

# 2026年3月期 中間決算説明会

2025年12月12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. 決算概要

- ・2026年3月期 第2四半期業績
- ・2026年3月期 通期業績予想

## 02. 中期経営計画に基づいた取組状況

---

## 03. ご参考資料

# 01.決算概要

2026年3月期 第2四半期業績



(単位：百万円)

	2025年3月期 第2四半期	構成比 (%)	2026年3月期 第2四半期	構成比 (%)	前期比	
					増減額	増減 (%)
売上高	4,677	100.0	<b>5,673</b>	<b>100.0</b>	996	① 21.3
売上原価	3,343	71.5	<b>3,977</b>	<b>70.1</b>	634	19.0
売上総利益	1,334	28.5	<b>1,695</b>	② <b>29.9</b>	361	27.1
販売費及び一般管理費	978	20.9	<b>1,211</b>	③ <b>21.4</b>	233	23.9
営業利益	355	7.6	<b>484</b>	<b>8.5</b>	128	36.0
経常利益	357	7.6	<b>485</b>	<b>8.6</b>	128	36.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	271	5.8	<b>364</b>	<b>6.4</b>	92	34.3

- ① 大阪・関西万博への商品供給による成果と観光需要の増加を要因に拡大
- ② 大阪・関西万博商品の高付加価値戦略、新企画商品の投入強化で売上総利益率が向上
- ③ 大阪・関西万博での現地アルバイトも含む費用発生に加え、中期経営計画推進に向けた人員増加や体制整備などにより販管費率が上昇

# 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	2025年3月期		2026年3月期		増減額		
	第2四半期	構成比 (%)	第2四半期	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)	
売上高	みやげ 卸売事業 ①	3,601	77.0	<b>4,777</b>	<b>84.2</b>	1,176	32.7
	みやげ 小売事業	505	10.8	<b>368</b>	<b>6.5</b>	▲136 ②	▲27.1
	みやげ 製造事業 ①	108	2.3	<b>151</b>	<b>2.7</b>	43	40.2
	<b>(みやげ 事業計)</b>	<b>4,214</b>	<b>90.1</b>	<b>5,297</b>	<b>93.4</b>	1,082	25.7
	みやげ以外 事業	462	9.9	<b>375</b>	<b>6.6</b>	▲86 ③	▲18.8
<b>合計</b>	<b>4,677</b>	<b>100.0</b>	<b>5,673</b>	<b>100.0</b>	996	21.3	
営業利益	みやげ 卸売事業 ①	382	107.3	<b>530</b>	<b>109.6</b>	148	38.8
	みやげ 小売事業	60	17.0	<b>38</b>	<b>8.0</b>	▲21 ②	▲35.9
	みやげ 製造事業 ①	30	8.6	<b>59</b>	<b>12.3</b>	29	94.8
	<b>(みやげ 事業計)</b>	<b>473</b>	<b>132.9</b>	<b>628</b>	<b>129.9</b>	155	32.9
	みやげ以外 事業	40	11.3	<b>43</b>	<b>9.0</b>	3 ③	8.9
	※ (調整額)	▲157	▲44.2	<b>▲188</b>	<b>▲39.0</b>	▲31	—
<b>合計</b>	<b>355</b>	<b>100.0</b>	<b>484</b>	<b>100.0</b>	128	36.0	

① 大阪・関西万博への商品供給による成果と観光需要増加を要因に拡大

② 2024年10月の富士旬粋閉店（賃借契約満了）に伴う店舗数の減少によるもの

③ バンバン高田店閉店（賃借契約満了）により売上は減少したが、アウトドア店舗の商品構成見直し等により営業利益は改善

※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

## みやげ 卸売事業

- 売上高 4,777百万円 (前年同期比 +32.7%)
- 営業利益 530百万円 (前年同期比 +38.8%)

大阪・関西万博、劇場版名探偵コナンなどIPを活用した高付加価値商品の投入  
商品開発力向上により積極的に新商品展開

- サプライセンシー契約に基づく2025大阪・関西万博公式ライセンス商品の企画、販売
  - ➡ 4月～9月 売上約747百万
- 劇場版『名探偵コナン 隻眼の残像（せきがんのフラッシュバック）』とのタイアップ商品の展開
  - ➡ 4月～9月 売上約40百万
- 上半期における新規企画商品 151アイテム (2024年度上半期135アイテム、前年度比+11.8%)



©Expo 2025

【大阪・関西万博への商品供給】  
サプライセンシー契約により、公式ライセンス商品として当社企画品を会場内・外で販売



【当社の企画力を活かした商品の一例】  
地域有名企業・商材とのコラボや話題性を取り入れた企画商品の展開



@2025 青山剛昌/名探偵コナン製作委員会

【IPコラボレーション商品の展開】  
本社地元長野が題材となった、劇場版「名探偵コナン 隻眼の残像（せきがんのフラッシュバック）」とのタイアップ

## みやげ 小売事業

- 売上高 368百万円（前年同期比 ▲27.1%）
- 営業利益 38百万円（前年同期比 ▲35.9%）
- 富士旬粋閉店により減収。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
- 一部既存店の改修工事によるレイアウト変更、VMD強化



## みやげ 製造事業

- 売上高 151百万円（前年同期比+40.2%）
- 営業利益 59百万円（前年同期比+94.8%）
- 2025大阪・関西万博公式ライセンス商品の供給による受注増加
- 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



©Expo 2025

【大阪・関西万博公式ライセンス 当社製造品】

## みやげ以外 事業

### アウトドア用品事業

- 売上高 123百万円（前年同期比▲41.3%）
- 営業利益 3百万円（前年同期は▲2百万円）
- 高田店の閉店により売上は減少しているが、需要に合わせた商品構成の見直し等の結果、営業利益改善

### 温浴施設事業

- 売上高 151百万円（前年同期比+2.9%）
- 営業利益 13百万円（前年同期比▲10.2%）
- 来館客数は前年同期比2.7%増により売上増加となったが、水道光熱費等の上昇が上回り営業利益減

