

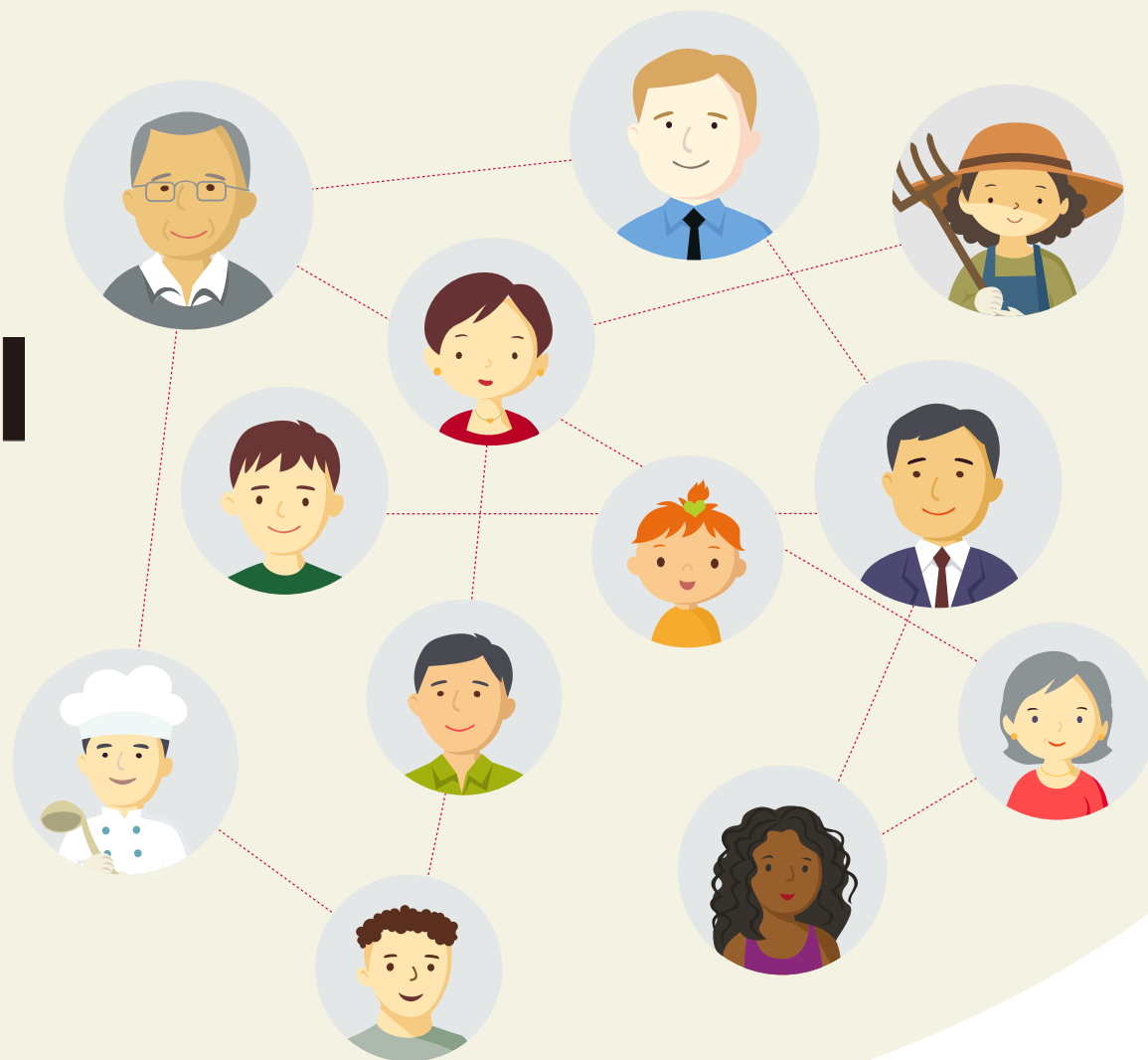
# TAKAYOSHI

## 株式会社タカヨシ

2022年9月期 第1四半期

決算説明資料

2022年2月14日





# 会社概要

# 創業から半世紀以上 様々な小売関連事業に参入/撤退 20年前から直売所ビジネスへ参入

本店所在地	千葉県千葉市美浜区
創業	1970年（昭和45年）12月
代表者	代表取締役社長 高品 政明
事業内容	地域の食の産直プラットフォーム型店舗「わくわく広場」の運営
従業員数	1,692名（2021年9月末時点、パートタイム含む）（正社員・契約社員91名）
沿革	<p>1970年 千葉県木更津市にて創業、事務機器の販売を開始</p> <p>1980年～ ホームセンター事業を開始も、在庫・資金繰りに悩まされる</p> <p>2000年 直売所ビジネスに参入</p> <p>2009年 ショッピングモールに「わくわく広場」を出店</p> <p>2017年 店舗数が100店舗を突破</p> <p>2021年 東京証券取引所マザーズ市場に株式上場</p>

## 変化に挑み続けるDNAを活かし、 世の中から必要とされる企業を目指します

### ビジョン

安心と笑顔が広がる世界をつくる

### 社是

- わが社は常に、お客様に支持され愛される企業でありたい
