



株式会社 **タカチホ**

2022年3月期

# 決算説明会資料

---

2022年6月17日（金）15:00～  
（8225：東証スタンダード）



# 当社の概要 及び現況について

## 観光土産品を中心にレジャー産業を基軸にする専門企業

会社名	株式会社タカチホ
設立	昭和24年2月28日
代表者	代表取締役社長 久保田一臣
資本金	10億円
本社	長野県長野市大豆島5888
営業所	松本営業所（長野県松本市）
直営店	みやげ小売店6店舗 ※子会社管轄1店舗含む
	飲食店3店舗
	アウトドア用品店3店舗
	ギフト用品小売店舗2店舗
	温泉施設1店舗

100%出資  
子会社

- 株式会社ひだ銘販（岐阜県）
- 株式会社富士銘販（静岡県）
- 株式会社赤城銘販（群馬県）
- 株式会社東京旬彩堂（東京都）
- 株式会社越後銘販（新潟県）
- 株式会社佐渡銘販（新潟県）
- 株式会社郡山銘販（福島県）
- 株式会社蔵王銘販（宮城県）
- 庄和堂株式会社（山形県）
- 株式会社奥羽銘販（岩手県）
- 株式会社青森銘販（青森県）
- 株式会社札幌旬彩堂（北海道）
- 有限会社タカチホ・サービス（長野県）



経営  
理念

限りなき発展を目指し、社員と株主、取引先との共存共栄をはかり、豊かな生活を創造し、そして社会に貢献する。  
大きな会社を築くより、最良の会社を目指す

経営  
ビジョン

当社はレジャー産業を基軸にする専門企業として常に環境の変化に対応し、新たな需要の創造と機能性の向上を目指すとともに、業務を通し生活文化の向上に貢献し、日々新たなる挑戦により企業文化の創造と育成を図る

