

# 2025年3月期 決算説明会

2025年6月13日（金） 15:00～

【証券コード 8225】 東証スタンダード・名証メイン



株式会社 **タカチホ**



01

事業内容



## みやげ関連事業

### 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

### 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

### 温泉施設事業

- 「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

### 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

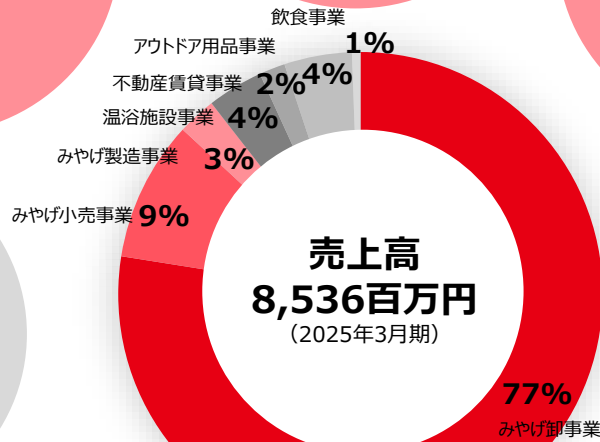
### アウトドア用品事業

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

### 飲食事業

- みやげ小売店と連携し同一施設や店舗内にカレー専門店、クレープ専門点を展開

売上高  
8,536百万円  
(2025年3月期)



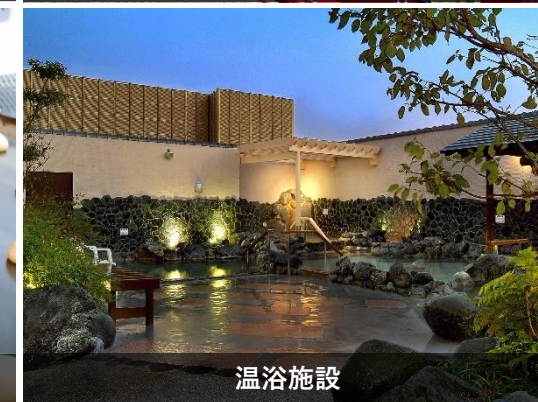
みやげ卸・小売



アウトドア用品



みやげ製造



温泉施設



飲食



不動産賃貸

## その他事業

(単位：百万円)

	2024年3月期		2025年3月期		前期比	
	売上高	構成比 (%)	売上高	構成比 (%)	増減額	増減 (%)
売上高	8,015	100.0	<b>8,536</b>	<b>100.0</b>	521	① 6.5
売上原価	5,780	72.1	<b>6,146</b>	<b>72.0</b>	366	6.3
売上総利益	2,235	27.9	<b>2,390</b>	② <b>28.0</b>	154	6.9
販売費及び一般管理費	1,796	22.4	<b>1,952</b>	<b>22.9</b>	③ 156	8.7
営業利益	439	5.5	<b>437</b>	<b>5.1</b>	③ ▲2	▲0.5
経常利益	440	5.5	<b>436</b>	<b>5.1</b>	▲3	▲0.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	423	5.3	<b>308</b>	<b>3.6</b>	④ ▲114	▲27.1

- ① 観光需要の緩やかな増加によりおみやげの需要も拡大し、売上高は前年同期比+6.5%
- ② 原料価格高騰を価格に反映することができ、売上総利益率が向上
- ③ 基幹システムの入替え、戦略的な人員増強・待遇見直し等による人件費の増加、店舗撤退費用等により販管費が増加したことで、営業利益が低下
- ④ 法人税等調整額による利益押上げ効果が減少

# 連結業績ハイライト（セグメント別）

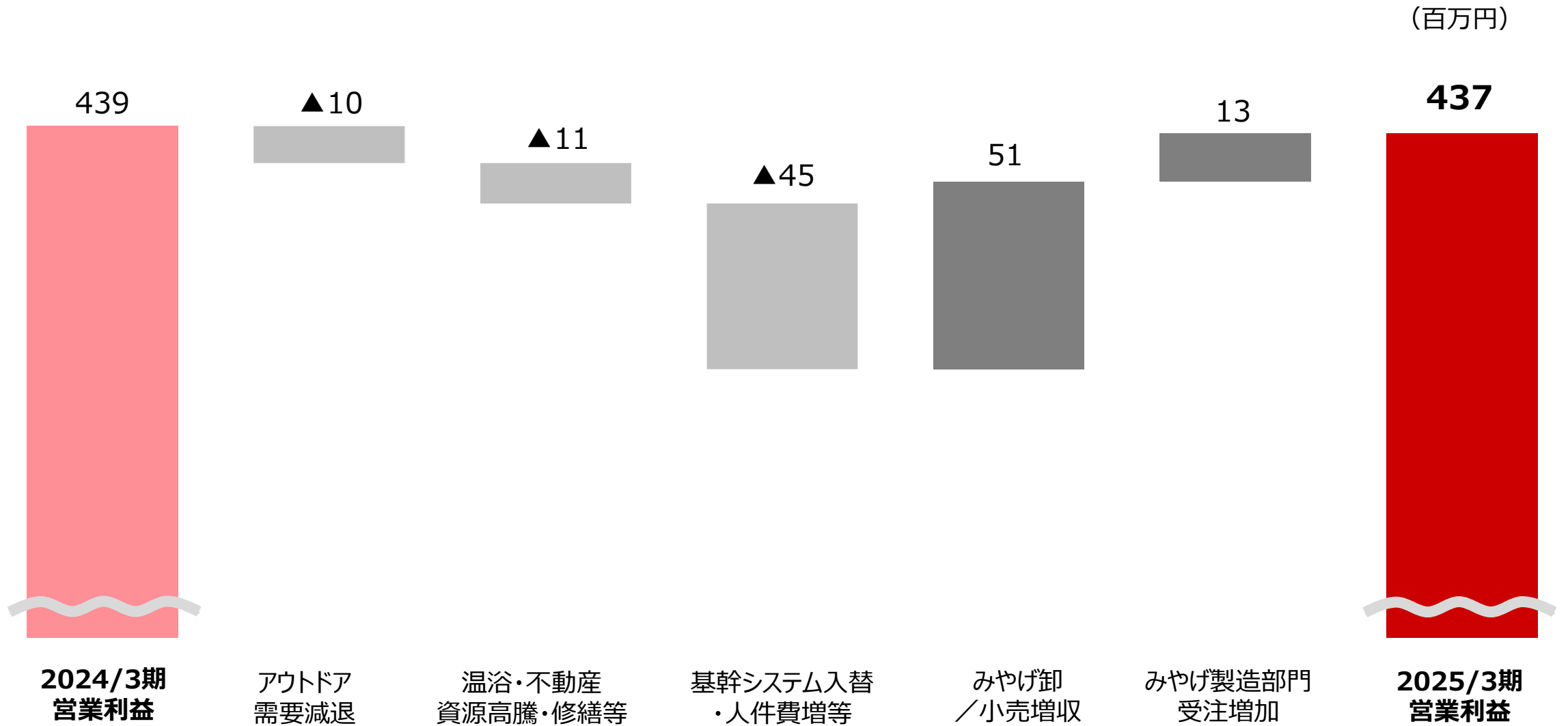
単位：百万円

セグメント	2024年3月期		2025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	6,064	75.7	<b>6,616</b>	<b>77.5</b>	551	9.1
	みやげ 小売事業	848	10.6	<b>800</b>	<b>9.4</b>	▲47	① ▲5.6
	みやげ 製造事業	158	2.0	<b>219</b>	<b>2.6</b>	61	② 38.8
	<b>(みやげ 事業計)</b>	<b>7,071</b>	<b>88.2</b>	<b>7,636</b>	<b>89.5</b>	565	8.0
	みやげ以外 事業	944	11.8	<b>900</b>	<b>10.5</b>	▲44	③ ▲4.7
<b>合計</b>	<b>8,015</b>	<b>100.0</b>	<b>8,536</b>	<b>100.0</b>	521	6.5	
営業利益	みやげ 卸売事業	547	124.7	<b>561</b>	<b>128.5</b>	13	2.5
	みやげ 小売事業	32	7.4	<b>70</b>	<b>16.0</b>	37	① 116.5
	みやげ 製造事業	25	5.9	<b>39</b>	<b>9.0</b>	13	② 51.7
	<b>(みやげ 事業計)</b>	<b>606</b>	<b>138.0</b>	<b>670</b>	<b>153.5</b>	64	10.7
	みやげ以外 事業	98	22.4	<b>74</b>	<b>17.0</b>	▲24	③ ▲24.5
	※ (調整額)	▲265	▲60.4	<b>▲308</b>	<b>▲70.5</b>	▲42	—
<b>合計</b>	<b>439</b>	<b>100.0</b>	<b>437</b>	<b>100.0</b>	▲2	▲0.5	

- ① 富士旬粋閉店により減収。営業利益は開発部門のみやげ卸売事業への統合に伴う人件費減により増益
- ② 受注の増加による売上増、製造原価高騰に対し、商品の規格変更など販売価格への転嫁が進んだことで利益率が向上
- ③ バンバン高田店閉店およびアウトドア事業の低迷により減収減益