- わが社は常に、従業員、取引先、株主が共に繁栄できる企業でありたい
- わが社は常に、時代のニーズに対応できる企業でありたい

### 行動規範

1. 私たちは、社会の一員である自覚を常に持ち、誠実かつ謙虚に行動します
2. 私たちは、個店経営の意識で、感謝と熱意を持って仕事に取り組みます
3. 私たちは、取引先をはじめ、当社に関わる全ての方に対して公平に接します
4. 私たちは、変化に挑戦し続けることで、時代のニーズに素早く対応します
5. 私たちは、より高収益な企業を目指し、創意工夫を繰り返します

# 「地域を結ぶ直売広場」

生産者と消費者を  
つなげる場を提供する  
わくわく広場



地元の新鮮な食品を  
買いたい  
近隣の消費者

地元の商品を  
買ってもらいたい  
近隣の生産者

# わくわく広場は、委託販売スタイルの食のプラットフォーム



- ① 集客力のあるショッピングモール内の区画に当社がテナントとして入居
- ② 登録すれば、生産者は自分で値付けして陳列・出品できる
- ③ レジや清掃などの店舗運営業務をわくわく広場が行う
- ④ 当社から生産者へは、お客様が買われた商品のみ仕入れて翌月お支払い
- ⑤ レジ売上と仕入支払の差額の純額のみを当社は売上として計上  
(流通総額)