## 土産関連事業

### みやげ卸事業

- 東日本を中心とした全15拠点での展開
- ニーズに沿った商品開発
- 地域色を活かしたECサイトの運営

### みやげ製造事業

- 観光土産品の各種OEM製造
- 地域産品を使用した商品開発と提案

### みやげ小売事業

- ブランドショップ「旬粋」の展開
- 観光特産品、独自商品の取扱いによる他店との差別化

## 飲食事業

- カレー専門店、そば専門店、クレープ&ガレット専門店の展開



みやげ小売店舗



飲食店の運営

## 温浴施設事業

- 『天然温泉まめじま湯ったり苑』の運営
- 車中泊可能駐車場の提供



アウトドア用品店



温浴施設

## アウトドア用品事業

- アウトドアステーションバンパンの運営
- キャンプ用品、フィッシング用品の販売・一部レンタル



その他の事業



## 不動産賃貸事業

- 『ショッピングタウンあおぞら』の運営
- テナント管理、催事誘致

## ギフト店事業

- シャディを中心とした冠婚葬祭ギフト専門店2店舗の運営

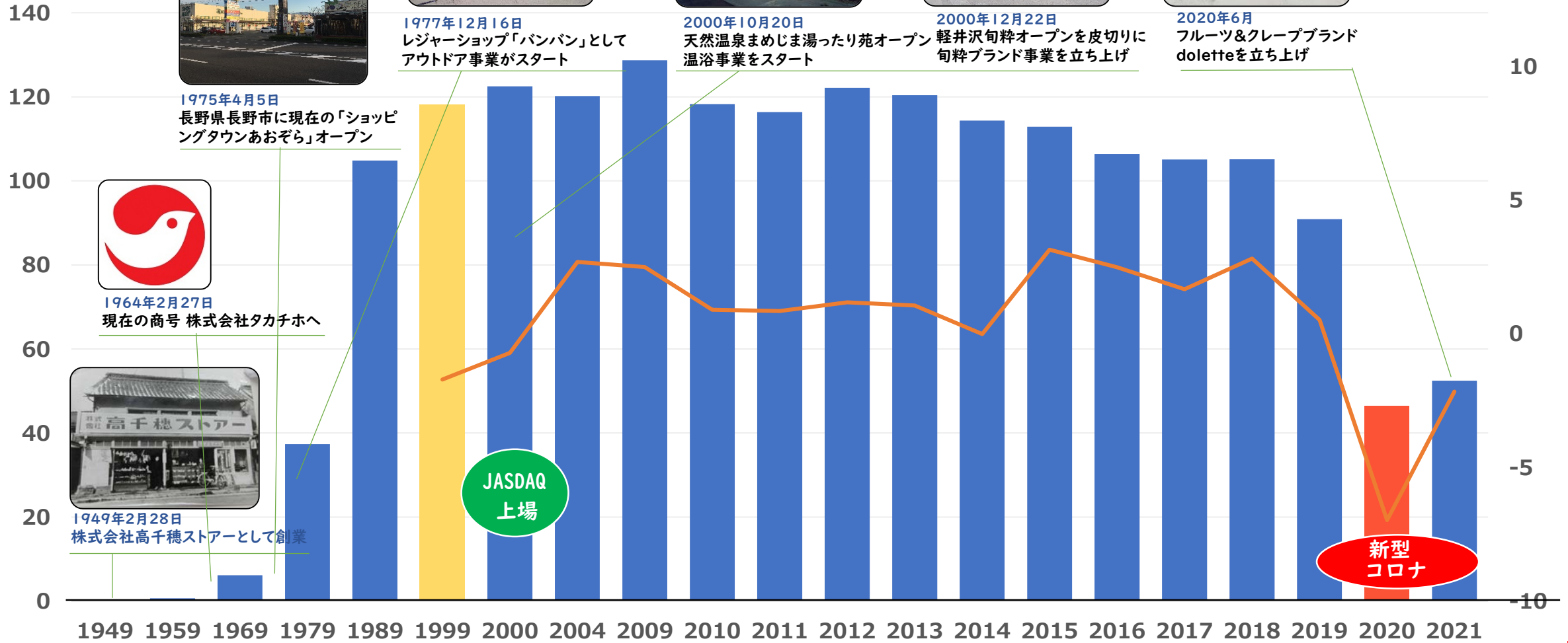
## 保険代理店事業

- 東京海上日動火災保険をはじめとした各種保険を取扱う代理店の運営

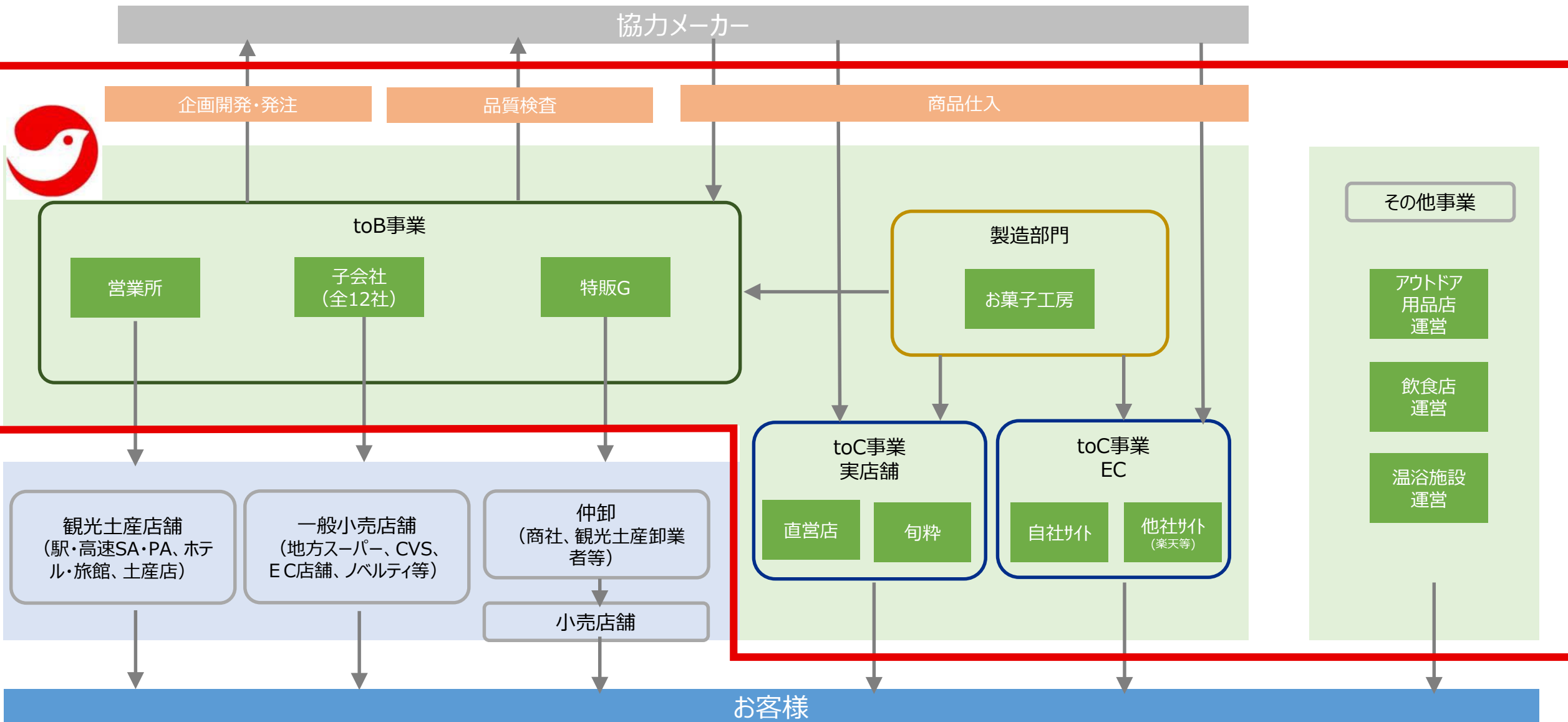
## その他事業

売上(棒グラフ)  
(単位:億円)

経常利益(折れ線グラフ)  
(単位:億円)



# 当社のビジネスモデル



## お土産品を通じて人のつながりと人生を楽しむ余暇時間を提供

### 魅力的な商品提供による 観光業界活性化を支援

- ◆ 全国に亘る取引先からの知名度・信頼
- ◆ 1000社以上の協力企業による小ロット生産と物流体制
- ◆ 東日本を中心とした子会社による地域密着の販売網

### 小売店の活性化を支援

- ◆ 各営業拠点や自社小売店舗から得られるマーケティング情報
- ◆ 売り場づくりの支援ノウハウ（演出から販売）
- ◆ 蓄積情報の提供による小売店の経営支援ノウハウ（キャッシュレスサービス等）