### 不動産賃貸事業

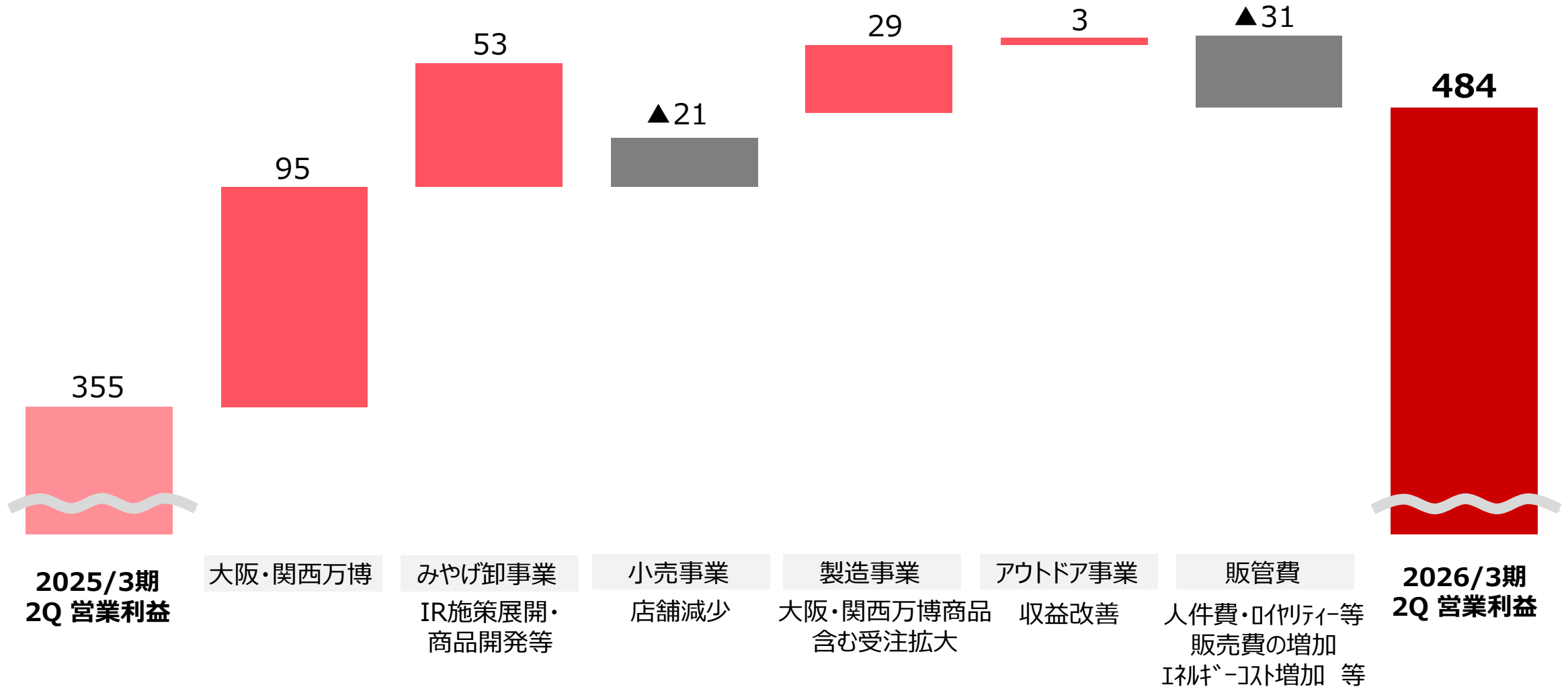
- 売上高 73百万円（前年同期比▲1.2%）
- 営業利益 25百万円（前年同期比4.2%）
- テナント入居が安定推移したことに加え、修繕費用減少により営業利益増加

### その他事業

- 売上高 27百万円（前年同期比▲9.7%）
- 営業利益 1百万円（前年同期比▲66.0%）
- 飲食事業の原材料価格上昇および店舗内テナント撤退により売上、営業利益ともに減少

# 営業利益増減分析

(百万円)



# 連結貸借対照表

	2025年3月期		2026年3月期		前期末比	
	期末	構成比(%)	第2四半期	構成比(%)	増減額	増減率(%)
<b>資産の部 ①</b>						
流動資産合計	2,191	51.1	3,141	60.5	950	43.4
現金及び預金	929	21.7	1,354	26.1	425	45.7
受取手形・売掛金	714	16.7	1,235	23.8	521	73.0
棚卸資産・その他	546	12.8	460	8.9	▲86	▲15.8
固定資産合計	2,097	48.9	2,049	39.5	▲48	▲2.3
有形固定資産	1,522	35.5	1,514	29.2	▲8	▲0.5
無形固定資産・投資その他の資産	574	13.4	534	10.3	▲40	▲7.0
資産合計	4,288	100.0	5,191	100.0	903	21.1
<b>負債の部 ②</b>						
流動負債合計	1,012	23.6	1,694	32.6	682	67.34
支払手形・買掛金・その他	755	17.6	937	18.1	182	24.1
短期及び一年内返済予定の長期借入金	257	6.0	757	14.6	500	194.6
固定負債合計	1,022	23.8	889	17.1	▲133	▲13.0
負債合計	2,034	47.4	2,583	49.8	549	27.0
<b>純資産の部 ③</b>						
資本金	1,000	23.8	1,000	19.3	0	0.0
資本剰余金	747	17.4	755	14.5	8	1.1
利益剰余金・有価証券評価差額金・その他	568	13.3	907	17.5	339	59.7
自己株式	▲62	▲1.4	▲55	▲1.1	—	—
純資産合計	2,253	52.6	2,607	50.2	354	15.7

- ① 主に現金及び預金、受取手形及び売掛金が増加したことによる資産増加
- ② 主に支払手形及び買掛金、短期借入金が増加したことによる負債増加
- ③ 主に親会社株主に帰属する中間利益増加による純資産増加

# 連結キャッシュ・フロー計算表

単位：百万円

	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期
①営業活動によるキャッシュ・フロー ①	72	111
②投資活動によるキャッシュ・フロー ②	▲95	▲23
フリーキャッシュフロー（①＋②）	▲22	88
財務活動によるキャッシュ・フロー ③	307	336
現金及び現金同等物の増減額	285	424
現金及び現金同等物の期首残高	834	929
現金及び現金同等物の期末残高	1,119	1,354

① 主に税金等調整前純利益485百万円、仕入債務88約万円増加の一方、売上債権520万円の増加、法人税等支払支出37百万円による

② 主に有形固定資産の取得による支出30百万円による

③ 主に短期借入の増加500百万円、長期借入金返済129百万円による

# 2026年3月期 通期業績予想



# 2026年3月期 業績予想（変更なし）

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%	

- 大阪・関西万博会場内販売の当初予測600百万円（4/13～10/12累計）に対し上期（4/1～9/30）で既に147百万円上回っているものの、第3四半期において万博商品の資材等清算が発生することに加え、第3四半期以降の万博の反動による観光手控えの可能性を考慮し、第2四半期時点では業績予想の変更を見送っています。

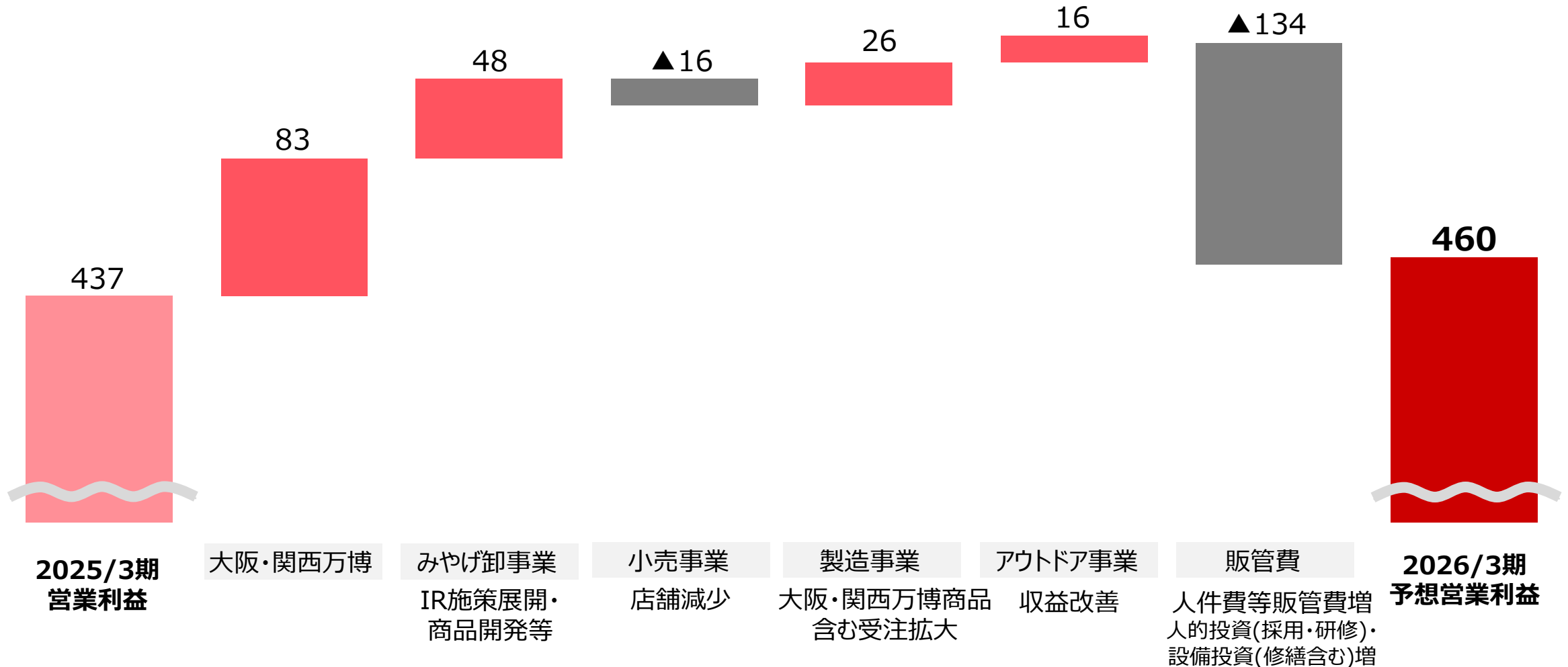
※営業利益の調整額は、セグメント間取引消去額及び各報告セグメントに配分していない一般管理費等の全社費用であります。