※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

# 営業利益増減分析



## みやげ 卸売事業

- 売上高 6,616百万円（前年同期比 +9.1%）
- 営業利益 561百万円（前年同期比 +2.5%）

積極的な新商品開発と販売促進、西日本への営業を強化

- 2024年度における新規企画商品 153アイテム（2023年度 103アイテム、前年同期比 +48.5%）
- インバウンドを視野に入れた商品の企画・多言語商品紹介WEBサイトとの連動強化
- 得意先オリジナルアイテムの提案・開発による西日本エリアへの販路拡大



【地域産品原料にこだわった企画商品の一例】  
特産原料を使用し、オリジナルのパッケージでデザイン  
することで付加価値の提供、他社との差別化を図る



【商品とWEBの連携】  
多言語による商品専用WEBサイト作成  
海外観光客に向けた情報提供を強化



【西日本エリアへの商品供給】  
得意先企業の主力製品を原料として使用した  
商品提案、施設限定パッケージ提案、特産原料  
使用商品の提案により好評をいただく

## みやげ 小売事業

- 売上高 800百万円（前年同期比 ▲5.6%）
- 営業利益 70百万円（前年同期比+116.5%）
- 富士旬粹閉店により減収。他店舗ではブランドガイドラインの見直し・オリジナル商品の開発や付加価値向上に注力
- 開発部門をみやげ卸売事業へ統合したことに伴う人件費減により増益



## みやげ 製造事業

- 売上高 219百万円（前年同期比+38.8%）
- 営業利益 39百万円（前年同期比+51.7%）
- 継続する原材料価格高騰への対応として、価格転嫁とスペック変更により粗利益率確保
- 新商品の投入や既存商品の規格変更及び価格変更等リニューアル実施



## みやげ以外 事業

### アウトドア用品事業

- 売上高 385百万円（前年同期比▲11.7%）
- 営業損失 26百万円（前年同期は▲15百万円）
- 高田店の閉店、アウトドアユーザーの需要一巡、テントなどの高額商品を中心に需要減退

### 温浴施設事業

- 売上高 317百万円（前年同期比+3.2%）
- 営業利益 49百万円（前年同期比▲13.1%）
- 来館客数は前年同期比3.0%増となったが、資源価格の上昇により営業利益減

### 不動産賃貸事業

- 売上高 148百万円（前年同期比▲0.2%）
- 営業利益 49百万円（前年同期比▲6.9%）
- テナント入れ替えによる一部空室と修繕費用が嵩み、売上・営業利益ともに減少

### その他事業

- 売上高 48百万円（前年同期比▲5.8%）
- 営業利益 1百万円（前年同期比▲66.5%）
- 飲食事業の原材料価格上昇による影響、店舗内テナント撤退により売上、営業利益減少

# 連結貸借対照表

	2024年3月期		2025年3月期		前期末比	
	期末	構成比(%)	期末	構成比(%)	増減額	増減率(%)
<b>資産の部</b>						
流動資産合計	2,037	47.8	2,191	51.1	153	7.5%
現金及び預金	834	19.6	929	21.7	94	11.4%
受取手形・売掛金	697	16.4	714	16.7	17	2.6%
棚卸資産・その他	505	11.9	546	12.8	40	8.1%
固定資産合計	2,225	52.2	2,097	48.9	▲128	▲5.8%
有形固定資産	1,548	36.3	1,522	35.5	▲26	▲1.7%
無形固定資産・投資その他の資産	676	15.9	574	13.4	▲101	▲15.1%
資産合計	4,263	100.0	4,288	100.0	25	0.6%
<b>負債の部</b>						
流動負債合計	1,150	27.0	1,012	23.6	▲138	▲12.0%
支払手形・買掛金・その他	823	19.3	755	17.6	▲68	▲8.3%
短期及び一年内返済予定の長期借入金	327	7.7	257	6.0	▲69	▲21.4%
固定負債合計	1,291	30.3	1,022	23.8	▲269	▲20.9%
負債合計	2,442	57.3	2,034	47.4	▲408	▲16.7%
<b>純資産の部</b>						
資本金	1,000	23.5	1,000	23.8	0	0.0%
資本剰余金	701	16.5	747	17.4	45	6.5%
利益剰余金・有価証券評価差額金・その他	284	6.7	568	13.3	283	99.5%
自己株式	▲166	▲3.9	▲62	▲1.4	104	-
純資産合計	1,820	42.7	2,253	52.6	433	23.8%

単位：百万円

# 連結キャッシュ・フロー計算表

単位：百万円

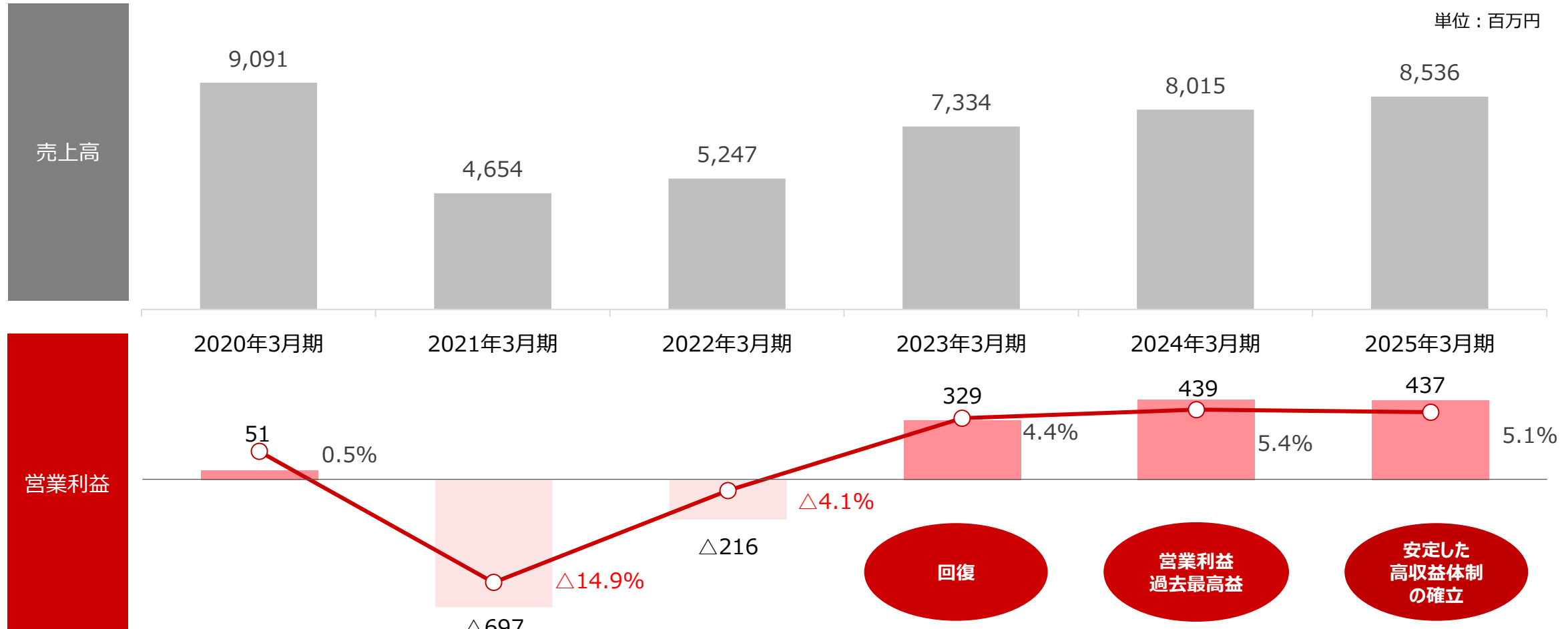
	2024年3月期	2025年3月期
①営業活動によるキャッシュ・フロー	333	376
②投資活動によるキャッシュ・フロー	▲36	▲62
フリーキャッシュフロー（①＋②）	297	313
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲365	▲218
現金及び現金同等物の増減額	▲67	94
現金及び現金同等物の期首残高	902	834
現金及び現金同等物の期末残高	834	929

02

## 長期ビジョン・中期経営計画



	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
主なトピックス		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	コロナ5類移行	富士旬料の閉店 ODS高田店の閉店
	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			



売上高は未達となるが、収益力向上を中心とした経営指標の底上げに成果

## 基本方針

### I 稼ぐシステム、ビジネスモデルの改革

- 唯一無二の企業としての存在感
- みやげ品だけでなく、地域全体をプロデュースできる企業
- CSV経営と地域プロデュース

### II SDGsを中心とした社会との共生

- SDGsの推進

### III 新たな余暇時間の提案

- コロナ後を見据えた新規事業展開
- 基盤を生かした事業展開



## 成果

### I 稼ぐシステム、ビジネスモデルの改革

- 納品体制（訪問頻度・ルート・不採算先等）見直しによる生産性の向上
- 商品価格・スペックの見直しによる利益水準の底上げ
- 地域産品使用を主軸とした商品開発による地域社会との共栄、地産地消