### 地域の観光魅力度(観光価値)向上へ寄与

- ◆ 協力企業との連携による商品企画力
- ◆ 地域企業・団体・生産者との繋がりによるオリジナル商品の開発
- ◆ 自社工場活用によるオリジナル商品提供力

#### 小売店ニーズ

- 少量多品種の品揃え
- 滞りの無い商品調達

- 店舗の活性化・集客力向上
- 店舗運営の効率化

#### 地元住民ニーズ

- 地域の魅力の発信・地元活性化
- 地元素材の活用

#### 観光客ニーズ

- 新たな地域の魅力発見
- ユニークな商品との出会い

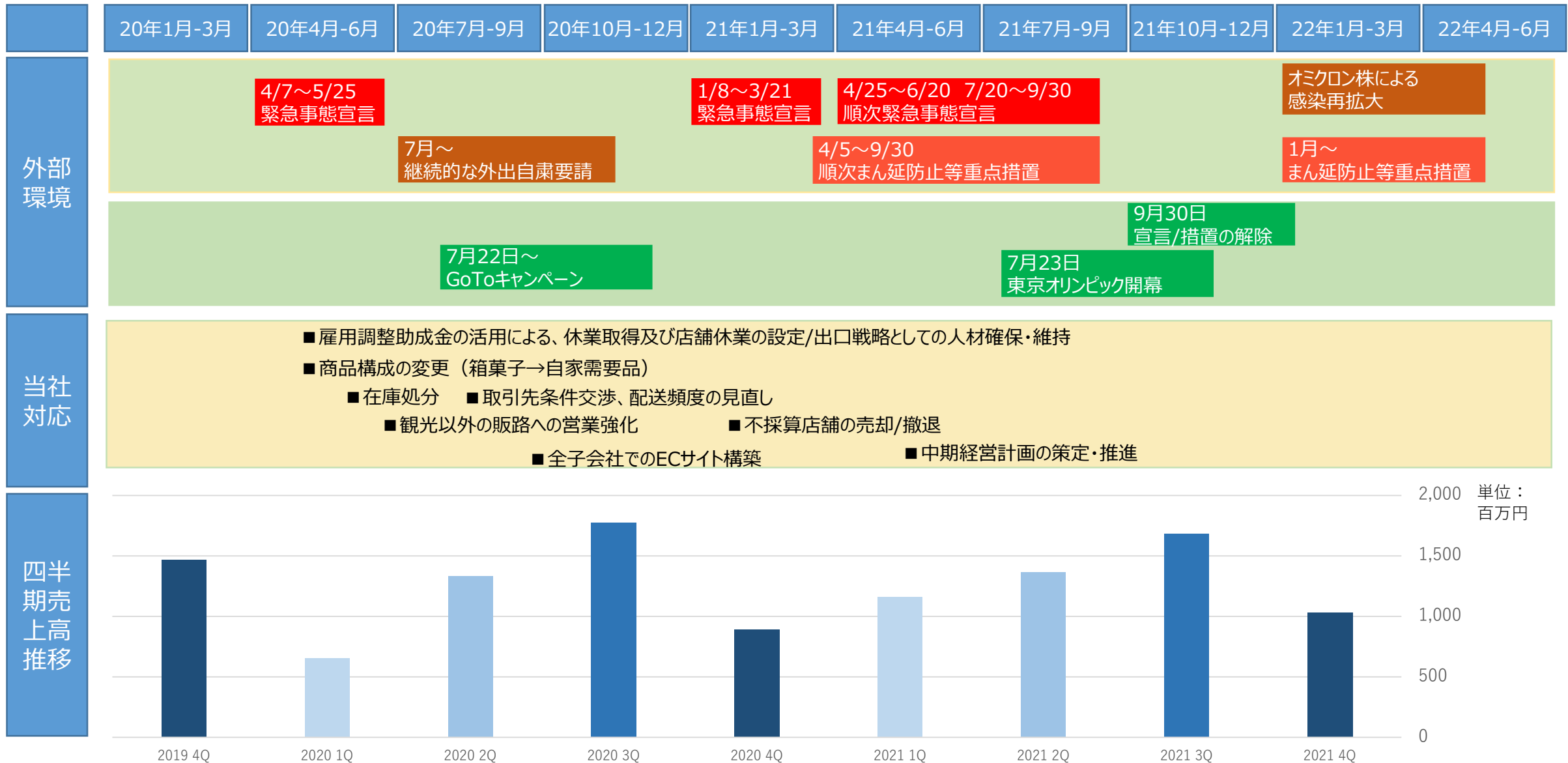




# コロナ禍における 当社現況について



# コロナ禍における当社の現況



## コロナ禍における課題認識

- コロナ禍による生活スタイルの変化
  - ➔ 出張頻度の減少、少人数・近隣地域への旅行増による土産ニーズの変化
- 政府・自治体による移動自粛要請
  - ➔ 緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の発令による需要減

## コロナ禍における当社としての課題と対応

- 突然の移動制限による在庫リスク
  - ➔ 受注発注方式への変更、出張販売・ガレージセール等での在庫削減
- 人材流出による業務運営・計画遅延リスク
  - コロナ禍の長期化による売上に対するモチベーションの低下
    - ➔ 雇用調整助成金、人材育成方針の共有による雇用確保・維持
    - ➔ アクセルとブレーキの柔軟で迅速な切り替え体制



# 2022年3月期決算 及び業績予想について



# 連結損益計算書

単位：百万円／%	2021年3月期	構成比	2022年3月期	構成比	前期比	
					増減額	増減率
売上高	4,654	100.0	5,247	100.0	592	12.7
売上原価	3,538	76.0	3,812	72.7	274	7.8
売上総利益	1,116	24.0	1,434	27.3	317	28.5
販売費及び一般管理費	1,814	39.0	1,651	31.5	△162	△9.0
営業利益	△697	—	△216	—	480	—
経常利益	△695	—	△220	—	474	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△940	—	△154	—	786	—



# 連結貸借対照表

単位：百万円／％	2021年3月期		2022年3月期		前期末比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
<b>資産の部</b>						
流動資産合計	1,616	41.6	1,616	44.3	0	△0.0
現金及び預金	744	19.2	744	20.4	0	0.0
受取手形・売掛金	335	8.6	414	11.4	78	23.4
棚卸資産・その他	535	13.8	456	12.5	△78	△14.7
固定資産合計	2,269	58.4	2,032	55.7	△237	△10.4
有形固定資産	1,741	44.8	1,633	44.8	△108	△6.2
投資有価証券・その他	527	13.6	398	10.9	△129	△24.5
<b>資産合計</b>	<b>3,885</b>	<b>100.0</b>	<b>3,648</b>	<b>100.0</b>	<b>△237</b>	<b>△6.1</b>
<b>負債の部</b>						
流動負債合計	1,055	27.2	1,512	41.5	457	43.3
支払手形・買掛金・その他	445	11.5	561	15.4	116	26.1
短期借入金	—	—	500	13.7	500	—
一年内返済予定の長期借入金	610	15.7	451	12.4	△158	△26.0
固定負債合計	1,760	45.3	1,225	33.6	△534	△30.4
<b>負債合計</b>	<b>2,816</b>	<b>72.5</b>	<b>2,738</b>	<b>75.1</b>	<b>△77</b>	<b>△2.7</b>
<b>純資産の部</b>						
資本金	1,000	25.7	1,000	27.4	0	0.0
資本・利益剰余金	248	6.4	88	2.4	△159	△64.3
自己株式	△179	△4.6	△179	△4.9	0	△0.0
<b>純資産合計</b>	<b>1,069</b>	<b>27.5</b>	<b>910</b>	<b>24.9</b>	<b>△159</b>	<b>△14.9</b>