## 生産者は、低リスク・低投資で新たな収益チャンスを試せる



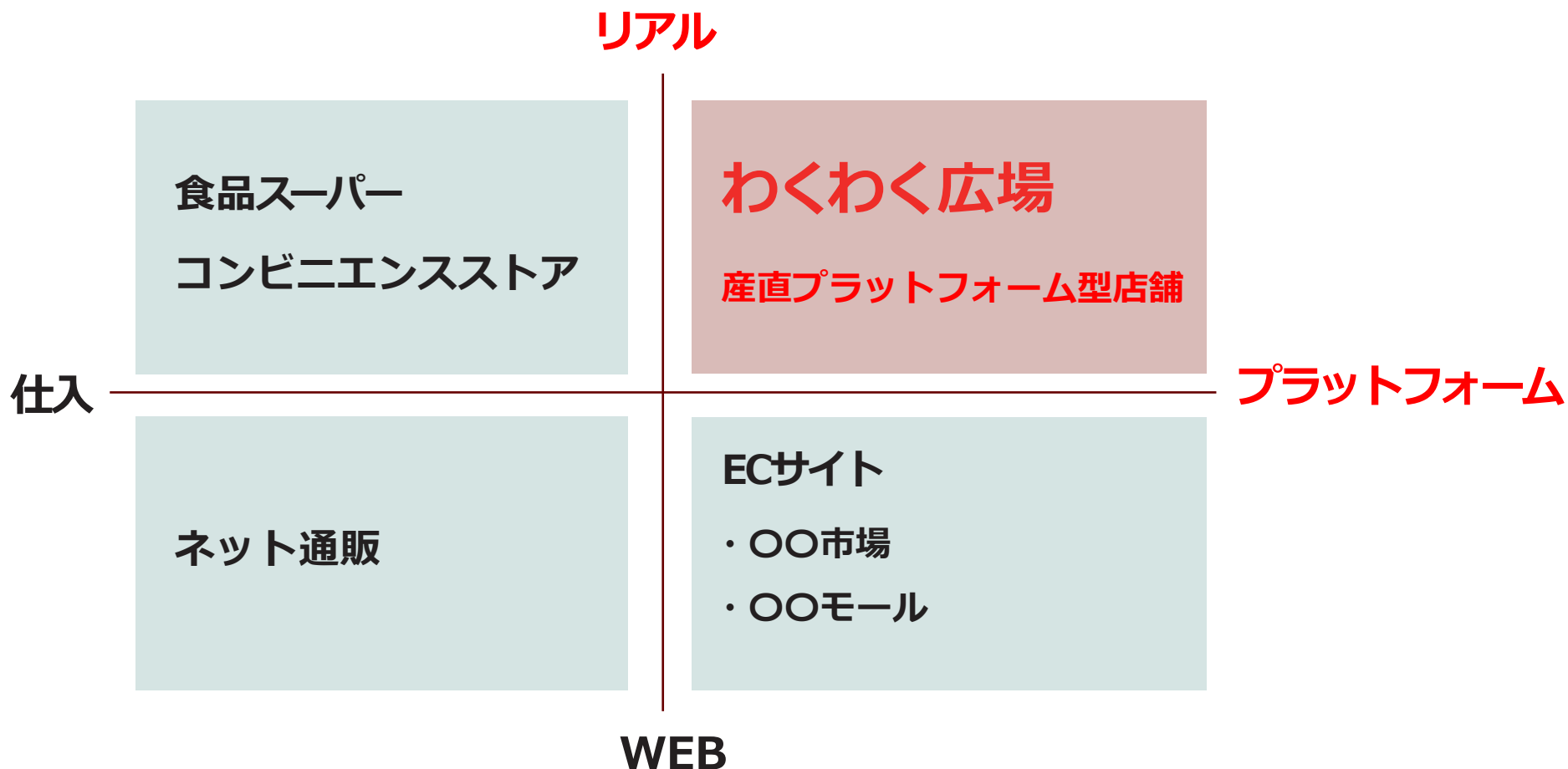
わくわく広場があることで・・・



出品に際して、**登録料・保証料・年会費は不要**  
**契約制ではなく登録制**

わくわく広場は、小売業ではなく、

“リアル×プラットフォーム”のサービス業





## プラットフォーム成長の鍵は「場」と「ユーザー」の拡大

$$\text{店舗数} \uparrow \times \text{出品生産者数} \uparrow = \text{流通総額} \uparrow$$

わくわく広場にとっての「場」

わくわく広場にとっての「ユーザー」

小売業的な発想ではなく、供給サイドをいかに刺激できるかがポイント

$$\text{客数} \times \text{客単価} = \text{流通総額}$$




# 2022年9月期第1四半期 ハイライト

## 業績サマリー

### 営業収益

**1,626**百万円

前年同期比 (増減)

**+18.9%**(+258百万円) 


進捗率

**25.5%**

### 営業利益

**272**百万円

前年同期比 (増減)

