

株式会社タカチホ 決算説明会

2023年3月期

2023年6月16日（金）15:00～



株式会社 **タカチホ**

【証券コード 8225】 東証スタンダード

事業内容



みやげ製造



アウトドア用品



みやげ卸・小売



温浴施設



飲食

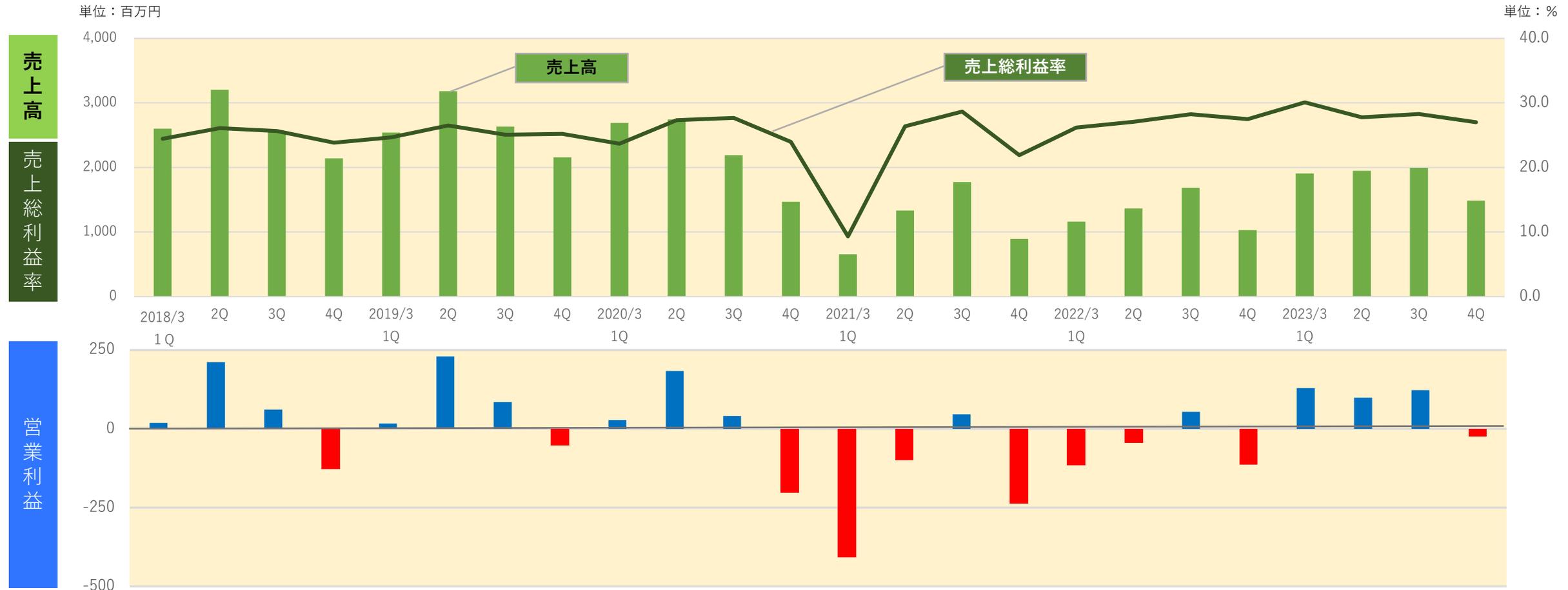


不動産賃貸

決算概要

四半期毎の業績推移

	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
主な トピックス			温浴事業の縮小	コロナ感染拡大による断続的な行動制限、活動自粛		緩やかな自粛緩和と消費回復
	お土産事業、飲食事業の出店拡大			在庫圧縮、業務効率化		ノンコア事業や不採算事業の切り離し、商品力の改善



単位：百万円	2022年3月期	構成比 (%)	2023年3月期 (期初予想)	構成比 (%)	2023年3月期	構成比 (%)	前期比	
							増減額	増減率 (%)
売上高	5,247	100.0	6,400	100.0	7,334	100.0	2,087 ^①	39.8 ^①
売上原価	3,812	72.7	-	-	5,254	71.6	1,441	37.8
売上総利益	1,434	27.3	-	-	2,080 ^②	28.4 ^②	645	45.0
販売費及び一般管理費	1,651	31.5	-	-	1,751	23.9	99	6.0
営業利益	△216	-	60	0.9	329	4.5	545	-
経常利益	△220	-	55	0.9	327	4.5	548	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△154	-	38	0.6	460 ^③	6.3	614	-