# 連結キャッシュ・フロー計算表

単位：百万円	2021年3月期	2022年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△210	△11
投資活動によるキャッシュ・フロー	△150	122
<b>フリーキャッシュフロー</b>	<b>△360</b>	<b>111</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	539	△111
現金及び現金同等物の増減額	178	0
現金及び現金同等物の期首残高	554	733
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>733</b>	<b>733</b>



# セグメント別業績

単位：百万円／%	2021年3月期			2022年3月期		
	売上高		営業利益	売上高		営業利益
	金額	構成比		金額	構成比	
みやげ卸売事業	2,656	57.1	△350	3,308	63.1	△52
みやげ小売事業	474	10.2	△134	464	8.9	△62
みやげ製造事業	76	1.6	△91	80	1.5	△64
<b>(観光土産品事業計)</b>	<b>3,208</b>	<b>68.9</b>	<b>△576</b>	<b>3,853</b>	<b>73.4</b>	<b>△178</b>
温浴施設事業	196	4.2	△29	238	4.5	27
不動産賃貸事業	109	2.4	40	123	2.4	44
アウトドア用品事業	696	15.0	99	694	13.2	90
飲食事業	70	1.5	△52	73	1.4	△33
その他	372	8.0	39	264	5.0	26
<b>(調整額)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>※△219</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>※△193</b>
<b>合計</b>	<b>4,654</b>	<b>100.0</b>	<b>△697</b>	<b>5,247</b>	<b>100.0</b>	<b>△216</b>

※営業利益における調整額はセグメント間取引消去額及び各報告セグメントに配分していない一般管理費等の全社費用であります。



## 観光土産品事業

### □ みやげ卸売事業

売上高3,308百万円 営業利益 △52百万円

### □ みやげ小売事業

売上高 464百万円 営業利益 △62百万円

### □ みやげ製造事業

売上高 80百万円 営業利益 △64百万円



当社製造商品

➡新型コロナウイルスの影響により、観光事業全体に大きなダメージ

2021年4月～2022年3月の年度内において、3/4の期間で緊急事態宣言、まん延防止等重点措置の発令による移動制限があり、前期よりは回復したものの営業赤字が発生