### II SDGsを中心とした社会との共生

- プラトレー削減等による環境配慮、包装資材の水無し印刷の活用
- CSR活動による地域活動への参加・賛同

### III 新たな余暇時間の提案

- 体験型アウトドアイベントの主催開催
- IPとのタイアップ、企画参入による裾野拡大

	2021年3月期	2025年3月期実績（進捗率）	2026年3月期目標
売上高	4,654百万円	8,536百万円（78%）	11,000百万円
営業利益	▲697百万円	437百万円（達成）	350百万円
営業利益率	（－）	5.1%（達成）	3%以上
自己資本比率	27.5%	52.6%（達成）	35%以上
ROA	▲17.1%	10.2%（達成）	5%以上
ROE	▲61.2%	15.2%（達成）	10%以上

## コロナ禍が落ち着いた現在の環境下に合わせて中期経営計画を見直し

### 【 Politics 】

当初 ● コロナ禍での政府による国内観光支援



現在 ● インバウンドを含めた観光施策  
● 継続的な国際イベントの実施

### 【 Economy 】

当初 ● 人の移動が制限



現在 ● インバウンドの大幅増加  
● 物価・資源価格の急速な高騰

### 【 Society 】

当初 ● 観光の復興と段階的な回復



現在 ● 生活習慣・消費スタイルの変化  
● 観光のグローバル化、需要の高付加価値化の加速