**+53.2%**(+94百万円) 

進捗率

**34.0%**

## 主要な経営指標 (KPI)

### 流通総額

**5,508**百万円  
(前年同期比+19.5%)

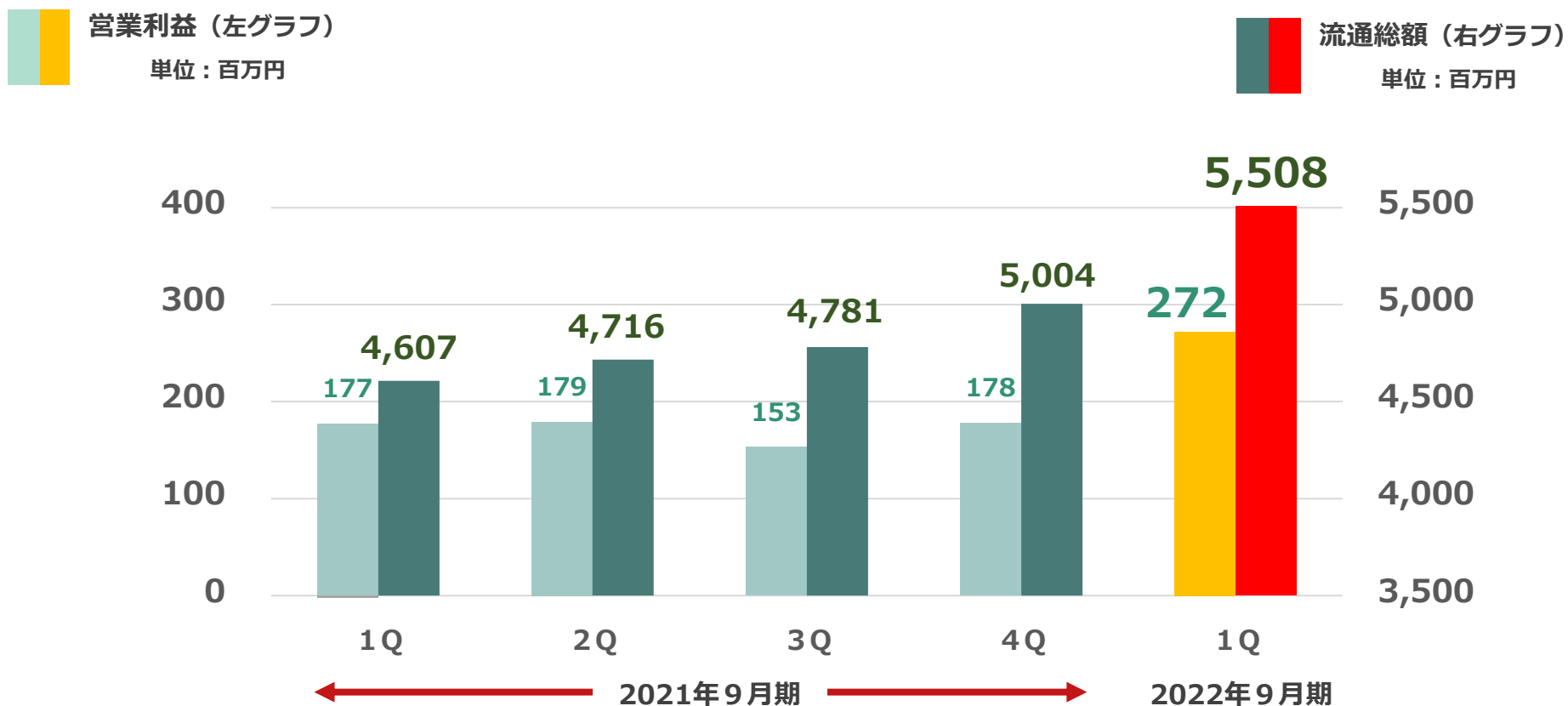
### 店舗数

**127**店舗  
(前期末より10店舗増)

### 登録生産者数

**24,162**件  
(前期末より646件増)

## 店舗と登録生産者の拡大に加え、既存店も好調に推移 流通総額（GMV）の増加に伴い、営業利益が増加



流通総額 : 店舗におけるレジ通過額のほか、値札シールの販売代金や不動産賃貸収入等を含む総額の全体売上高

## ■ 事業規模は順調に拡大

新規オープン店舗が順調に売上と利益を獲得。既存店も流通総額が増加したため、全体として営業利益が増加。

(単位：百万円)