➡観光以外の販路開拓、地元客を対象とした商品展開を実施

## 温浴施設事業

### □ 温浴施設事業

売上高 238百万円 営業利益 27百万円



温天  
泉然  
まめじま 湯のつり苑

➡ 前期営業赤字29百万円から黒字化

客数増も食事、マッサージ等付帯利益は回復に遅れ

➡ 集客イベントの実施、キャッシュレス対応の推進により客単価改善策を実施

## アウトドア用品事業

### □ アウトドア用品事業

売上高 694百万円 営業利益 90百万円



### ➡ 前期比0.3%のマイナス

アウトドア需要の増加により競合店の進出、商品不足が発生

### ➡ 体験型イベントの実施、レンタルの拡充、企業向け販売による収益確保を実施

## その他事業

### □ 不動産賃貸事業

売上高 123百万円 営業利益 44百万円

### □ 飲食事業

売上高 73百万円 営業利益 △33百万円

### □ その他事業

売上高 264百万円 営業利益 26百万円



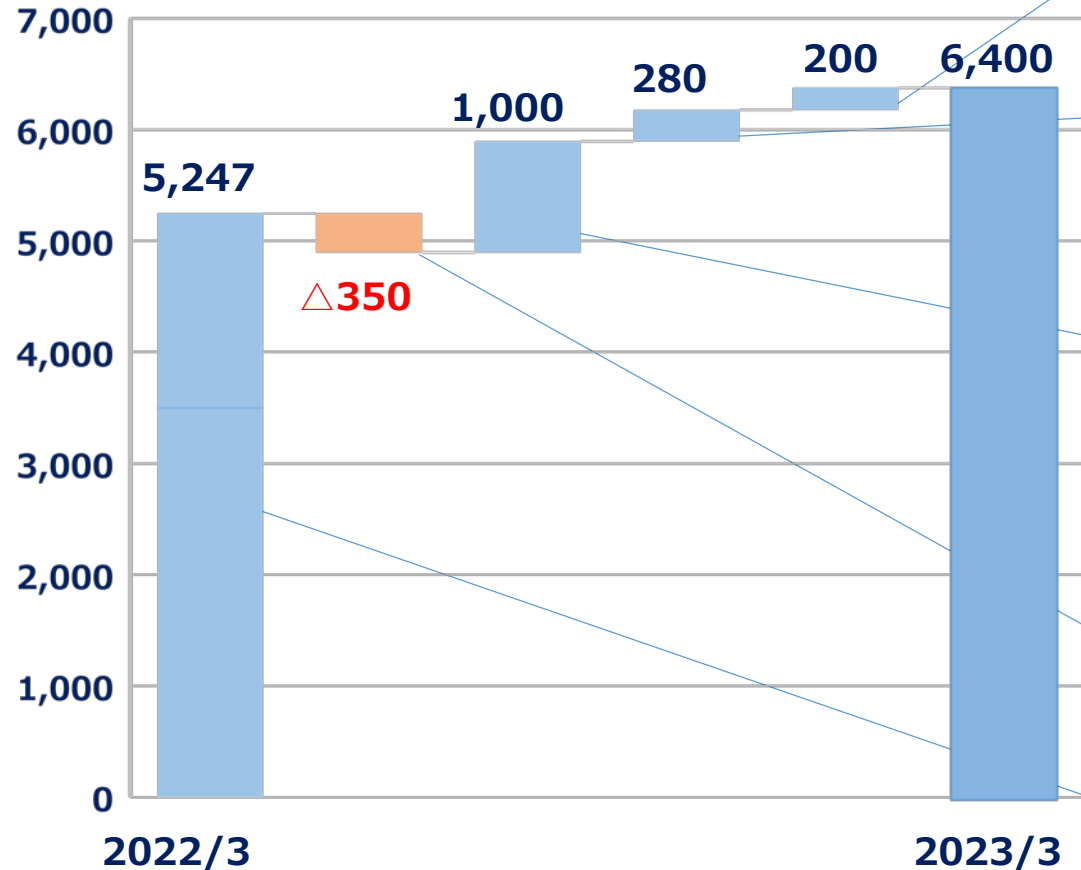
➡その他事業において事業の見直しによりシャトレーゼFC契約を解除、店舗売却を実施  
ショッピングタウンあおぞらへの新テナントの誘致を実施