**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、店舗移転によるHMあらい店の休業
  - 第3四半期以降における観光需要減少見込み
- ➔ **+787百万円**（期首予想比+187）  
4~9月分747+当初想定10月分40
- ➔ **+350百万円程度**（期首予想同額）
- ➔ **△305百万円程**（期首予想比▲19）
- ➔ **△168百万円程度**（追加）

# 営業利益（予想）増減分析

(百万円)

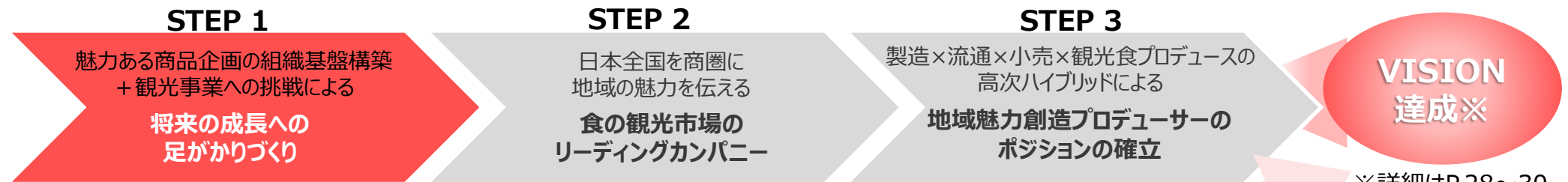


- 2025年3月期は、観光需要の回復等による増収に伴い、1株当たり50円として配当
- 2026年3月期の配当金については、当社の利益配分に関する基本方針、財政状況及び通期業績見通し等を勘案し、1株につき期末配当金80円を見込む
- 配当性向目標は30%を基本方針とする

	2025年3月期	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%

## 02. 中期経営計画に基づいた取組状況





## 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

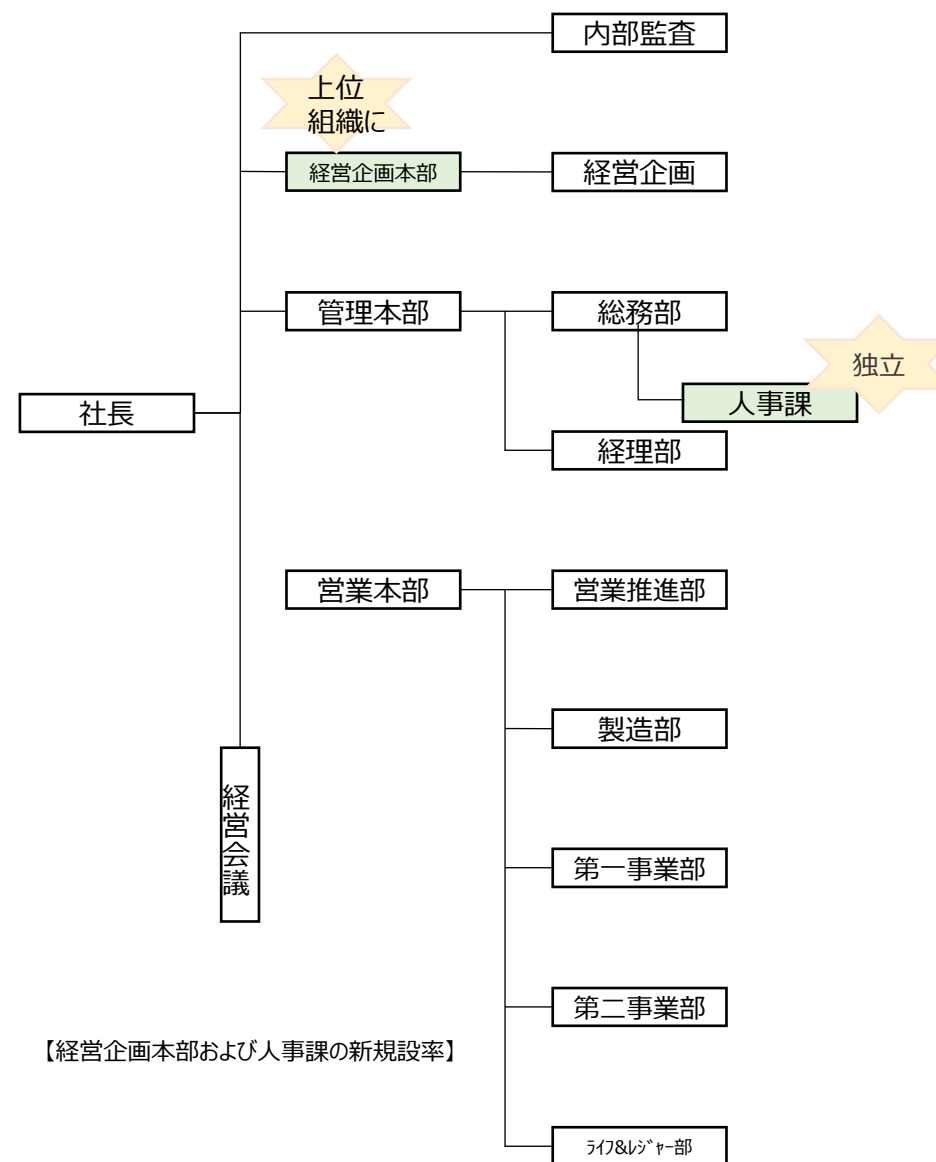
現在

## 2026年3月期における主な重点施策

### 将来の成長への足掛かりづくり

#### 中計推進に向けた組織強化

- **人材投資を強化するため、人材育成部署を独立**
  - 必要研修の提供、指名研修制度の拡充
  - 人材育成のための評価制度・賃金制度等改定準備
- **中計推進に向けた経営企画部門の強化**
  - 企業価値向上施策の推進強化、意志決定スピードの向上
  - 中期経営計画推進に向けた専門人材の採用
  - 外部（研修・コンサル等）も使った経営層のリカレント



## 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

## 地域密着の強みを活かした商品企画機能の強化

### ● 組織新設による商品企画の推進

- 一例) 地元大学のブランドとのコラボ商品企画 (北大ラズベリー®商品の共同開発・企業コラボ等)
- 一例) 地元企業とのコラボ商品企画 (知名度のある企業とのコラボ商品の企画開発)