### 【 Technology 】

当初 ● EC・オンライン販売の急速拡大

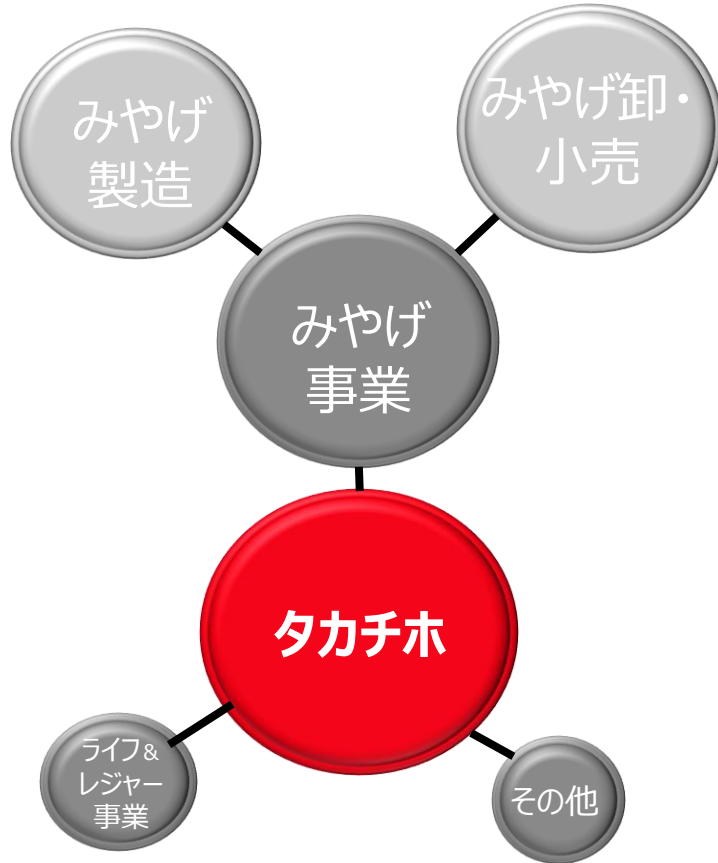


現在 ● 生成AI技術の急成長  
● SNS普及に伴う技術伝達手段の変化

**商品開発投資はもとより、人的資本を含む成長投資をかけながら、成長指向の新たな長期ビジョン・中期計画を策定**

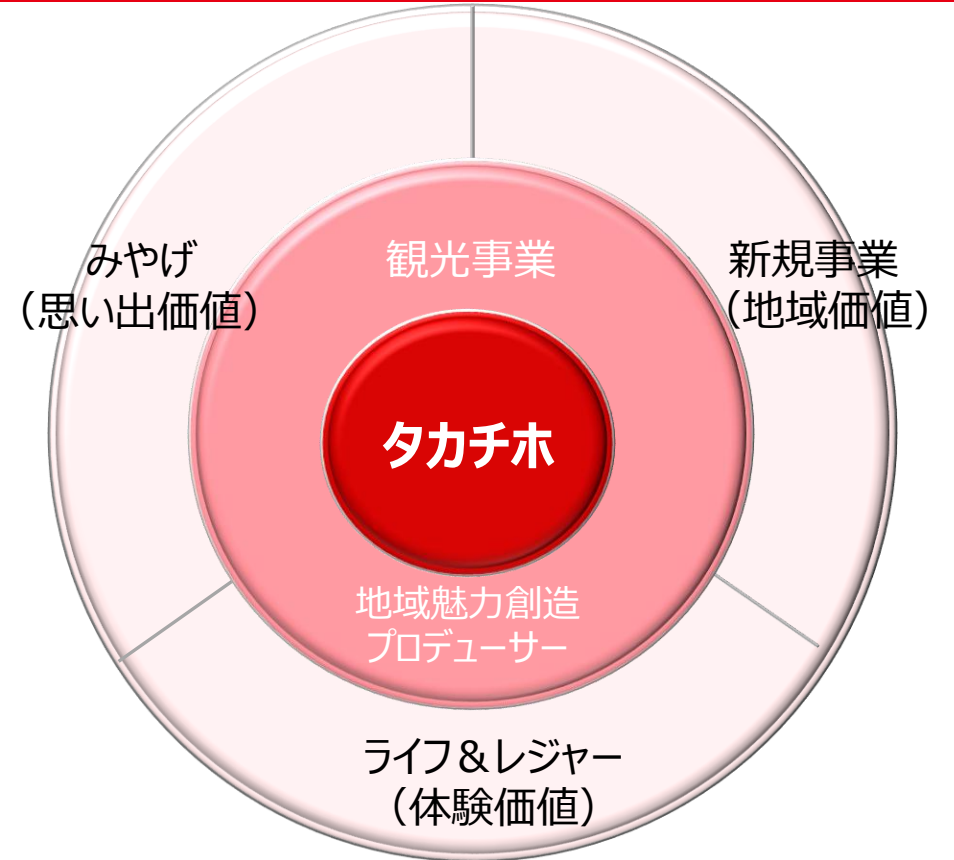
すべての事業が「観光事業」として、密接に連携しあうビジネスモデルへ

## 現状



みやげ事業を中心とする  
ビジネスモデル

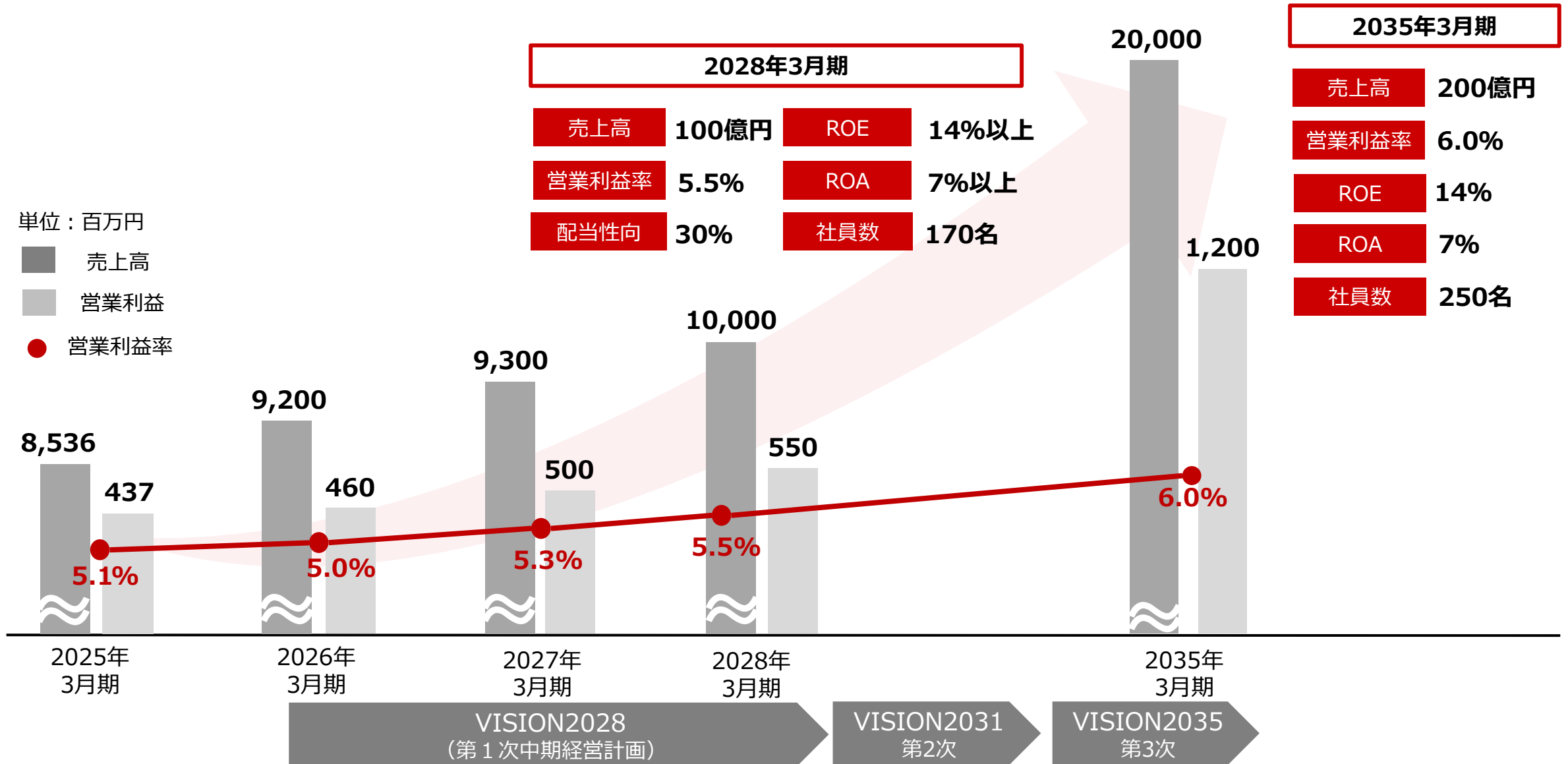
## 10年ビジョン



地元密着×商品企画力で、  
地域の魅力を日本～世界に伝える  
“地域魅力創造プロデューサー”企業

# VISION2026-2035

地元密着×商品企画力で、地域の魅力を日本～世界に伝える“地域魅力創造プロデューサー”企業へ

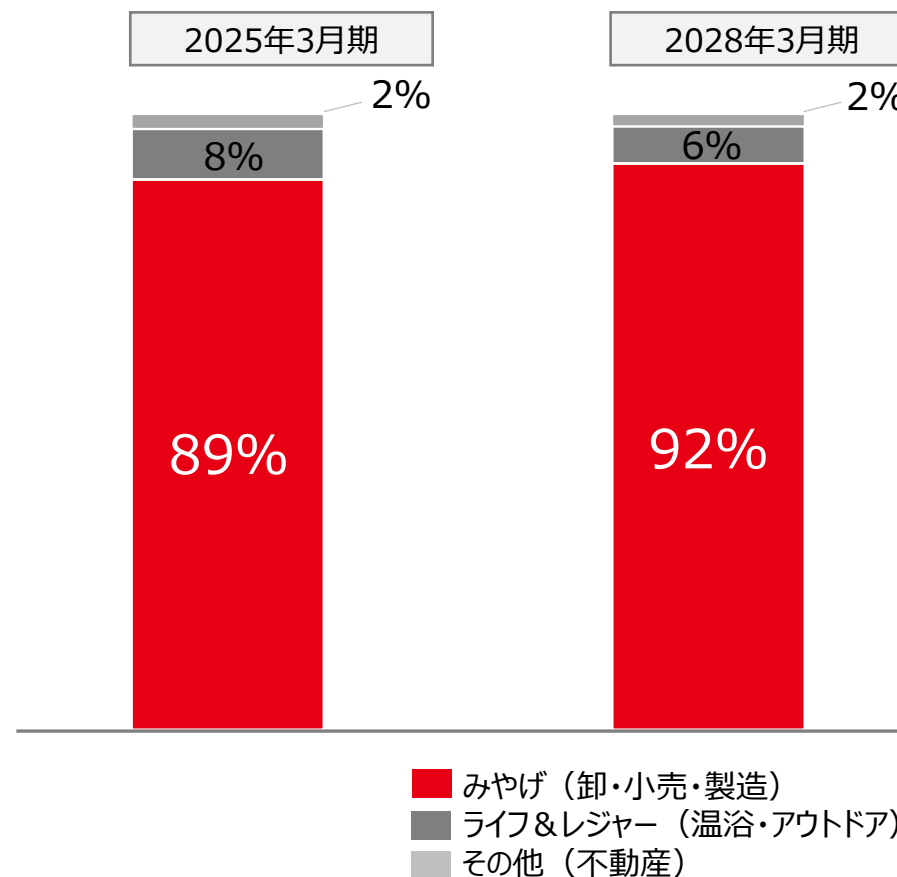
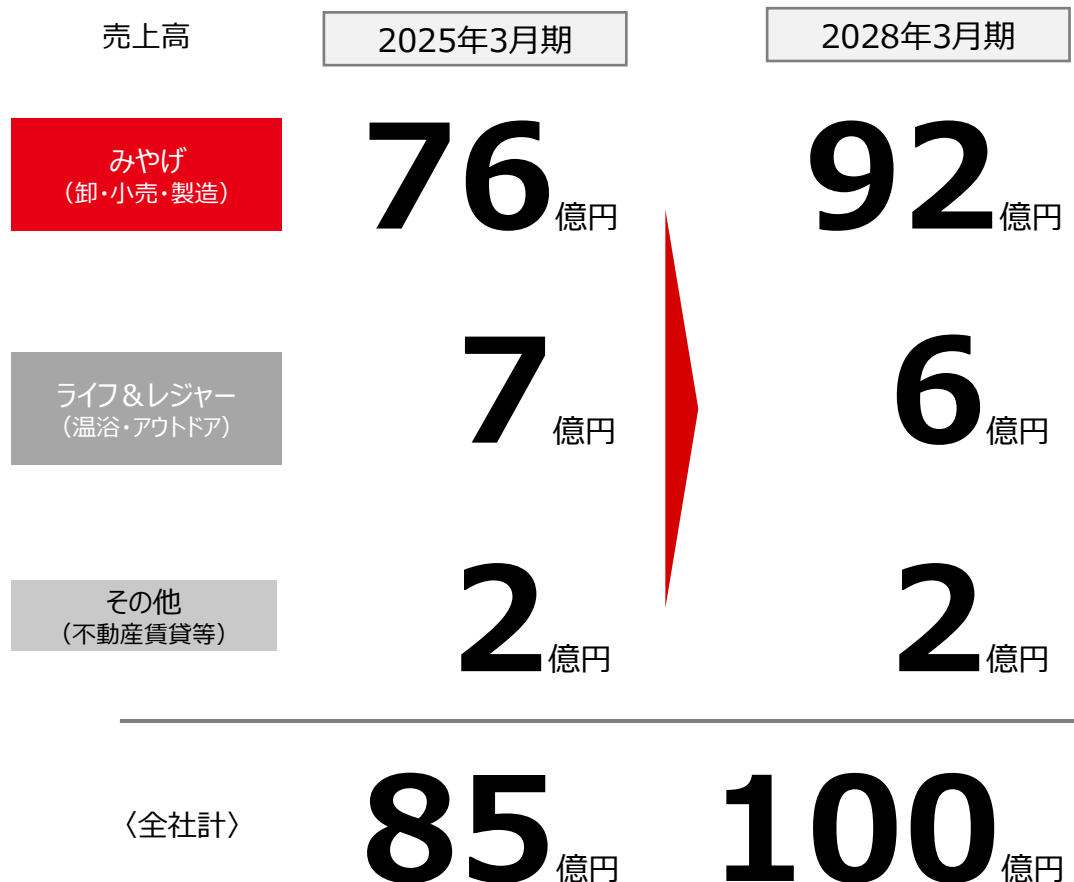


# 事業ポートフォリオ (VISION2028)

新・商品開発スキーム×ブランディング発信×成長投資による持続的成長基盤の構築

売上高目標 (26/3-28/3)

事業ポートフォリオ (26/3-28/3)