①市場環境の回復によりおみやげの需要も拡大し、売上高は前期比+39.8%と大幅増加

②商品設計の見直しと価格改定、ノンコア事業の整理を進め、売上総利益率は28.4%（前期比+1.1%）へ向上

③助成金及び給付金等が47百万円、収益予想洗い替えにもとづく繰延税金資産の積み増し151百万円

連結業績ハイライト（セグメント別）

単位： 百万円	セグメント	2022年3月期		2023年3月期		増減額	
			構成比 (%)		構成比 (%)		増減率 (%)
売上高	みやげ 卸売事業	3,308	63.0	5,114	69.7	1,806	54.6
	みやげ 小売事業	464	8.9	891	12.2	426	① 91.8
	みやげ 製造事業	80	1.5	131	1.8	50	62.8
	(みやげ 事業計)	3,853	73.4	6,137	83.7	2,283	59.3
	みやげ以外 事業	1,393	26.6	1,196	16.3	② △197	△14.1
	合計	5,247	100.0	7,334	100.0	2,087	39.8
営業利益	みやげ 卸売事業	△52	24.1	351	106.8	403	—
	みやげ 小売事業	△62	28.9	77	23.5	139	—
	みやげ 製造事業	△64	29.6	③ △16	△4.9	48	—
	(みやげ 事業計)	△178	82.6	412	125.4	591	—
	みやげ以外 事業	155	△71.9	137	41.6	△18	△12.0
	※ (調整額)	△193	89.3	△220	△67.0	△27	—
	合計	△216	100.0	329	100.0	545	—

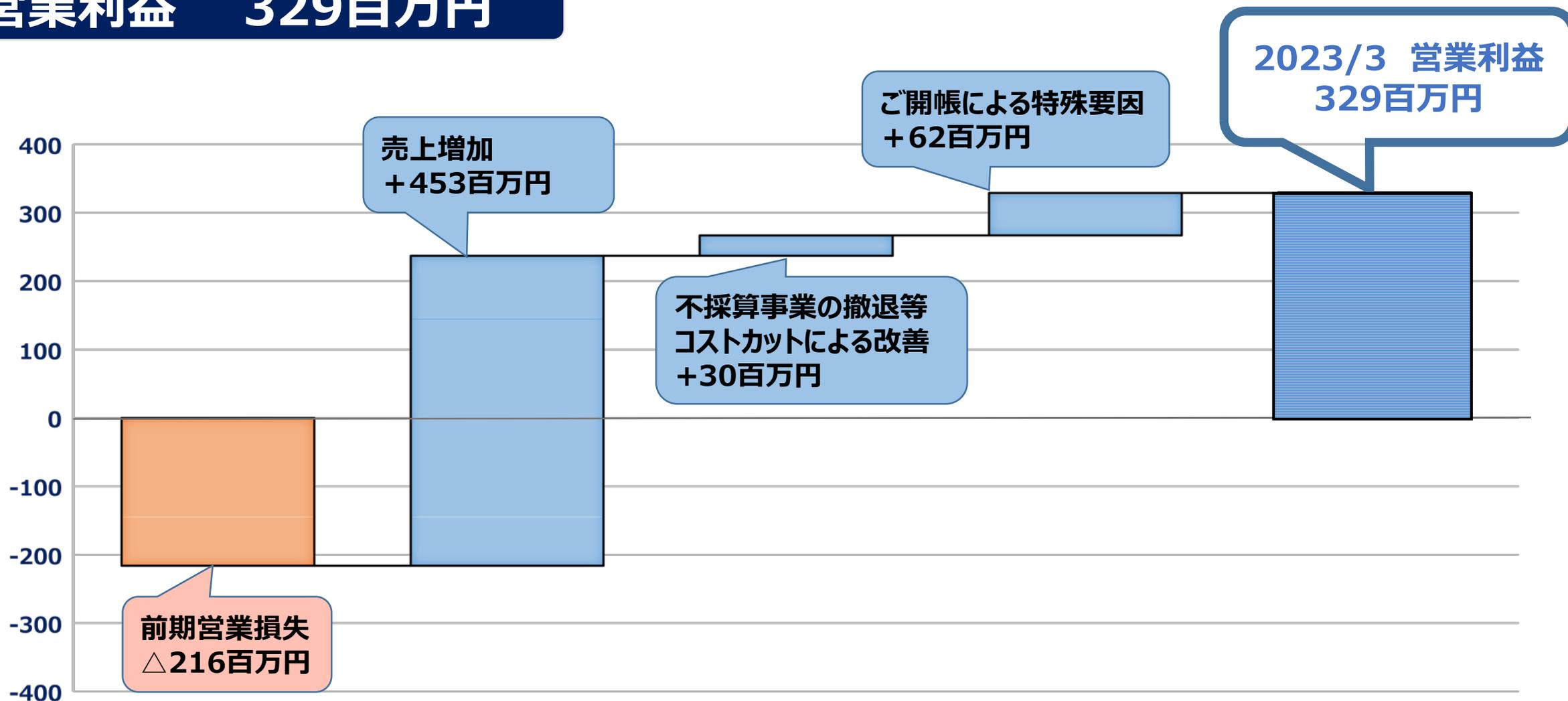
①土産小売り事業は長野市の御開帳効果を大きく受けており、これを除いた増減率は59.7%