## 観光需要が見込める地域への拠点展開強化

### ● 大阪・関西万博商品供給を活かした西日本への営業強化

- 関西圏へのコネクション構築
- 当社企画力、信頼度・安全性の発信



【ミカド珈琲との共同開発】

【北海道大学との共同開発】



©Expo 2025

【2025大阪・関西万博公式ライセンス商品 (会場外)】  
関西を中心とした得意先に商品を提供

## みやげ事業・卸

### 全国規模イベントでの需要獲得

- 会期中 万博会場内オフィシャルストアにて  
2025大阪・関西万博公式ライセンス商品55アイテムを販売

- イベント期間中の売れ筋商品分析によるトレンドの把握
- 次期イベントを想定したノウハウの蓄積及び今後のイベントに向けた組織力の強化



©Expo 2025

【大阪・関西万博 会場内販売オフィシャル商品】

### PESOメディア\*を連動させたブランディング強化によるタカチホブランドの構築

- 公式SNSの発信強化、オウンドメディア発信によるアードメディア獲得

- 主にInstagramにおいて当社グループ商品情報などを定期発信  
(フォロワー数は6月開設後、5か月間で0→1,447人まで増加 ※11/21現在)

\*PESOメディア・・・paid media、Earned media、Shared media、Owned mediaの頭文字を取ったマーケティング手法



タカチホ公式SNSでのオリジナルキャラクターの活用  
定期発信によるファンの獲得と、露出による情報拡散を狙う

## みやげ事業・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

#### 観光需要が見込める地域への新規出店

- 有望出店先情報の収集、出店エリア絞り込みによる新規出店に向けた準備
  - 社内・外からの情報提供による、候補地選定開始

#### 既存店舗を活用した観光事業主力業態（テイクアウト商品）の開発

- 新規テイクアウト商品開発、地元有名企業先とのコラボ交渉着手
  - 集客力の強化と新規顧客獲得

#### その他 実施策

- 一部店舗店内改修によるVMD効果、導線の改善
- SNS活用によるブランドイメージの発信の強化



【九九や旬粋】壁面のレイアウト変更により通路を広く、ゆとりある空間に



【軽井沢旬粋】店内倉庫スペースを撤去し、売店レイアウトの一部に

## みやげ事業・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

#### お菓子工房既存製造設備の機能強化（生産能力向上）

- バンドオープン入替等、将来性のある設備投資への着手
  - ニーズに合わせた新たな商品ラインナップの構築を推進

#### M&Aによる製造機能の抜本的な見直し

- M&A推進に向けた社内体制の整備
- 日本アジア投資との協業
  - 「観光市場ロールアップ情報の収集とフィージビリティの検討

【現状の当社主力製造ラインナップ】



チョコレートサンドクッキー



クッキー・プリントクッキー



包餡クッキー・乳菓饅頭

## ライフ&レジャー

### 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

#### 温浴事業中心とした付加価値向上に向けた計画的修繕

- 集客効果向上・顧客満足度の底上げ
- ターゲットリサーチによる情報収集

#### アウトドア事業を中心としたモノ・コト消費の開拓

- **SNS・EC等有効活用による商品流動性の向上**
  - 鮮度の高いタイムリーな商品情報の提供による顧客へのアプローチ

# 参考資料

## 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E C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



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

### 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、クレープ専門店を展開

### アウトドア用品事業

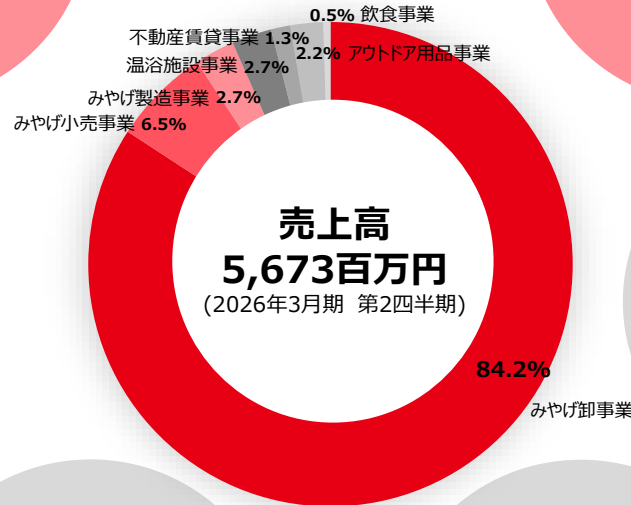
- キャンプ用品、フィッシング用品の販売・一部レンタル
- アウトドアステーション「バンバン」の運営

### 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

### 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



売上高  
5,673百万円  
(2026年3月期 第2四半期)

## 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

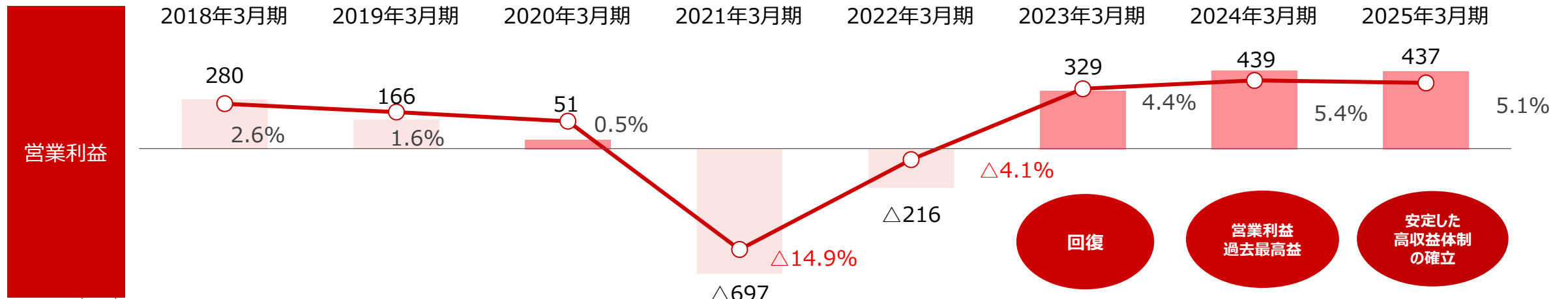
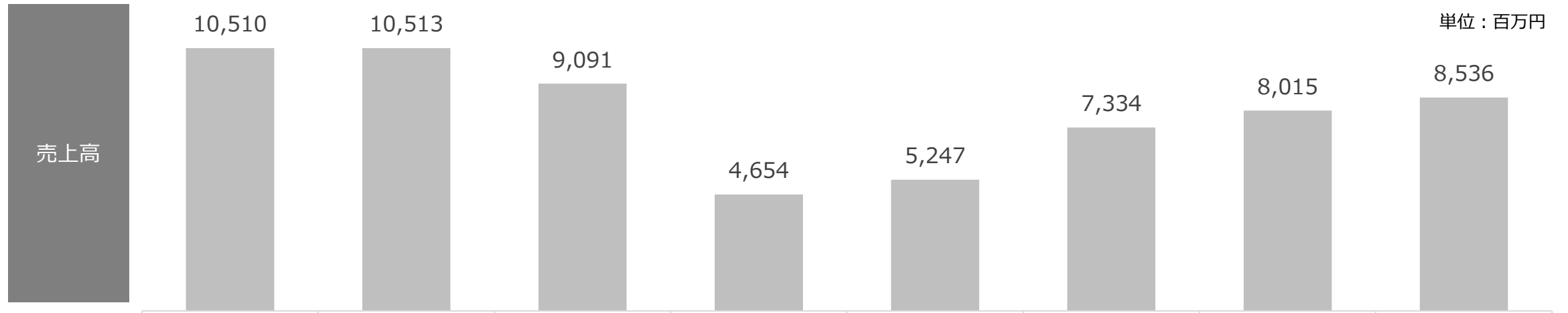
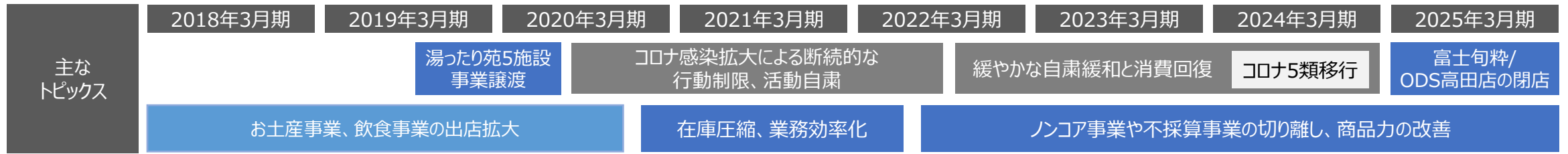
会社名	株式会社タカチホ
設立	昭和24年2月28日
代表者	代表取締役社長 久保田一臣
資本金	10億円
本社	長野県長野市大豆島5888
営業所	松本営業所（長野県松本市）
直営店	みやげ小売店7店舗 ※子会社管轄2店舗含む
	飲食店1店舗
	アウトドア用品店2店舗
	温泉施設1店舗