	2021/9期 1Q実績	2022/9期 1Q実績	変動率	通期業績 予想	進捗率
流通総額	4,607	5,508	+19.5%	21,952	25.1%
営業収益	1,368	1,626	+18.9%	6,366	25.5%
営業利益	177	272	+53.2%	801	34.0%
経常利益	168	246	+46.5%	774	31.9%
四半期純利益	96	133	+38.0%	429	31.0%

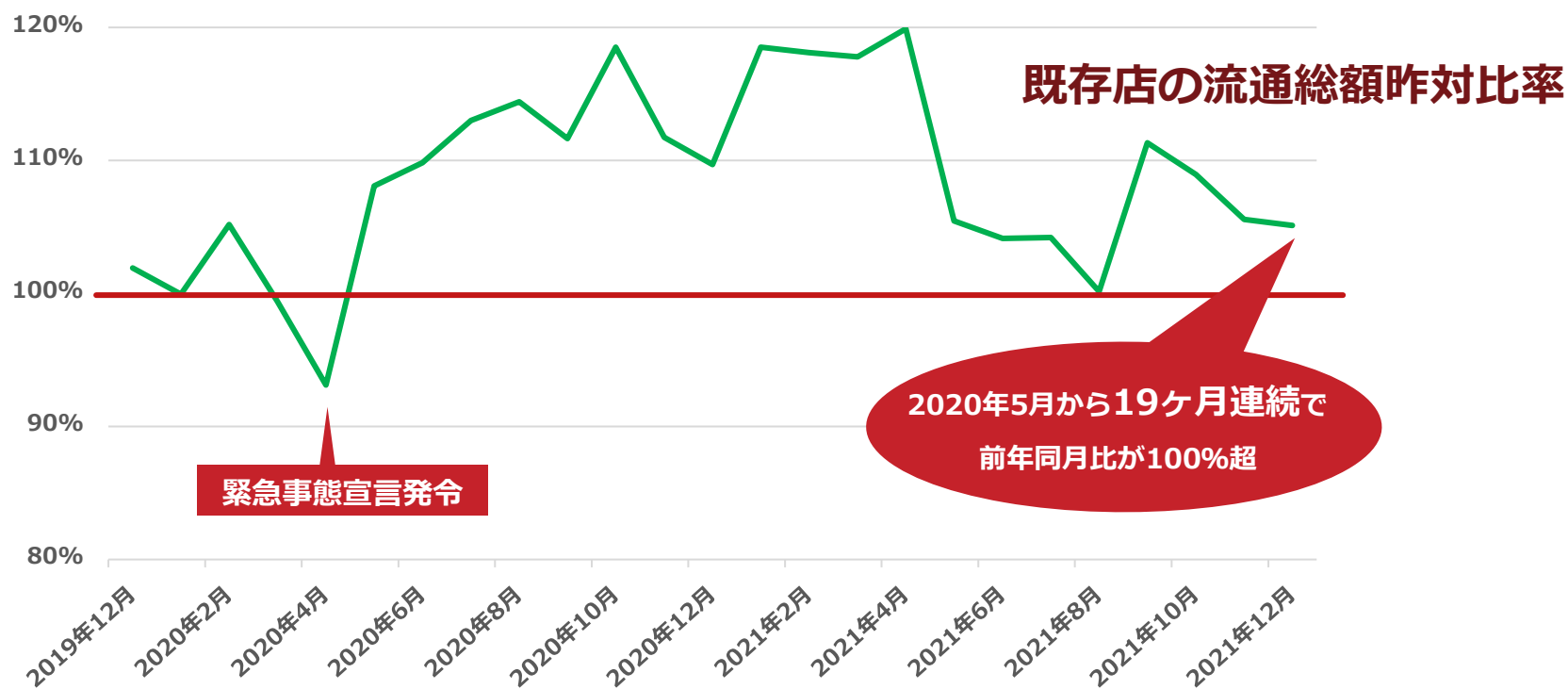
## ■ 予定していた新店舗が順調にオープン

既存店周辺での新規出店が多く、既存の生産者の販路拡大となる傾向であったため新規登録生産者数は若干伸び悩んだものの、流通総額は順調に推移