②その他事業のマイナスは主にアウトドア事業のマイナス（△141百万円）によるもの

③みやげ製造事業のマイナスは人員不足による稼働低迷と価格改定による資材廃棄ロス（7百万円）が主因

※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。

営業利益 329百万円



観光土産品事業

□ みやげ 卸売事業

売上高 5,114百万円(前期比+54%) 営業利益 351百万円(前期は△52百万円)

➡市場動向の変化に合わせた商品開発、高付加価値商品の拡大など、需要取り込みに注力

□ みやげ 小売事業

売上高 891百万円(前期比+91%) 営業利益 77百万円(前期は△62百万円)

➡飲食エリアをおみやげエリアへ変更など、売り場面積の増設や需要動向の変化に合わせ商品構成の見直しを実施

□ みやげ 製造事業

売上高 131百万円(前期比+62%) 営業利益△16百万円(前期は△64百万円)

➡製造人員の不足により工場稼働が追い付かず

原材料価格の高騰が続き、価格転嫁やスペック変更等を実施（一部資材ロスの発生）

土産品以外の事業

□ アウトドア用品事業

売上高 552百万円(前期比△20%) 営業利益 33百万円(前期比△63%)

➡体験型イベント、レンタルの拡充、企業向け販売等を実施

□ 温浴施設事業

売上高 276百万円(前期比+16%) 営業利益 29百万円(前期比 +7%)

➡価格改定を行うとともに集客イベントの実施、キャッシュレス対応を推進

□ 不動産賃貸事業

売上高 125百万円(前期比 +2%) 営業利益 44百万円(前期比 ±0%)

➡撤退した店舗を賃貸物件へシフト

□ その他事業

売上高 242百万円(前期比△28%) 営業利益 29百万円(前期は△7百万円)

連結貸借対照表

単位：百万円	2022年3月期		2023年3月期		前期末比	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	増減額	増減率(%)
資産の部						
流動資産合計	1,616	44.3	2,026	48.6	410	25.4
現金及び預金	744	20.4	913	21.9	168	22.7
受取手形・売掛金	414	11.4	651	15.6	236	57.0
棚卸資産・その他	456	12.5	462	11.1	5	1.1
固定資産合計	2,032	55.7	2,140	51.4	107	5.3
有形固定資産	1,633	44.8	1,586	38.1	△47	△2.8
投資有価証券・その他	398	10.9	553	13.3	155	38.9
資産合計	3,648	100.0	4,166	100.0	517	14.2
負債の部						
流動負債合計	1,512	41.5	1,156	27.8	△355	△23.5
支払手形・買掛金・その他	561	15.4	800	19.2	239	42.6
短期及び一年内返済予定の長期借入金	951	26.1	356	8.6	△595	△62.5
固定負債合計	1,225	33.6	1,635	39.2	409	33.4
負債合計	2,738	75.1	2,792	67.0	54	1.9
純資産の部						
資本金	1,000	27.4	1,000	24.0	0	0.0
資本剰余金	701	19.2	701	16.8	0	0.0
利益剰余金	△612	△16.8	△152	△3.6	460	-
自己株式	△179	△4.9	△179	△4.2	0	0.0
純資産合計	910	24.9	1,374	33.0	463	51.0