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）



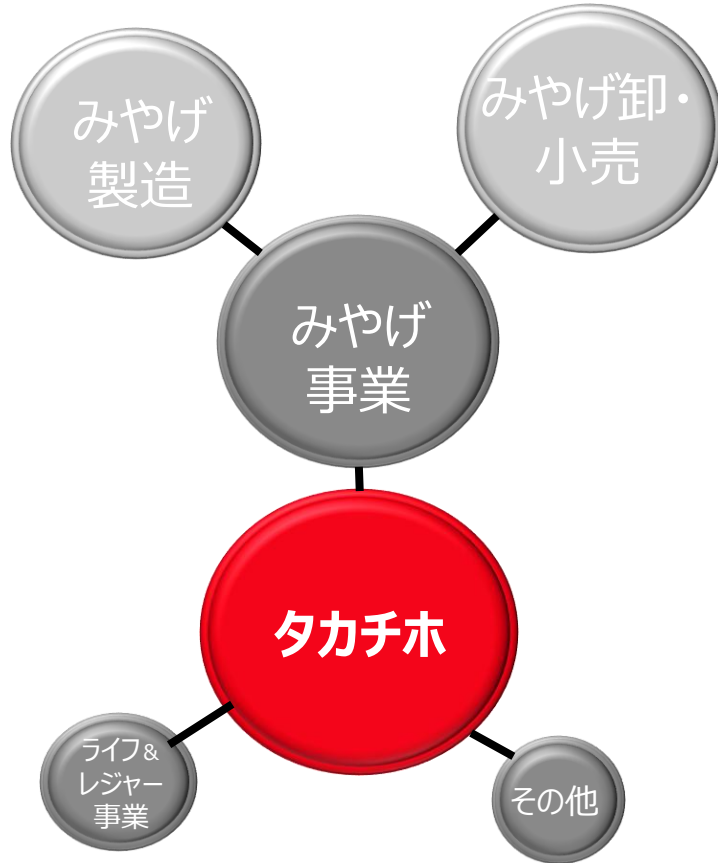
# 業績推移



# タカチホ10年ビジョン（ビジネスモデルシフトコンセプト）

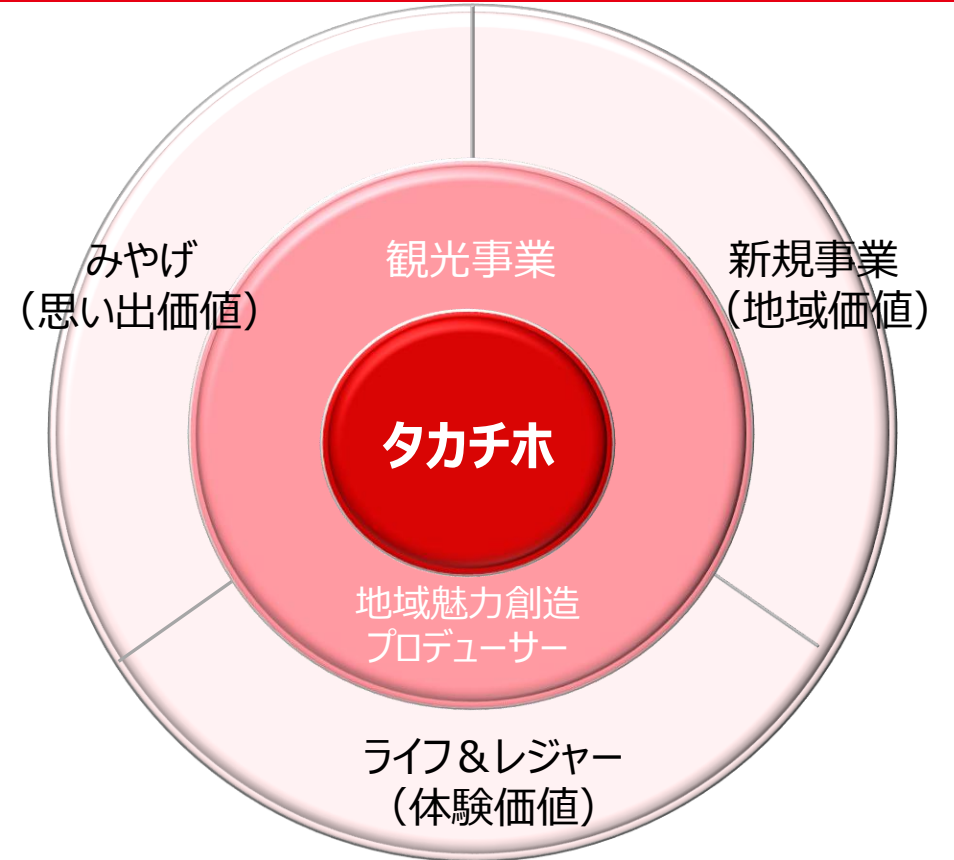
すべての事業が「観光事業」として、密接に連携しあうビジネスモデルへ

