円(前期は 1 億 50 百万円の損失)、経常利益は同 383.4%増の 4 億 5 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は 1 億 22 百万円(前期は 2 億 42 百万円の損失)を見込む。プロユース事業では、施工業者・工務店向けに DX サービスを含めた提案営業を拡充し、新規案件の獲得を推進する。また、非住宅分野の営業体制を強化して販売拡大を図る。ライティング事業ではさらなる成長を目指し、新商品開発や販売チャネルの強化を進める。株式会社 GLD-LAB を活用し、リアルとネットのハイブリッド化による AR・MR などの DX 型販売を進める。また、大手飲食チェーンを含む非住宅分野への営業・提案力を強化する。全国 7ヶ所のショールームと WEB を連動させた販売体制を整え、地域活性化や持続可能な経済社会の実現を目指す。タカショーデジテックは、株式会社ドローンショー・ジャパンと技術提携し、ドローン機体と同社のライティング技術を融合させた新たな光の演出を推進する。

ホームユース事業では、EC 分野での販売強化を図るとともに、自社工場での新商品開発やグローバル商品の共通販売を推進する。ホームセンター向け販売では商品構成の見直しを進め、天候の影響を受けにくい商品ラインナップの拡充に取り組む。海外事業では、米国において営業力の強化を進め、大手ホームセンターとの新規取引やプロユース商品の販売を推進する。欧州では、フランスやイタリアなど未開拓地域への販売拡大を図り、新規販売アイテムの投入や新商品開発を進める。英国では、ベジトラグの主力製品が英国王立園芸協会(RHS)の推奨商品に認定されたことを契機に、引き続きブランド認知度を高めていく。豪州では、オーストラリア子会社が「Supplier of the Year 2024 年最優秀賞」を受賞したことによる認知度向上を活かし、販売拡大を進める。中国では、タカショーデジテックチャイナの新工場稼働による生産能力の向上が見込まれる。屋外照明機器の生産に加え、OEM 製品や LED サイン、BtoC 向け商品の量産を進め、アジア・アメリカ・欧州などへの輸出を拡大させる考え。

配当は、前期と同じ 5.00 円/株の期末配当を予定。

5. 中長期計画

28/1 期に売上高 253 億 57 百万円、経常利益 13 億 43 百万円を計画している。



単位 百万円	2025年 1月期実績	2026年 1月期計画	2027年 1月期計画	2028年 1月期計画
売上高	19,890	21,736	24,063	25,357
営業利益	△150	308	957	1,248
経常利益	83	405	1,053	1,343
当期純利益	△242	122	598	776

セグメント別売上計画

単位 百万円	2025年 1月期実績	2026年 1月期計画	2027年 1月期計画	2028年 1月期計画
プロユース	13,838	14,306	15,133	15,845
ホームユース	4,047	4,552	5,246	5,526
海外	1,943	2,666	3,392	3,607
その他	60	213	291	379

(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

ROE 向上に向けた考え方

28/1 期に ROE(①×②×③)11.7%を目指す。

①売上高純利益率(収益性)

・売上高営業利益率上昇のために各セグメントの粗利率を向上させるとともに、BPRによる販管費率の低減を図る。

②総資産回転率(資産効率性)

・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

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

なお、ROA(総資産営業利益率)については26/1期0.5%、28/1期3.1%が目標。

6. 今後の注目点

国内でホームセンター市場の回復に遅れが生じていることにより25/1期は営業損失となった。こうした中でも将来の事業拡大に向けた準備は着々と進めている。プロユース事業ではコントラクト向け製品が大幅に拡大し非住宅の売上が前期比30%増。外食店舗などでも実績が次々と出ている。特にタカショーデジテックの成長が顕著。同社の売上が限定的で今後の拡大余地は大きいとみている。今後の成長を牽引するだろう。生産体制も拡充されており、今後は売上構成比が高まることにより利益貢献も大きくなるだろう。海外事業においても在庫が大幅に縮小しており、今後は回復から成長への道筋が出来つつある。プロユースの取り組みにも注目。国内ホームユース事業では天候不順もあり25/1期は苦戦したが、26/1期は逆に反動となることも想定できそう。またホームユースでは国内外でeコマースによる売上の増加が続くだろう。

中期計画で28/1期に目指す純利益7億76万円を達成すればEPSは50円程度となる。26/1期以降に今後見込める成長を考慮すると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:2024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】	<p>(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。</p> <p>(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判断される銘柄については、縮減を図ります。</p> <p>(3)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。</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】	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、

BRIDGE REPORT

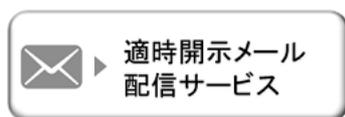


	関連部門において適宜モニタリングを行っております。また、従業員の資産形成のため企業型確定拠出年金制度を導入しております。入社時には従業員に対し運用期間・運用商品の選定や資産運用に関する説明を行っております。
【補充原則3-1-3 サステナビリティについての取り組み】	当社グループのサステナビリティに関する方針・取り組みについては、有価証券報告書において開示しております。
【補充原則4-1-1 取締役会の役割・責務】	当社は、取締役会の意思決定の範囲として、法令および定款にて定める事項のほか、重要な意思決定の項目として「取締役会規程」および「稟議規程」ならびに「稟議規程細則」を設けて運用しております。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。
【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】	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ありますが、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.

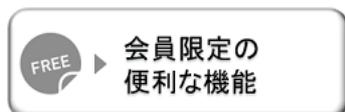
ブリッジレポート(タカショー:7590)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



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。

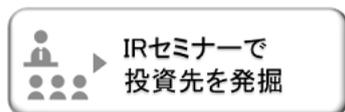
>> [ご登録はこちらから](#)



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](#)