連結キャッシュ・フロー計算表

単位：百万円	2022年3月期	2023年3月期
①営業活動によるキャッシュ・フロー	△11	392
②投資活動によるキャッシュ・フロー	122	△44
フリーキャッシュフロー（①+②）	111	347
財務活動によるキャッシュ・フロー	△111	△178
現金及び現金同等物の増減額	0	168
現金及び現金同等物の期首残高	733	733
現金及び現金同等物の期末残高	733	902

フリーキャッシュフローの
対前年増減率 312.6%

2024年3月期 通期業績予想

2024年3月期業績予想

単位：百万円	セグメント	2023年3月期		2024年3月期		増減額	
			構成比 (%)		構成比 (%)		増減率 (%)
売上高	みやげ 事業	6,137	83.7	6,531	85.9	394	6.4
	みやげ以外 事業	1,196	16.3	1,069	14.1	△128	△10.7
	合 計	7,334	100.0	7,600	100.0	266	3.6
営業利益	みやげ 事業	412	125.4	332	98.5	△80	△19.4
	みやげ以外 事業	137	41.6	140	41.5	3	△2.2
	※ (調整額)	※△220	△67.0	※△135	△40.0	85	38.6
	合 計	329	100.0	337	100.0	8	2.4
経常利益		327	—	330	—	3	0.9
親会社株主に帰属する当期純利益		460	—	230	—	① △230	△50.5