## 現状



みやげ事業を中心とする  
ビジネスモデル

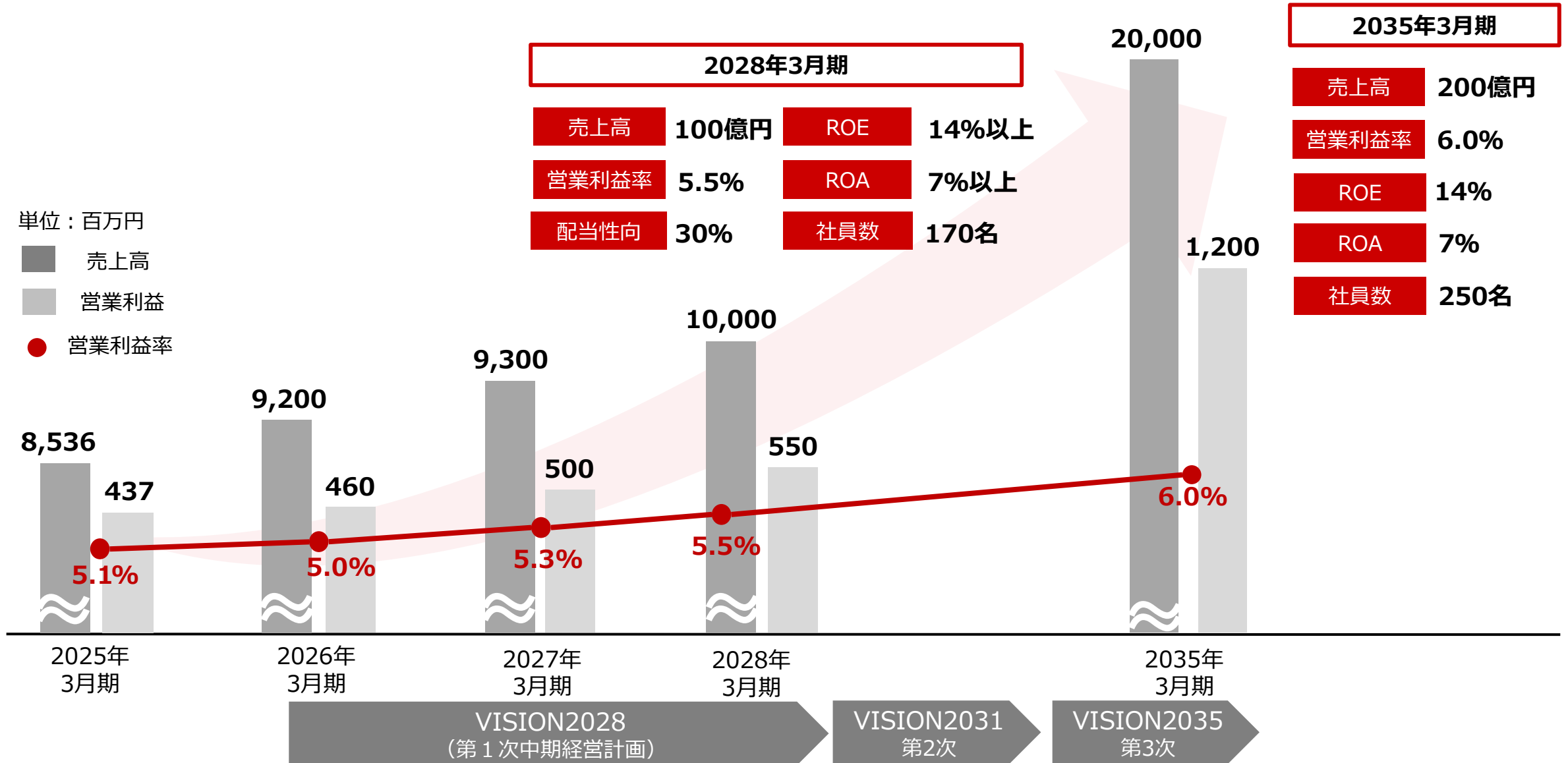
## 10年ビジョン



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

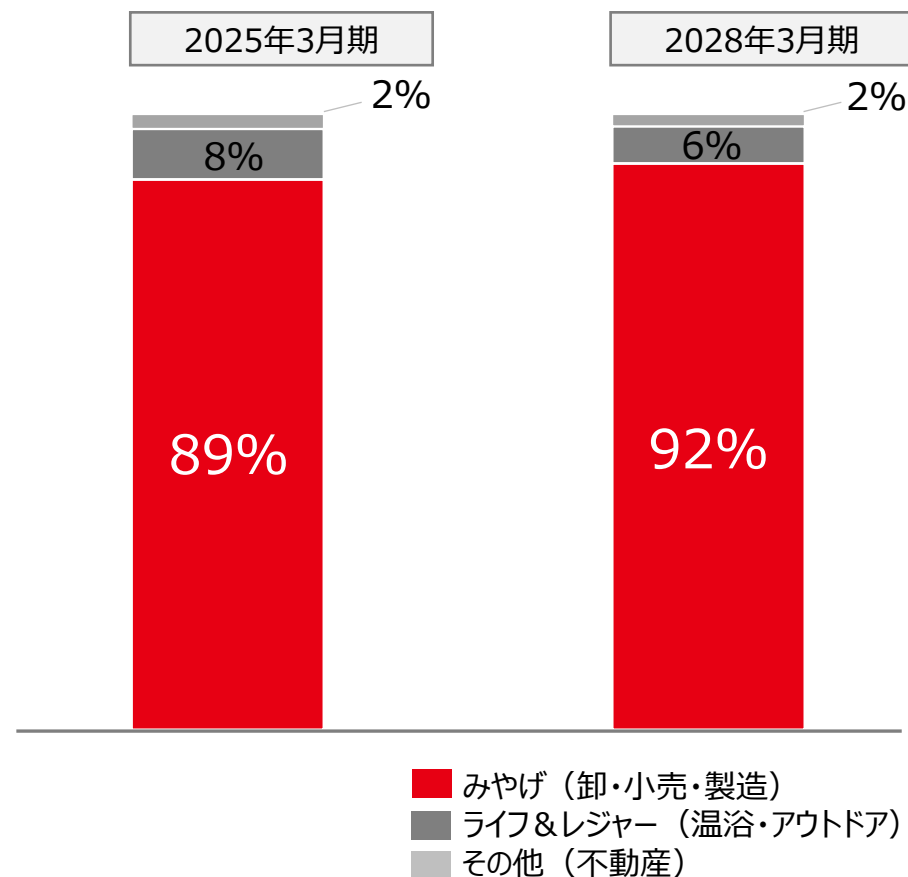
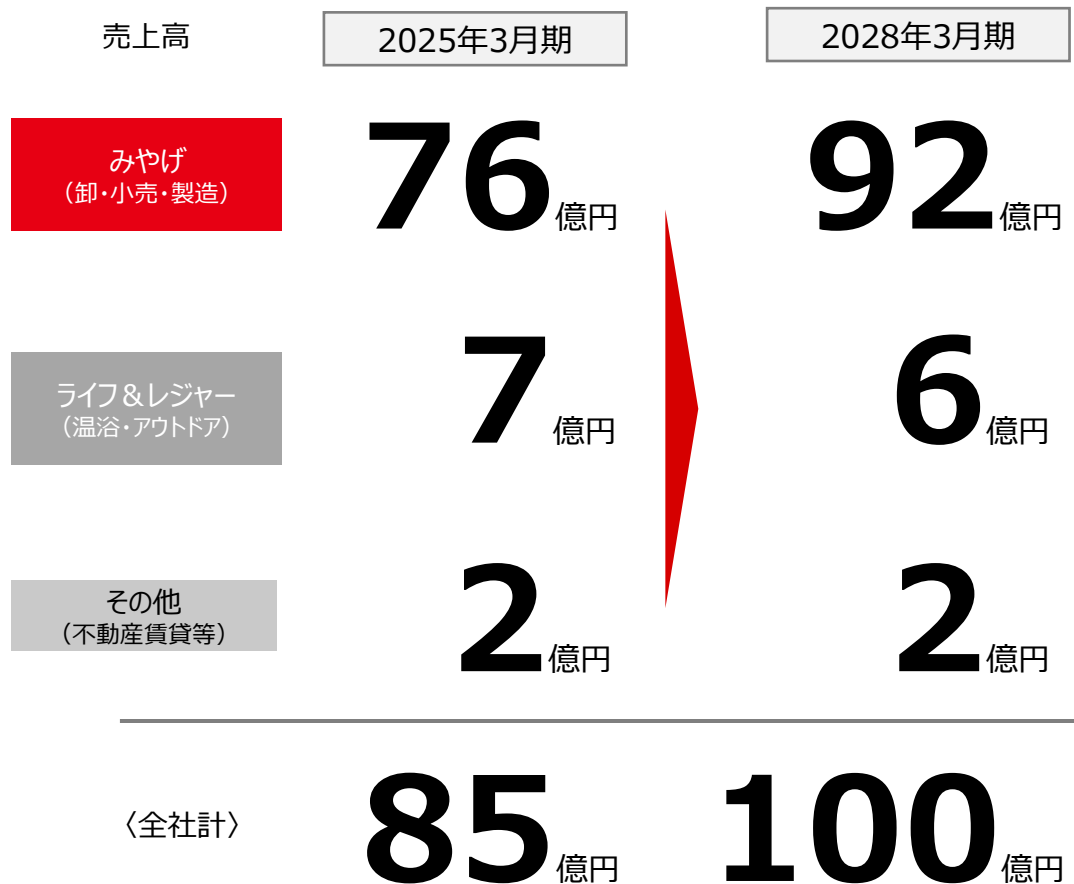