➡飲食事業において時間短縮・休業日増によるコスト削減を実施



# 2023年3月期売上高予想

**売上高 6,400百万円**



## 内部要因によるプラス要素

**+200百万円程度**

販路の拡大/新商品展開  
EC売上（前期187百万円）の拡大

## 外部環境要因によるプラス要素

**+280百万円程度**

善光寺御開帳  
県民割の拡大等観光支援策

## 市場回復によるプラス要素

**+1,000百万円程度**

前期比+19%（みやげ事業は2020年3月期比66.3%）  
緊急事態宣言  
まん延防止等重点措置  
移動自粛要請

解除による観光需要増

## 不採算得意先/店舗の減少

**△350百万円程度**

**前期売上高**

**5,247百万円**



# 2023年3月期業績予想

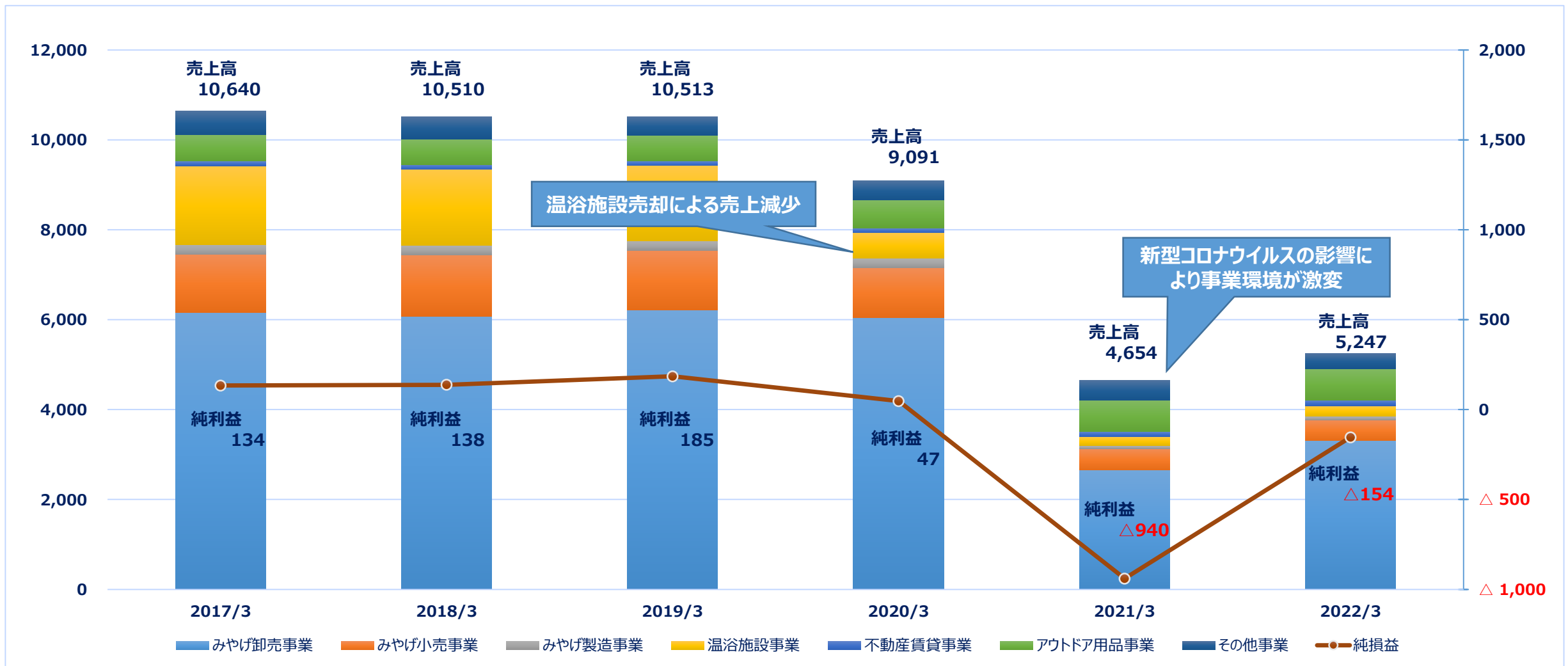
セグメント (単位：百万円)	2022年3月期	構成比	2023年3月期	構成比	前期比	
					増減額 (百万円)	増減率 (%)
売上高	5,247	100.0	6,400	100.0	1,153	22.0
観光みやげ品事業	3,853	73.4	5,064	79.1	1,211	31.4
その他事業	1,394	26.6	1,336	20.9	△57	△4.1
営業利益	△216	－	60	0.9	276	－
観光みやげ品事業	△178	－	25	－	203	－
その他事業	155	－	188	－	33	21.3
(調整額)	※△193	－	※△153	－	40	－
経常利益	△220	－	55	0.9	275	－
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△154	－	38	0.6	192	－

※営業利益の調整額は、セグメント間取引消去額及び各報告セグメントに配分していない一般管理費等の全社費用であります。

# 中期経営計画について

## 業績推移 (全社)

(単位:百万円)







# 中期経営計画における市場環境及び当社の課題

## 観光土産市場に対する認識と課題

- 海外旅行から国内観光へのシフト、外国人観光客の減少  
→土産品市場においては国内観光へのシフトはプラス要素
- 地産地消ニーズの高まり  
→地域の食材、地場企業商品の選択が増加
- 観光土産品ニーズとして贈答用の高価格商品と自家消費商品に大別される  
→中間の商品についてはニーズが減少する



## 観光土産市場に対する当社としての課題

- ニーズの多様化に対応するため、少量多品種の品揃えが必要  
→商品構成の見直しと新たな商品開発の必要性  
→D Xを推進し、欠品による機会損失、過剰在庫による雑損失リスクへの対応