①前期に計上した特別利益（助成金等△47百万円、法人税等調整額△151百万円）が剥落

※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。

売上高 7,600百万円

施策展開による売上増加

新商品開発や高付加価値商品を積極的に投入

➔ **+650百万円程度**

ノコア事業の整理/店舗の減少

ギフト事業、保険事業、飲食部門の廃止や縮小

➔ **△160百万円程度**

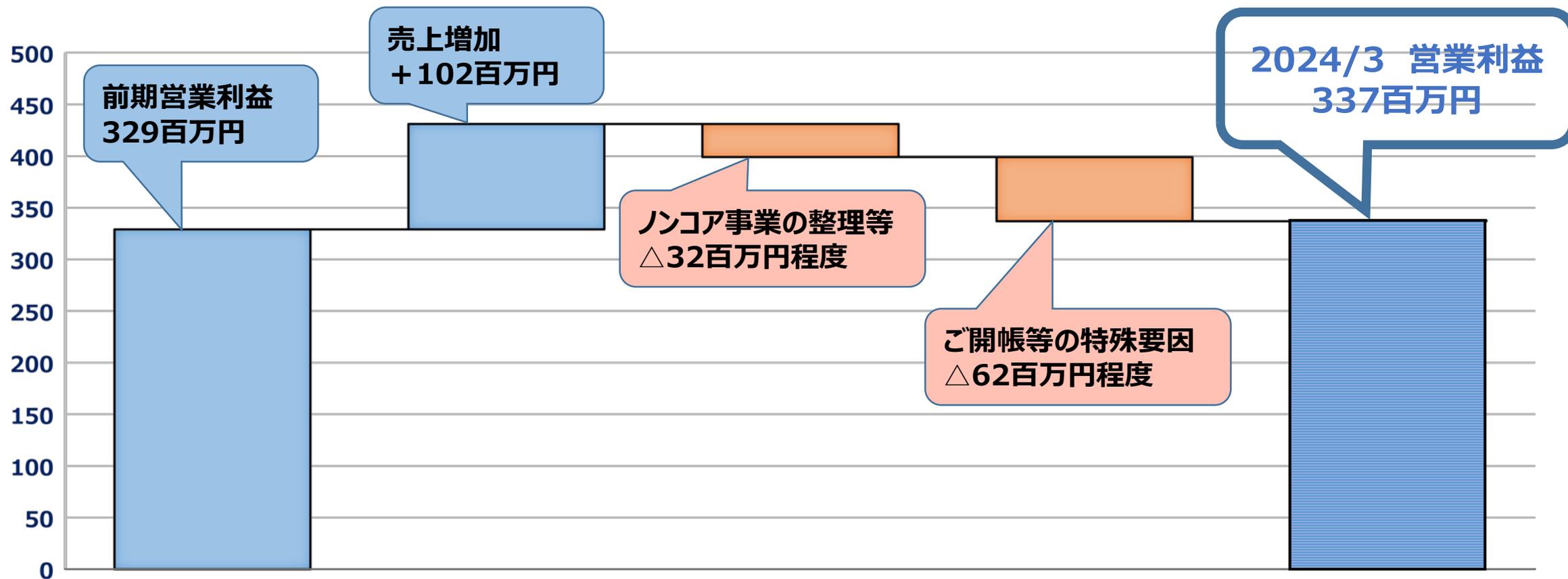
その他特殊要因での減少

前年度の善光寺御開帳による特需剥落
原材料の不足等

➔ **△230百万円程度**

2024年3月期利益増減要因分析（予想）

営業利益 337百万円



	2023年3月期 (実績)	2024年3月期 (予想)
年間配当額 (円)	0.00	0.00
親会社株主に帰属する 当期利益 (百万円)	460	230
利益剰余金 (百万円)	△152	78

□2023年3月期は過去最高益となったものの繰越欠損の解消までは至らず配当見送り

□2024年3月期は繰越欠損の解消を見込むがこれまで抑制してきた成長投資へ優先的に経営資源を投入するため無配を予定

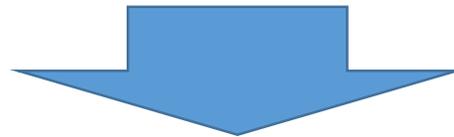
□早期の復配を実現すべく、利益成長に努める

中期経営計画について (進捗状況)

2-3 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



- ➡多様なニーズに対応していくため、商品企画部門への人材強化及び資源の集中
- ➡地域食材、地場企業商品の構成比を増やす
- ➡国内観光の日本人を主要ターゲットに商品構成を変更
- ➡回復しつつあるインバウンドへの対策を実施

2-4 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（返品のあるり方や納品のあり方）の見直し
- 得意先の減少等による営業体制や人員の見直し



➡コスト削減と価格見直しによる財務基盤の安定

➡納品頻度・ルート見直しによる業務効率化と省人化による生産性の向上

観光土産品事業：商品力強化と販路拡大

□ 商品力のアップ

需要動向の変化に合わせた商品の提供、商品の付加価値向上

→ 開発部門に人材を集め企画力を強化、商品の差別化を推進

□ 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：2023/3期 約39%（前年比△1%）

□ 販路拡大

観光地、駅、高速SA等への進出

→ 主要施設のリニューアルなど、機会を捉え直売店を出店

□ 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

→ 価格改定に合わせ商品仕様の見直し（プレミアム商品の導入）



レジャー関連事業：事業深化

□ アウトドア事業拡大

地域密着型の専門店として認知度を高めコアファンを増やす

→ 各地観光協会や自治体の観光課が主催するイベントへの出展、体験型イベントの開催

競合店との差別化

→ オリジナル商品の開発



サステナビリティ関連

- プラトリーの廃止及び買い物袋の見直し
環境配慮に向けた新たな取り組み
 - ESG投資として長野県が発行するグリーンボンドへの投資
 - 自社製造ウエハースの端在を使用したアップサイクルビールの発売
- 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
積極的キャリア採用による多様性の確保
- 業務見直し及び適正配置による固定費の圧縮
社内コミュニケーションツールの利用促進による紙作業／紙媒体の削減
 - ワークフロー化による各種届出書等のペーパーレス化
 - 業務効率化、コスト削減、チェック体制の強化
- IRによる企業価値の向上
決算説明会開催と投資家との積極的な対話の促進
 - 定期的決算説明会の開催浸透による情報開示
 - 株主、投資家からの取材等に対する積極的な応対



セグメント別業績目標（2026.3）

セグメント (単位：百万円)	2026.3(目標)	2022.3(実績)	2023.3(実績)	2024.3(予想)
売上高	11,000	5,247	7,334	7,600
観光土産卸	7,600	3,308	5,114	5,653
観光土産小売	1,300	464	891	730
土産製造	300	80	131	148
アウトドア事業	800	694	552	593
温泉事業	300	238	276	272
その他（新規事業含む）	700	460	368	204
営業利益	350	△216	329	337
当期純利益	225	△154	460	230