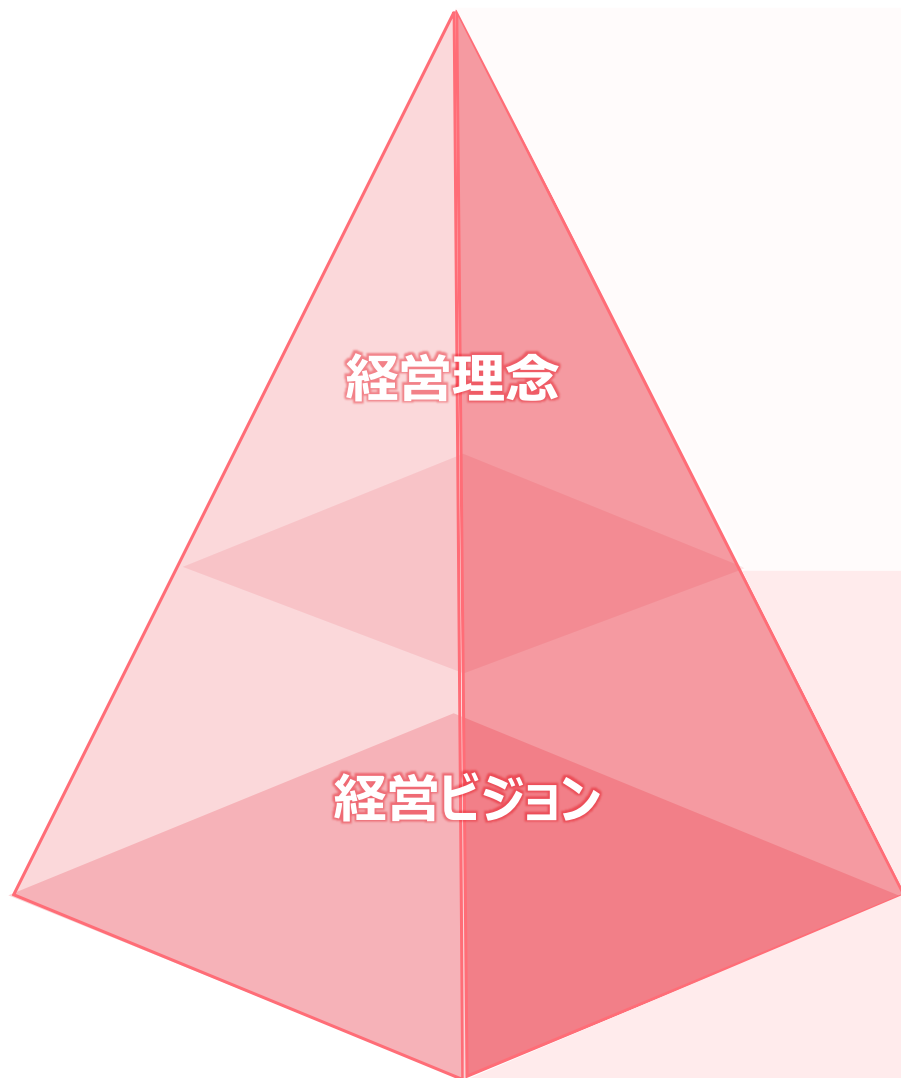
# 事業ポートフォリオ (VISION2028)

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)