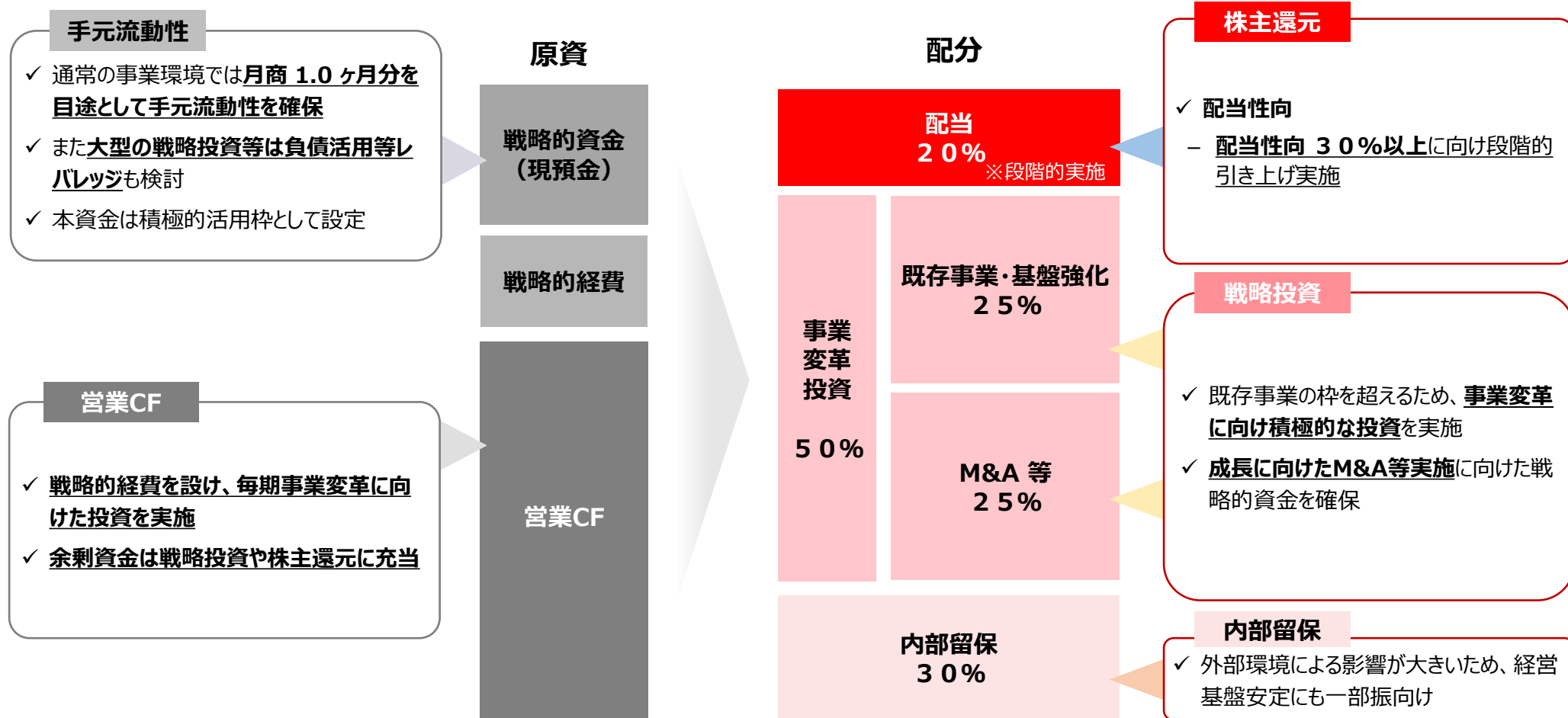


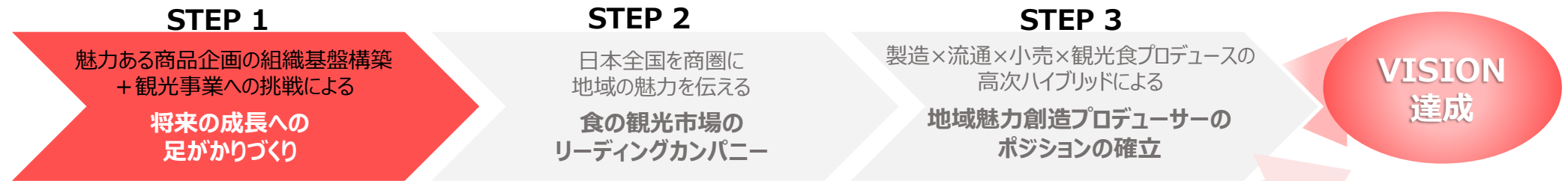
■ みやげ (卸・小売・製造)  
■ ライフ&レジャー (温浴・アウトドア)  
■ その他 (不動産)

# キャッシュアロケーション（VISION2028）

成長に向けた事業変革投資の実施、配当性向30%

## キャッシュアロケーション -2026年3月期～2028年3月期-





## 事業別基本戦略・ステップ

【みやげ事業】  
＜卸＞  
地域密着の強みを生かした商品企画と  
ブランディング強化による  
魅力ある商品開発の組織基盤構築

＜小売＞  
食のプロデューサーを目指した  
観光事業主力業態開発の開始

＜製造＞  
お菓子工房への設備投資+製造機能の  
M&Aによる製造部門の高付加価値化

【ライフ&レジャー事業】  
施設の付加価値向上に向けた計画的修繕  
+モノ+コト消費の開拓

【みやげ事業】  
＜卸＞  
商圈を日本全国に広げるとともに、  
地域魅力を伝達可能な事業・組織へと成長

＜小売＞  
食のプロデューサーとしての  
観光牽引事業の確立

＜製造＞  
商品力の強化と  
商品ラインナップの充実

【ライフ&レジャー事業】  
ライフ&レジャー事業の  
新たなメイン事業の開拓

【みやげ事業】  
＜卸＞  
流通・小売のチャネルを拡げ、  
オンリーワン商品を全方位に展開

＜小売＞  
地域観光の食のプロデュース×施設運営に  
よる長野地域における地域観光牽引支援  
機能の確立

＜製造＞  
企画力と投資強化による開発・製造機能の  
進化にてタカチホ商品ブランド確立を実現

【ライフ&レジャー事業】  
ブランドイメージ定着による  
地域のランドマーク化

現在

## 2026年3月期における主な重点施策

### 国際的イベント：大阪・関西万博への商品供給

会期中 万博会場内オフィシャルストアにて55アイテムを販売

### IPコンテンツビジネスの強化・商品開発

長野エリア



劇場版『名探偵コナン 隻眼の残像（フラッシュバック）』  
公式タイアップ商品4品の企画・販売

長野・東北エリア



地域限定『コウペンちゃん』商品の開発  
地域限定『可愛い嘘のカワウソ』商品の開発

その他エリア

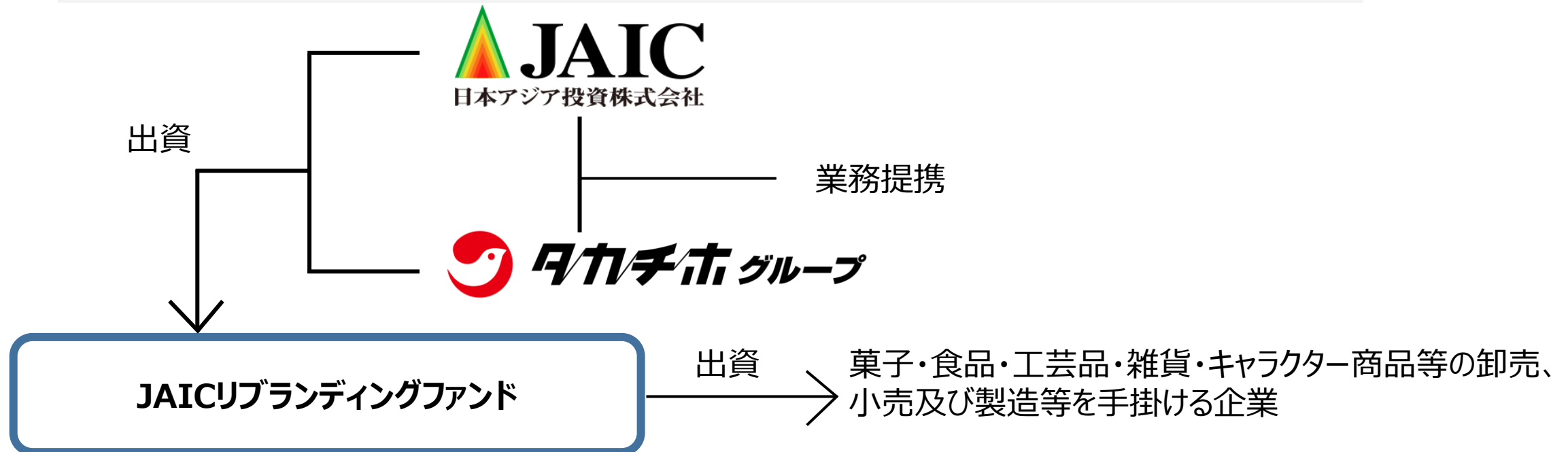


2コンテンツ開発中

## ファンドを通じた企業価値・業績の向上

### 日本アジア投資株式会社との協業

- ①みやげ品業界のロールアップに特化したファンド組成に関する協業
- ②上記①で組成したファンドの投資先のバリューアップに関する協業
- ③国内外（特にアジア・中国）におけるみやげ品のブランディング・PR・マーケティングに関する協業
- ④その他、当社及び投資先の企業価値向上に資する協業

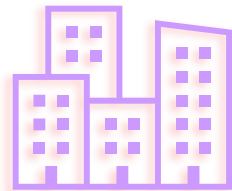
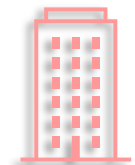


## ファンドを通じた日本全国の観光みやげ事業者との協業

### 戦略1 ロールアップ

- 地域商材を扱う企業で資本政策や事業承継の課題を抱えている企業群に対し、ファンドを通じ M&A や経営統合の手法により、経営効率を高めることで市場シェアの拡大を図る。
- 日本アジア投資株式会社及び協力企業が持つ案件発掘から経営統合までのノウハウを活かし、連携する。