目標数値（2026.3）及び推移

自己資本比率	35%以上	2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期	33.0% 24.9% 27.5%
売上総利益率	30%以上	2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期	28.4% 27.3% 24.0%
営業利益率	3%以上	2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期	4.5% △4.1% △15.0%
ROA (総資産利益率)	5%以上	2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期	8.4% △5.9% △17.1%
ROE (自己資本利益率)	14%以上	2023年3月期 2022年3月期 2021年3月期	40.3 % △15.6 % △61.2 %

SDGsに向けた取り組み(2030年目標)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

地域産品を使用した商品構成

70%以上 (2022年 約39%)



プラトレーを使用した商品

全体の45%以下 (2022年 約59%)



ESアンケート総合満足度

70%以上 (2022年調査 約44%)



その他

観光土産品を中心にレジャー産業を基軸とする専門企業

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7店舗 ※子会社管轄1店舗含む
	飲食店1店舗
	アウトドア用品店3店舗
	温浴施設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

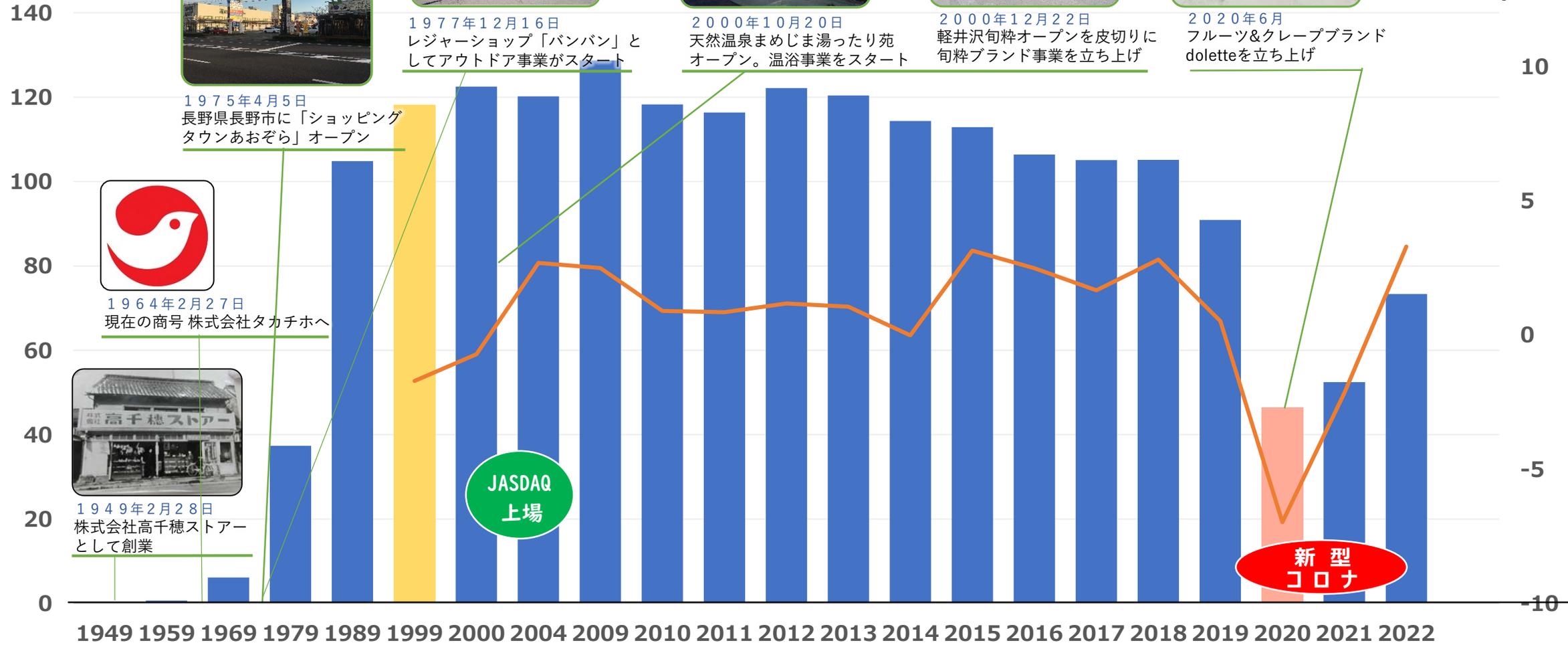
限りなき発展を目指し、
社員と株主、取引先との共存共栄をはかり、
豊かな生活を創造し、そして社会に貢献する。
大きな会社を築くより、最良の会社を目指す