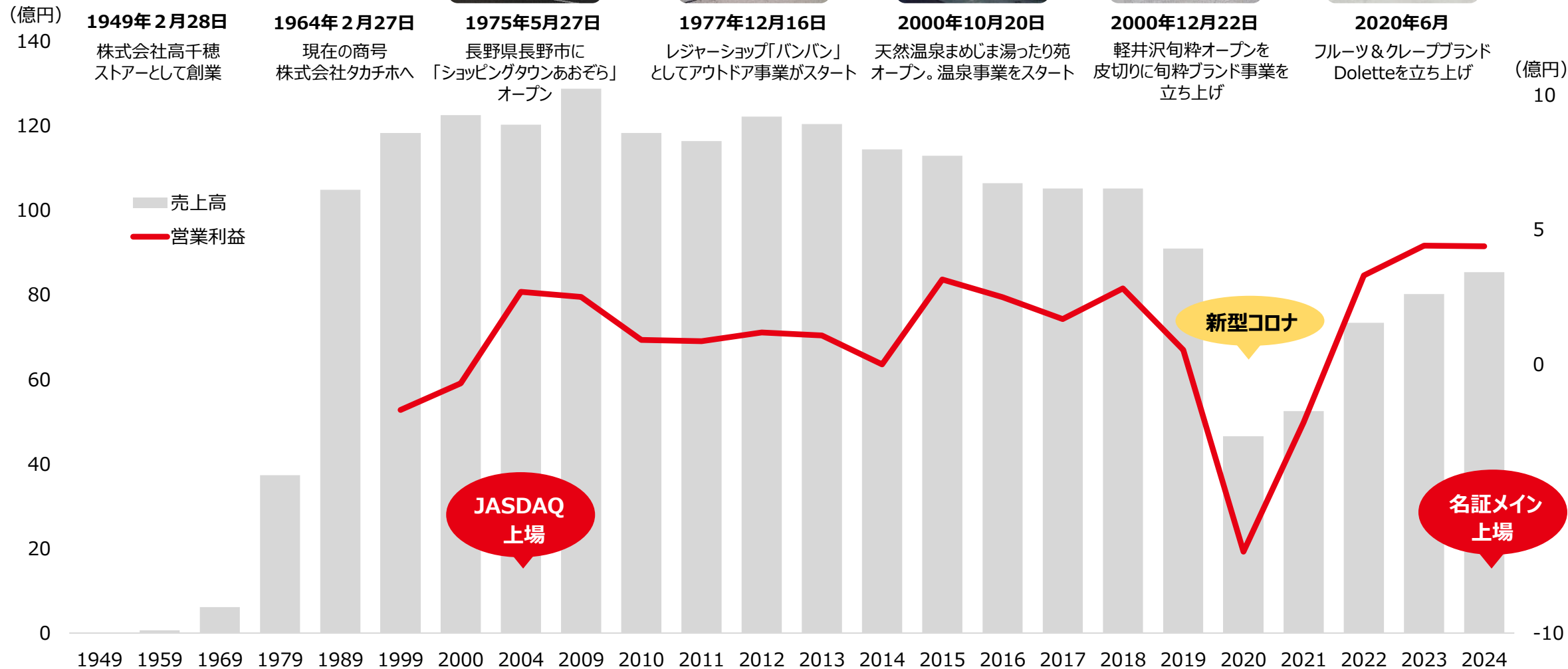


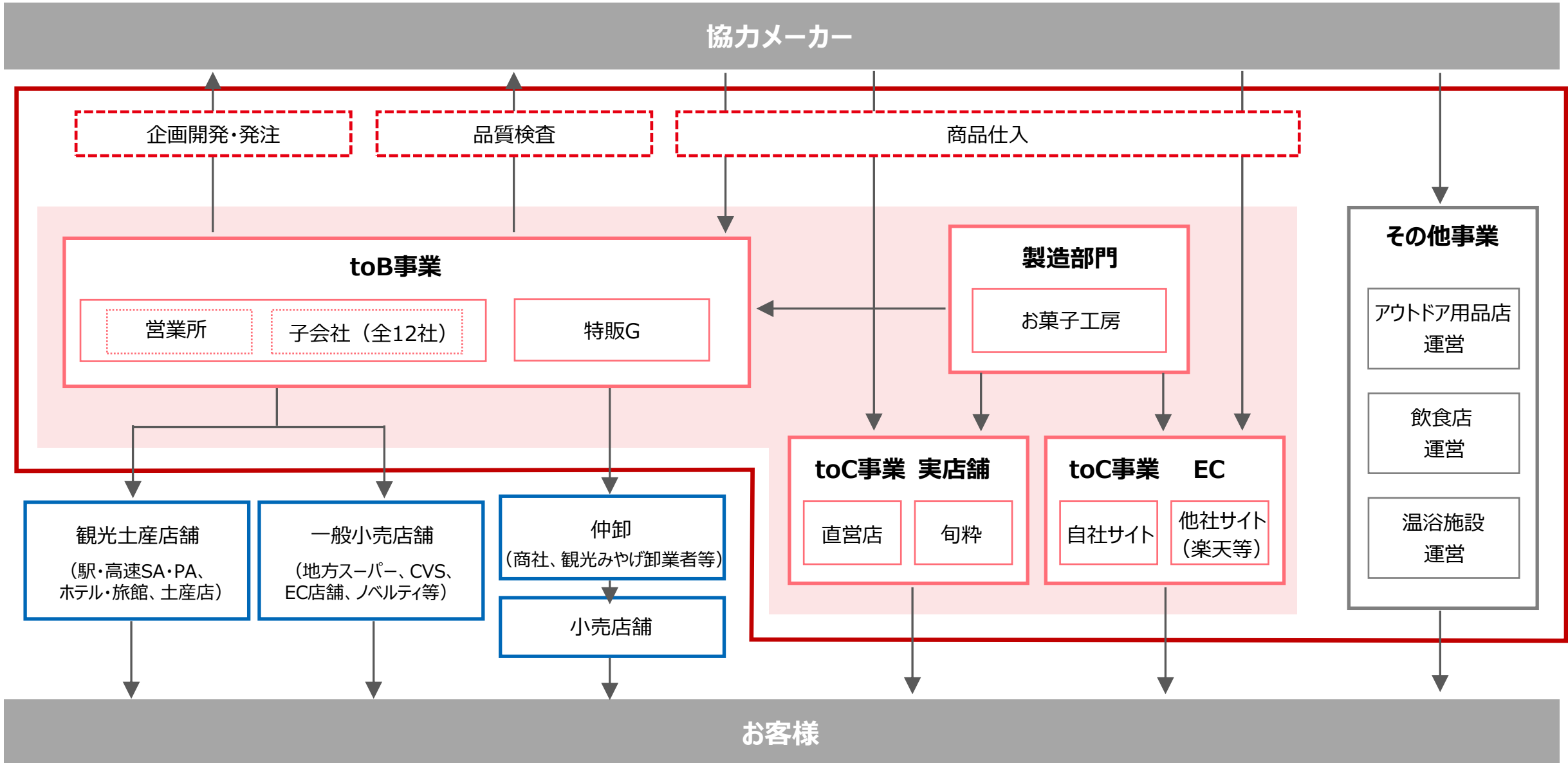


限りなき発展を目指し、  
社員と株主、取引先との共存共栄をはかり、  
豊かな生活を創造し、そして社会に貢献する。  
大きな会社を築くより、最長の会社を目指す

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

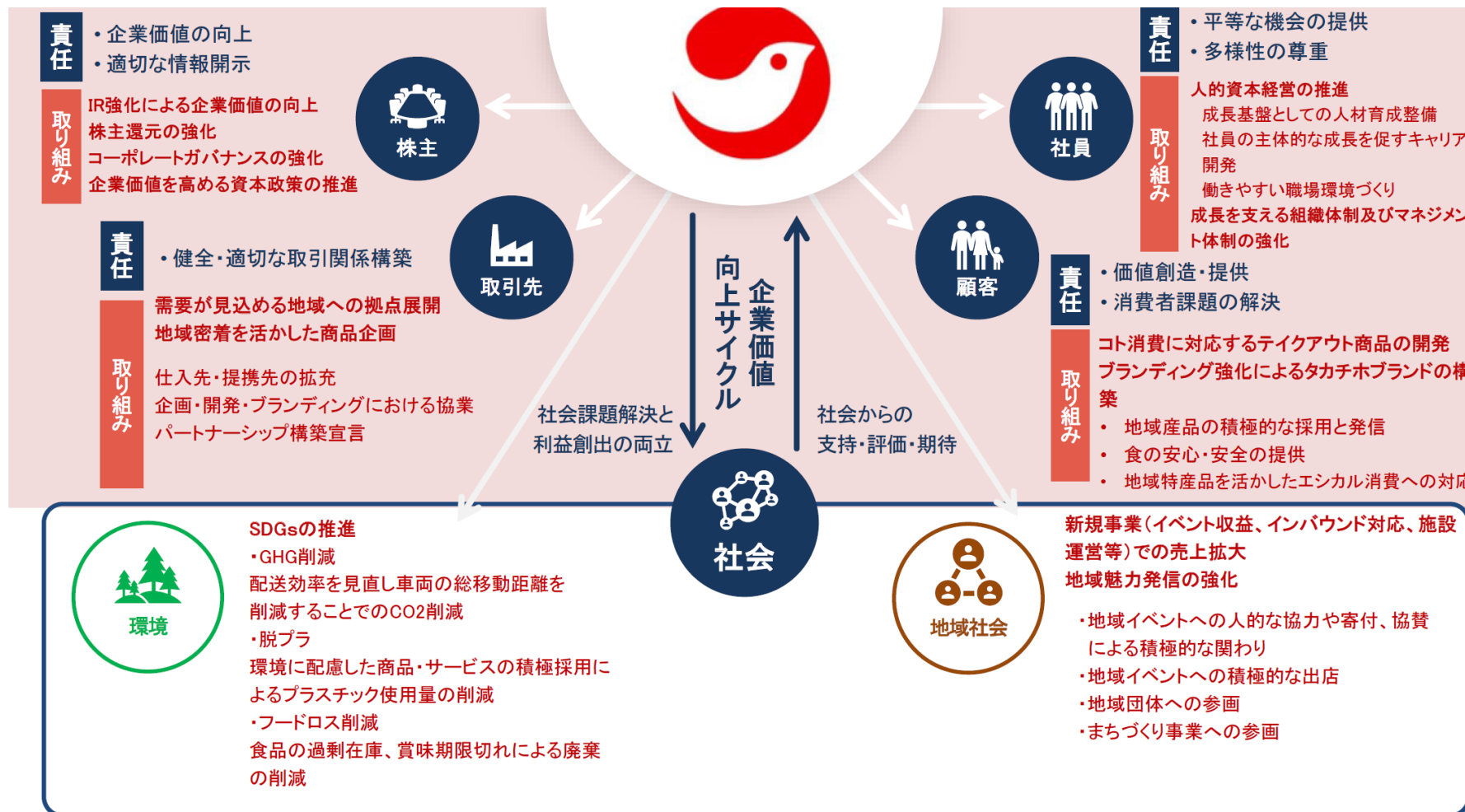
### 地元住民ニーズ

- 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 2025年6月6日更新）
- 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)