# 中期経営計画における当社の財務基盤における課題

## 財務面での課題

### 財務基盤の回復が必要

- 収益力向上を図るための生産性の向上
- 商慣習（返品の在り方や納品の在り方）の見直し
- 得意先の減少等による営業体制や人員配置の見直し



➡バリューチェーン（生産 ⇨ 仕入 ⇨ 倉庫管理 ⇨ 営業 ⇨ 販売 ⇨ サービス）の再構築による付加価値の向上

# リスタート ～新時代に向けた価値創造～

- 創業70余年にわたり発展を続けてきた中、創業の原点に回帰し  
新たな時代にふさわしい価値を創造する



当社の価値を再度見つめ直し、地域全体の発展に寄与することで  
新たな時代に即した価値を見出し企業発展の礎とする



# 目標数値と指標及び推移

## セグメント別業績目標（2026.3）

（単位:百万円）

セグメント	2026.3(目標)	2021.3(実績)	2022.3(実績)	2023.3(予想)
売上高	11,000	4,654	5,247	6,400
観光土産卸	7,600	2,656	3,308	4,264
観光土産小売	1,300	474	464	650
土産製造	300	76	80	150
アウトドア事業	800	696	694	685
温浴事業	300	196	238	266
飲食事業	200	70	73	97
その他（新規事業含む）	500	482	387	288
営業利益	350	△697	△216	60
当期純利益	225	△940	△154	38

# 目標数値（2026.3）及び推移

自己資本比率	35%以上	2022年3月期	24.9%
		2021年3月期	27.5%
		2020年3月期	47.3%
売上総利益率	30%以上	2022年3月期	27.3%
		2021年3月期	24.0%
		2020年3月期	25.8%
営業利益率	3%以上	2022年3月期	△4.1%
		2021年3月期	△15.0%
		2020年3月期	0.6%
ROA (総資産利益率)	5%以上	2022年3月期	△5.9%
		2021年3月期	△17.1%
		2020年3月期	1.1%
ROE (自己資本利益率)	14%以上	2022年3月期	△15.6%
		2021年3月期	△61.2%
		2020年3月期	2.4%



## SDGsに向けた取り組み(2030年目標)



地域産品を使用した商品構成

70%以上 (2021年 約40%)



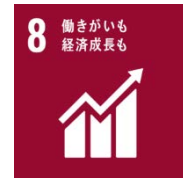
プラトラーを使用した商品

全体の45%以下 (2021年 約62%)



ESアンケート総合満足度

70%以上 (2021年調査 約42%)



## みやげもの関連事業：商品力強化と販路拡大

- 西日本への販路拡大
  - 大阪・関西万博への参入、仲卸の営業強化
  - 愛知万博の参入経験をベースに関西の仲卸先との関係強化
- 地域産品、伝統工芸品の取扱量増
  - 地域原産材を使った商品企画、開発の強化
  - 取扱商品に占める割合：2022年3月期 約40%
- 観光以外の販路
  - スーパー、コンビニ及び各催事への商品提供
  - 大手及び地方有力スーパー等へ商品提供
- 本社工場の生産量拡大
  - 拡大の土台となる効率化と付加価値向上に着手
  - 生産ラインの見直しと商品仕様の変更（価格改定）

## レジャー関連事業、新規事業：事業深化

- **キャンプ場の運営とアウトドア（OD）店舗拡大**  
キャンプ場の運営受託や運営者との提携、店舗の拡充と出店  
→ キャンプ場運営へ応募、OD新商品の取込み
  
- **新規事業（まちづくり、イベント収益、インバウンド対応、施設運営等）での売上拡大**  
まちづくり、イベント収益  
→ 地域イベントへの出店等  
施設運営等  
→ 産直売り場の開始検討



## サナビリティー関連

- プラトリーの廃止及び買い物袋の見直し
- DXの推進による機会損失/雑損失の削減
- 生産性 人時生産性目標の達成
- 労務管理の徹底とテレワークの推進
- 性別、年齢問わず積極的な登用によるダイバーシティ&インクルージョンの推進
- IRによる企業価値の向上
- 管理部門における体制整備（総務、人事、システム、経理、財務、IR、監査）
- 財務の健全化
- コーポレートガバナンスコードへの対応
- 業務見直し及び適正配置による固定費の圧縮



# その他

# サステナビリティに対する考え方、取り組み

ステークホルダーとの協働・協創の全体設計と中期経営計画における取り組みについて当社HPにて公表しております。

<https://kk-takachiho.jp/publics/index/101/>



## 健康経営優良法人2022（大規模法人部門）の認定

当社は、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」の取り組みが優良であることが認められ、2022年3月9日付で、「健康経営優良法人2022（大規模法人部門）」に認定されました。

健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。



## 本件に対するお問い合わせ先



株式会社 **タカチホ**

管理本部／経営企画部

電話番号 : 026-221-6677 (代表)

メールアドレス : [info@takachiho-net.co.jp](mailto:info@takachiho-net.co.jp)