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

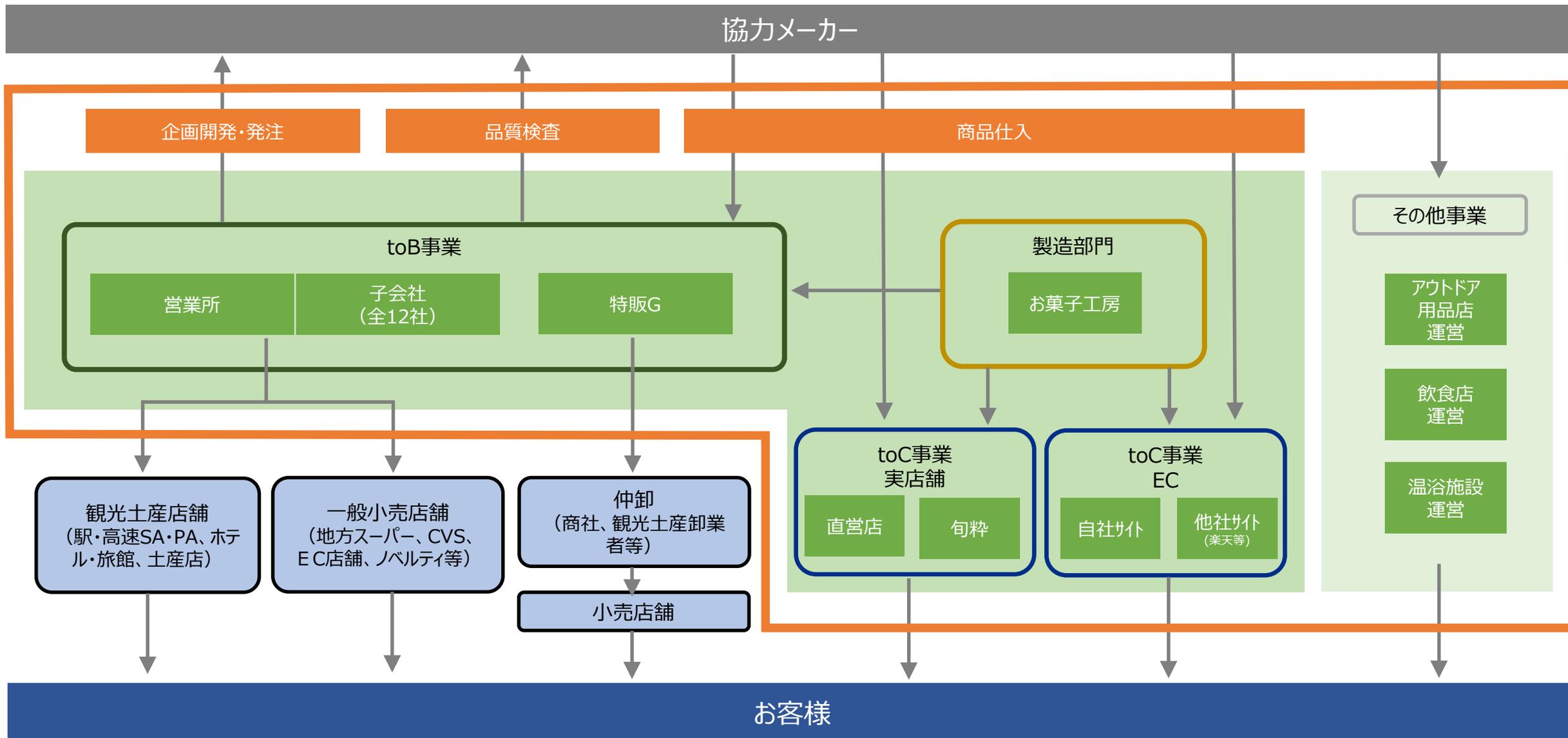
売上：棒グラフ
(単位：億円)

経常利益：折れ線グラフ
(単位：億円)



JASDAQ
上場

新型
コロナ





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

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上において公表しております。

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

健康経営優良法人2023（大規模法人部門）の認定（継続）

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2023年度も継続しております。

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。



2023
健康経営優良法人
Health and productivity



担当部署 : 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