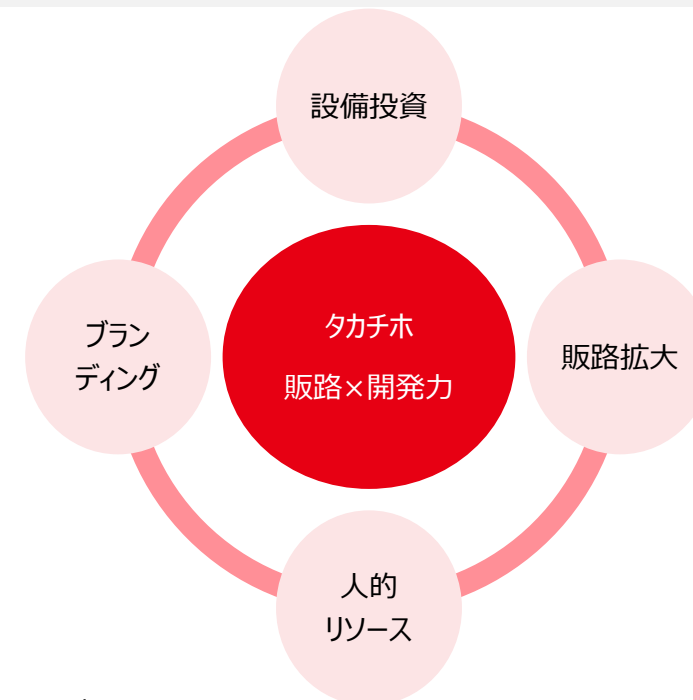
【地域の魅力的商品や技術力を有する企業を将来へ繋いでいく】



- ✓ 市場シェアの拡大
- ✓ 経営効率の改善
- ✓ **日本アジア投資×タカチホの**  
販路拡大・リブランディング

### 戦略2 バリューアップ

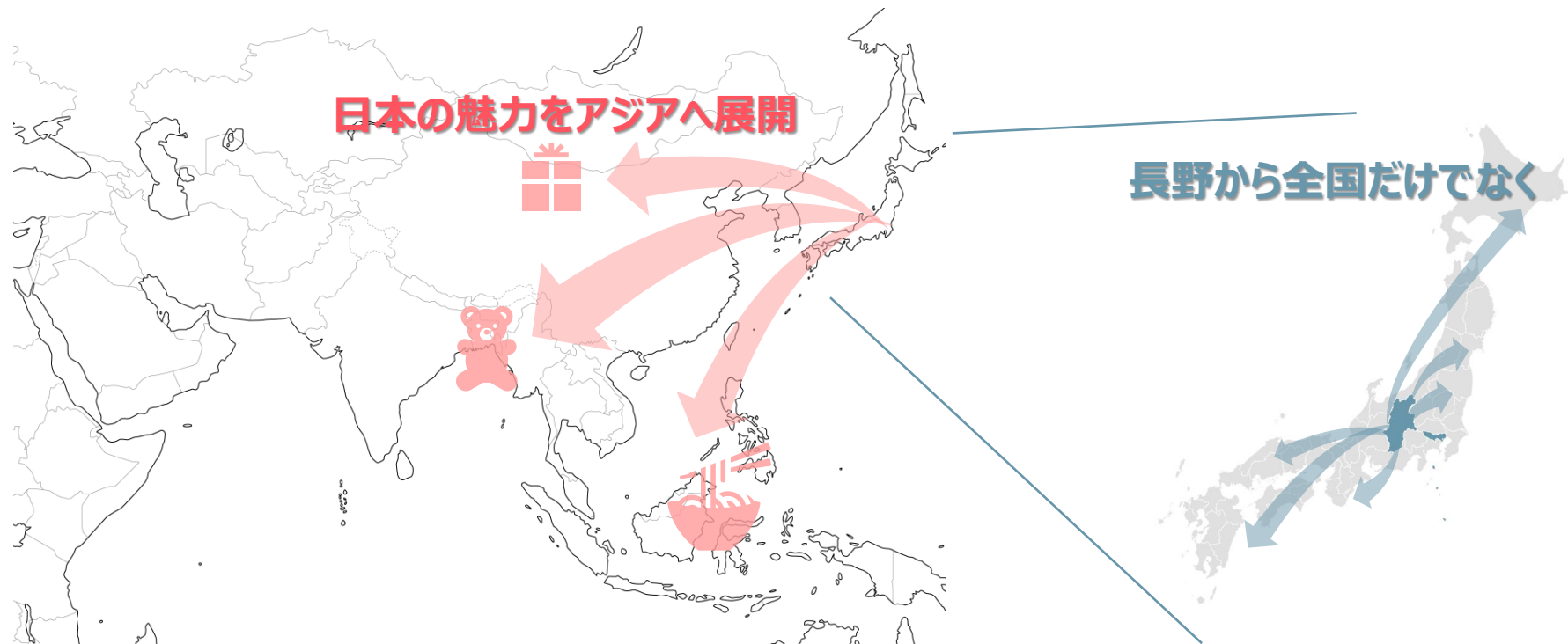
- 設備投資やブランディング、販路拡大等の資金や人的リソースが不足している企業に対し、当社の有する販路や投資先企業の持つ商材を使った商品開発力を活かし、バリューアップ及びこれによる当社の業績の向上を目指す。



## ファンドを通し、観光みやげをアジア中心とした世界各国に展開

### 戦略3 ブランディング/マーケティング

- 日本アジア投資の持つアジアを中心とした商品マーケティングにより、投資先企業の商品を海外展開し、当社製品の海外販路の獲得を目指す。



03

2026年3月期業績予想



# 2026年3月期業績予想

単位：百万円

セグメント		2025年3月期		2026年3月期		増減額	
			構成比 (%)		構成比 (%)		増減率 (%)
売上高	みやげ事業	7,636	89.5%	8,397	91.3%	761	10.0%
	みやげ以外 事業	900	10.5%	802	8.7%	▲98	▲10.9%
	<b>合計</b>	<b>8,536</b>	<b>100.0%</b>	<b>9,200</b>	<b>100.0%</b>	<b>664</b>	<b>7.8%</b>
営業利益	みやげ事業	670	153.5%	698	151.7%	28	4.2%
	みやげ以外 事業	74	17.0%	128	27.8%	54	73.0%
	※ (調整額)	▲308	▲70.5%	▲366	▲79.6%	▲58	—
	<b>合計</b>	<b>437</b>	<b>100.0%</b>	<b>460</b>	<b>100.0%</b>	<b>23</b>	<b>5.3%</b>
経常利益		436	5.1%	450	4.9%	14	3.2%
親会社株主に帰属する当期純利益		308	3.6%	315	3.4%	7	2.3%

※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 9,200百万円**

- 大阪・関西万博への商品供給
  - 会期中の会場内販売（55アイテム）を中心に展開
- 施策展開による売上増加
  - 新中計に則った戦略推進、IPタイアップの積極参入等
- 期間満了による小売店舗の退店等
  - 富士旬粋（清水PA）の退店・アウトドアステーションバンバン 高田店の閉店

➔ **+600百万円程度**

➔ **+350百万円程度**

➔ **△286百万円程度**

## 【2025大阪・関西万博公式ライセンス商品の一例】

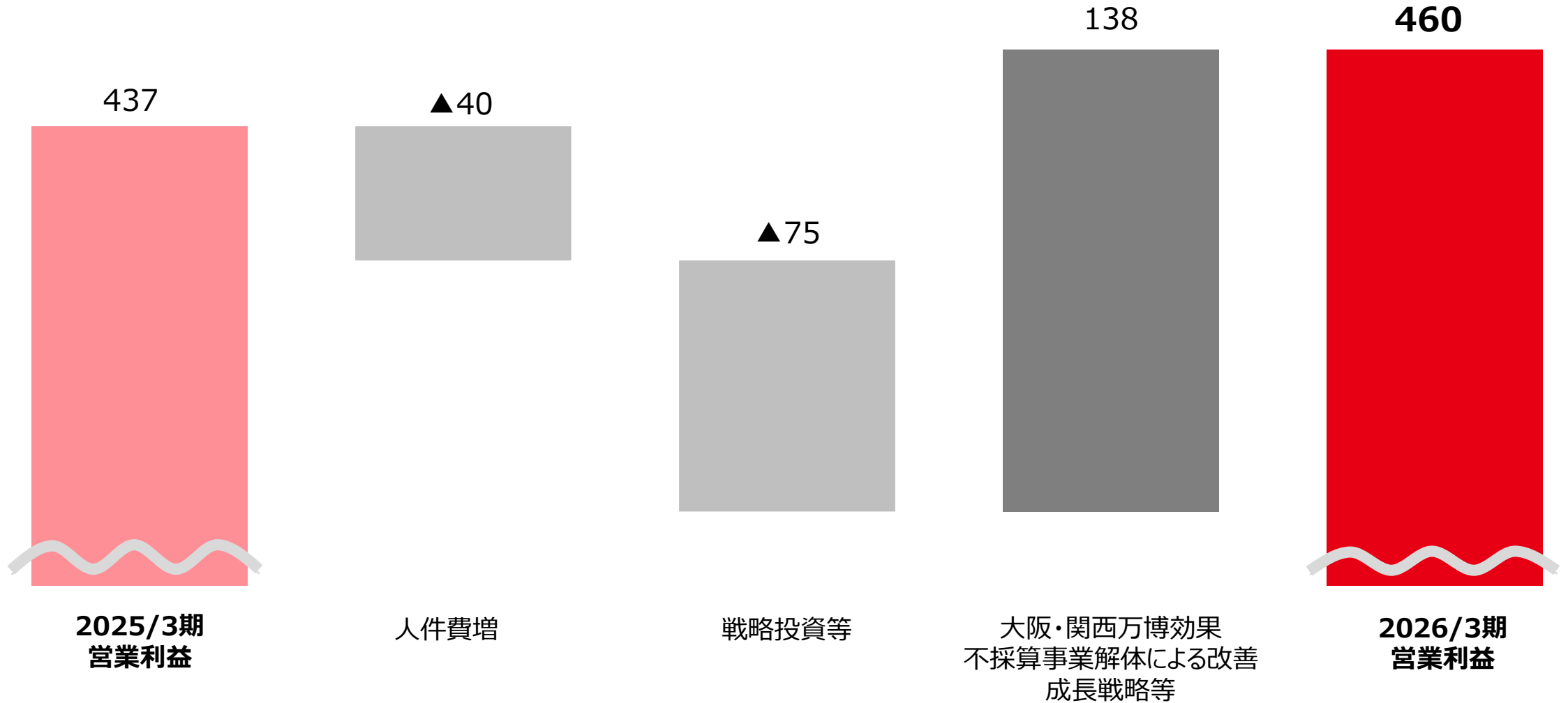
2025大阪・関西万博マスターライセンスオフィスとのサブライセンス契約により、オフィシャルの観光おみやげ品を企画・開発し、会場内外のそれぞれ指定された売店において販売することが可能。  
会場内限定の販売品で55アイテム、会場外限定の販売品で9アイテムを3月より販売を開始。2026年3月期では600百万の売上を目指す。



©Expo 2025

# 営業利益（予想）増減分析

(百万円)



- 2025年3月期は、市場の回復動向等による増収に伴い、1株当たり50円として配当予定
- 2026年3月期の配当金については、当社の利益配分に関する基本方針、財政状況及び通期業績見通し等を勘案し、1株につき期末配当金80円を見込む
- 今後の配当性向の目標を30%として基本方針に明示

	2025年3月期（予定）	2026年3月期（予想）
年間配当額（円）	50	80
親会社株主に帰属する 当期利益（百万円）	308	315
利益剰余金（百万円）	553	813
配当性向	10.5%	17.7%

# 参考資料

## 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2店舗含む
	飲食店1店舗
	アウトドア用品店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)

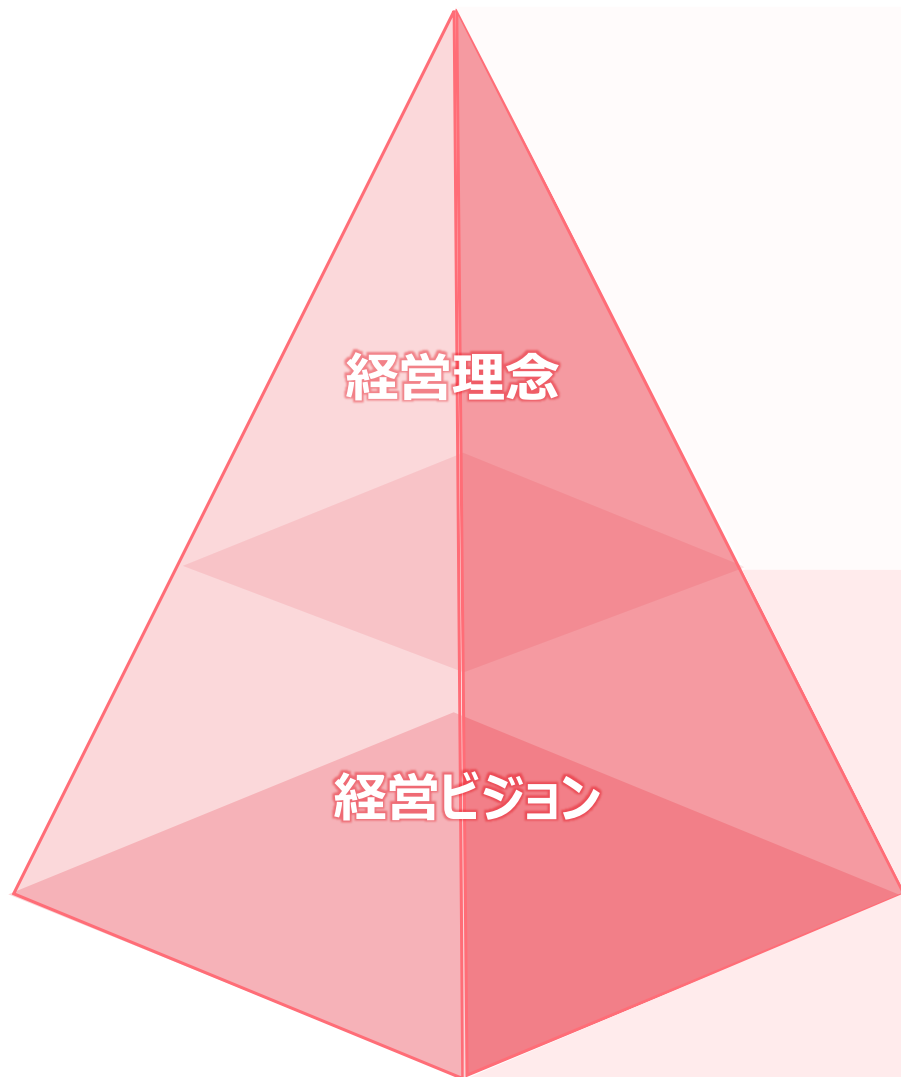


タカチホグループ

OUTDOOR STATION  
VAN VAN

旬  
粹  
syunsui

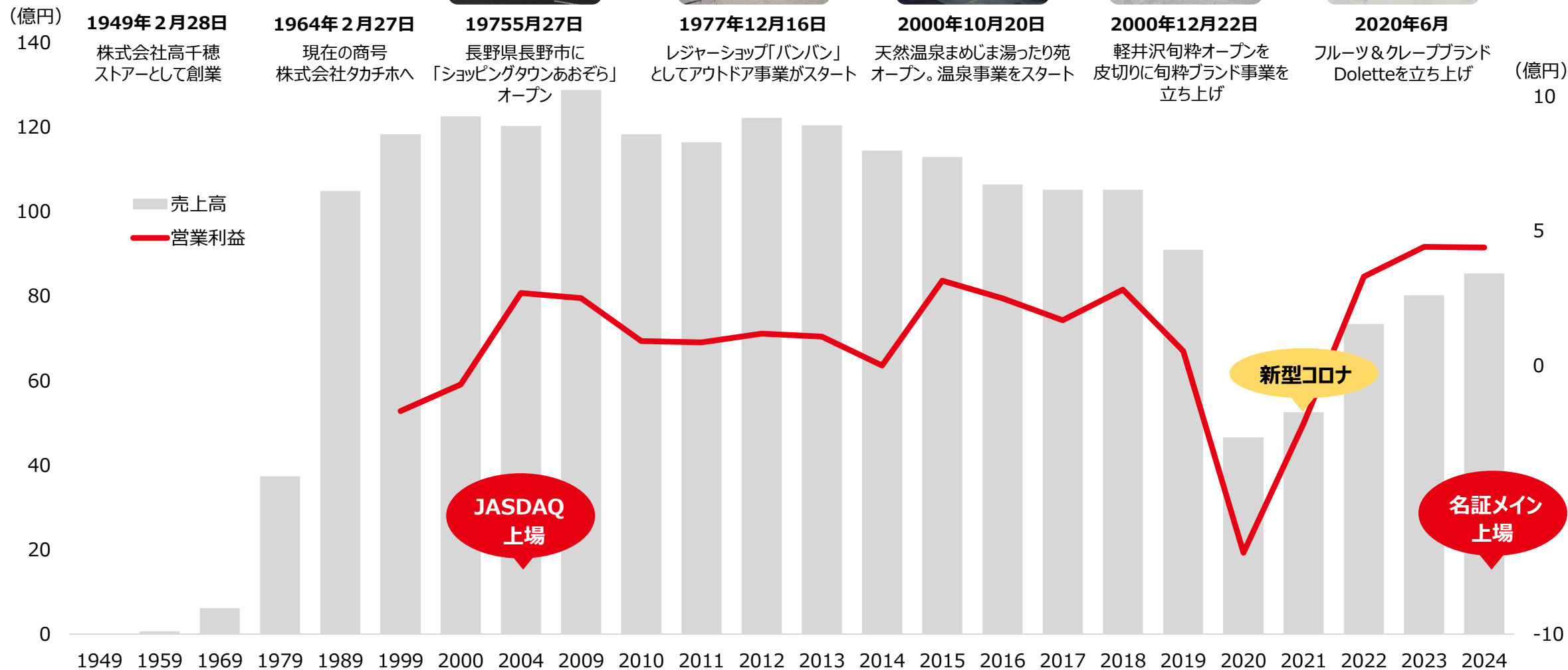
温泉  
然  
まめじま  
湯のつぼり苑

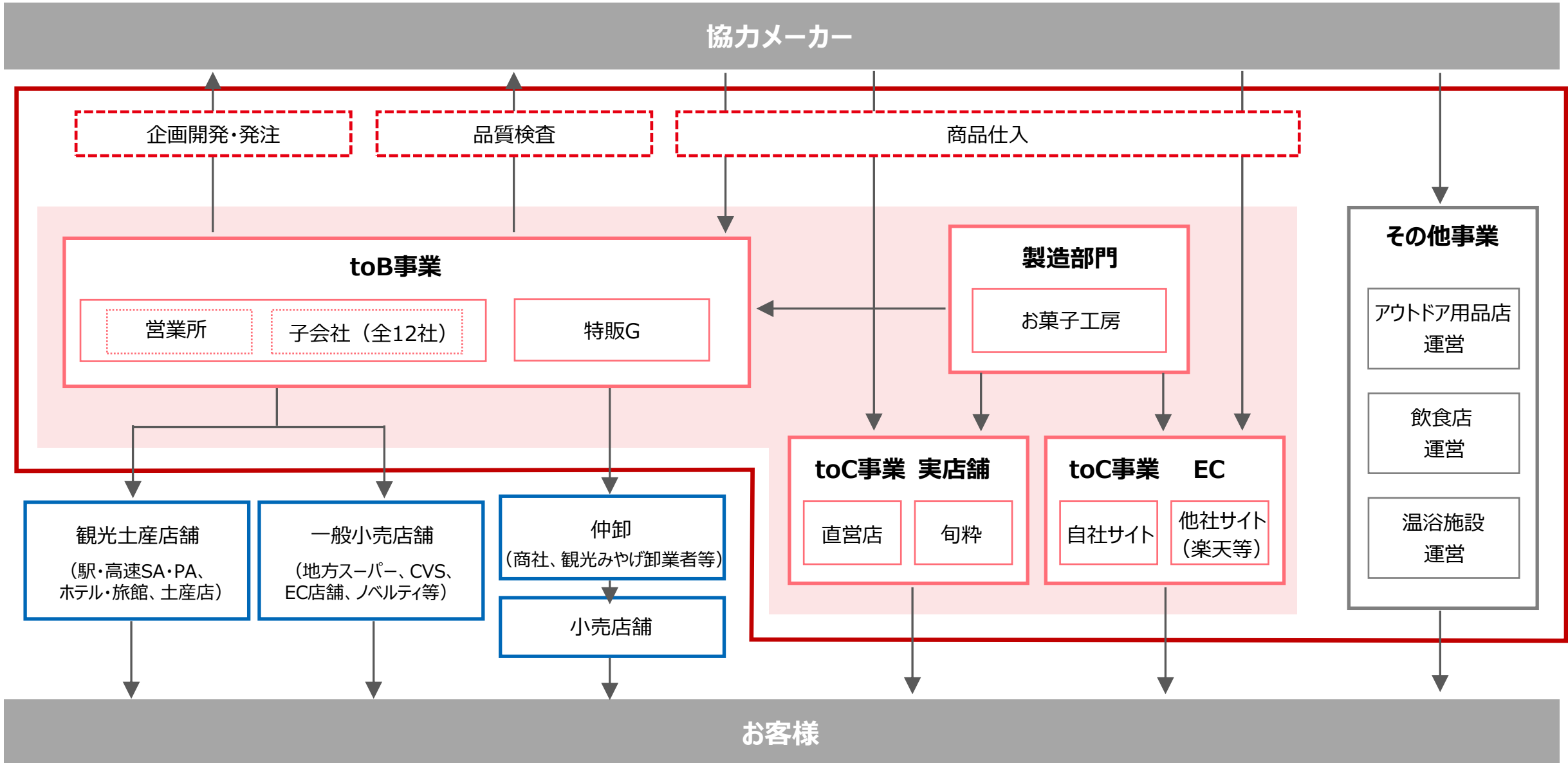


限りなき発展を目指し、  
社員と株主、取引先との共存共栄をはかり、  
豊かな生活を創造し、そして社会に貢献する。  
大きな会社を築くより、最長の会社を目指す

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、日々の新たなる  
挑戦により企業文化の創造と育成を図る

# 沿革・年度別推移





## 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
- 1,000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）向上への寄与

- 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

- 少量多品種の品ぞろえ
- 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

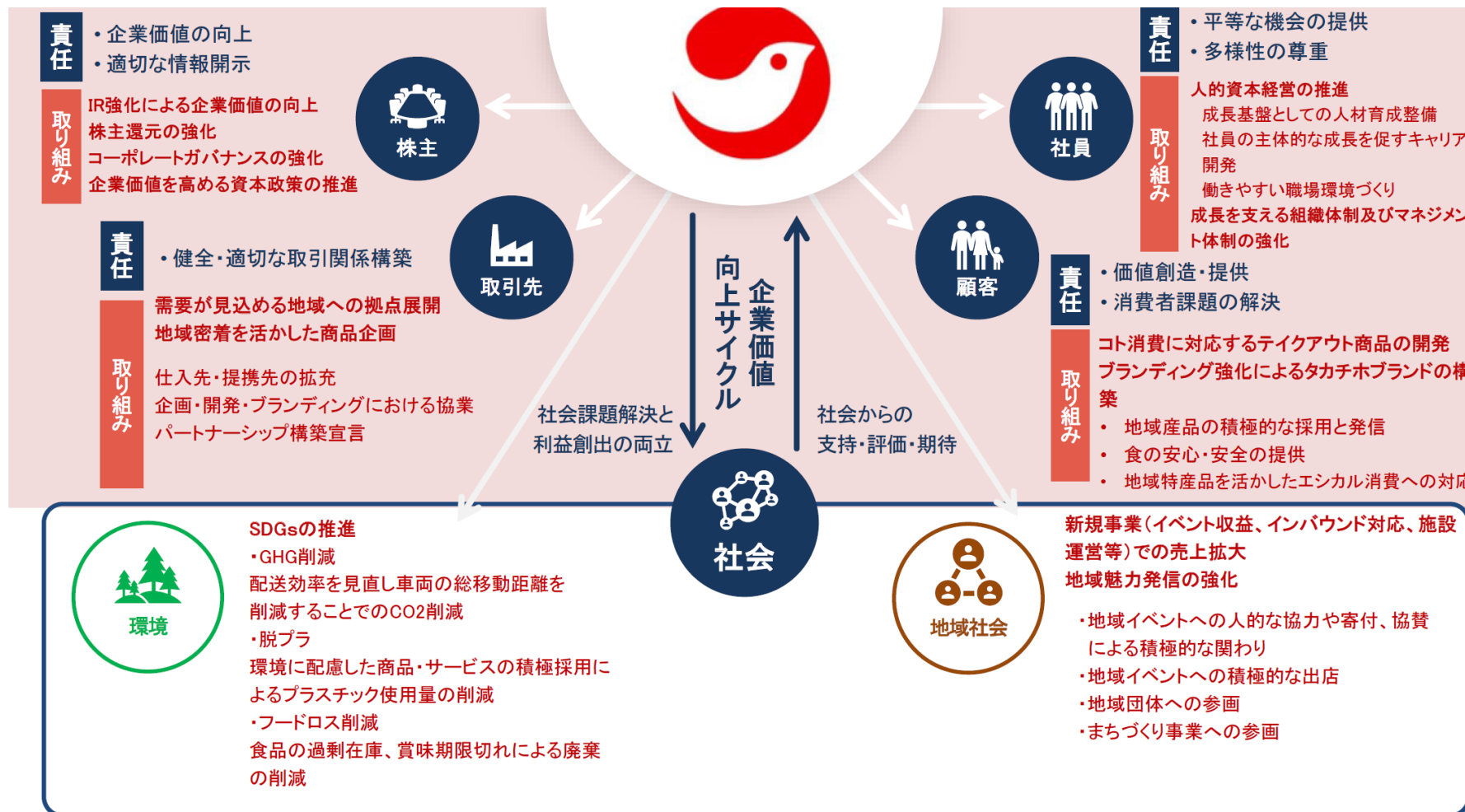
### 地元住民ニーズ

- 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/>

## 「職場環境改善宣言企業」「経営労務診断実施企業」の認定

- 当社は、社労士診断認定制度において、2024年6月28日付で「職場環境改善宣言企業」への登録とともに「経営労務診断実施企業」の認証を取得いたしました
- 社労士診断認証制度とは、全国社会保険労務士会連合会が主催する、労働社会保険諸法令の厳守や職場環境の改善に積極的に取り組み、企業経営の健全化を進める企業を社労士が診断・認証する制度です



## 健康経営優良法人2025（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、2025年3月10日付で、「健康経営優良法人2025（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り組みをもとに、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



2025  
健康経営優良法人

KENKO Investment for Health

大規模法人部門



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](mailto:info@takachiho-net.co.jp)