	2021/9期 1Q実績	2022/9期 1Q実績	変動率	通期業績 予想	進捗率
流通総額(百万円)	4,607	5,508	+19.5%	21,952	25.1%
出店数 (店)	5	11	+120.0%	25	44.0%
新規登録生産者数 (件)	662	646	-2.4%	3,600	17.9%

## コロナ禍を経て新しいマーケットを創出・創造して

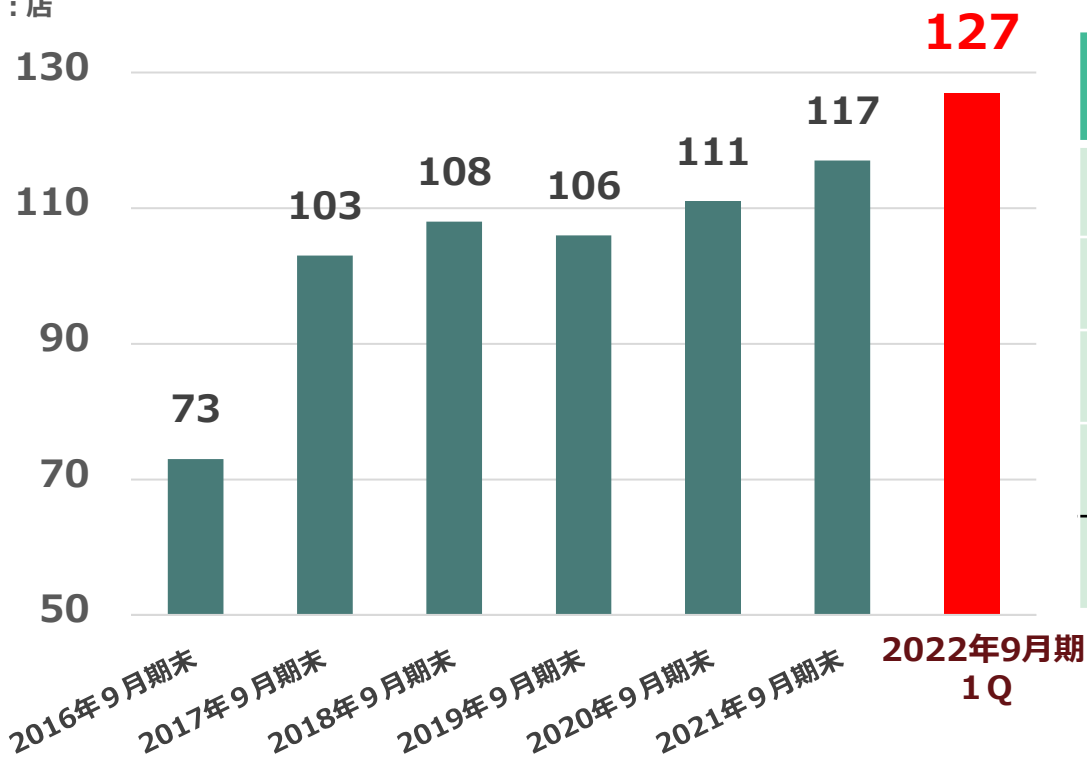
消費者の支持を得た既存店が当社業績を下支え



※既存店：集計時点でオープン月を除き12ヶ月超営業している店舗

## 年間新店目標 25店舗中 11店舗の出店を完了

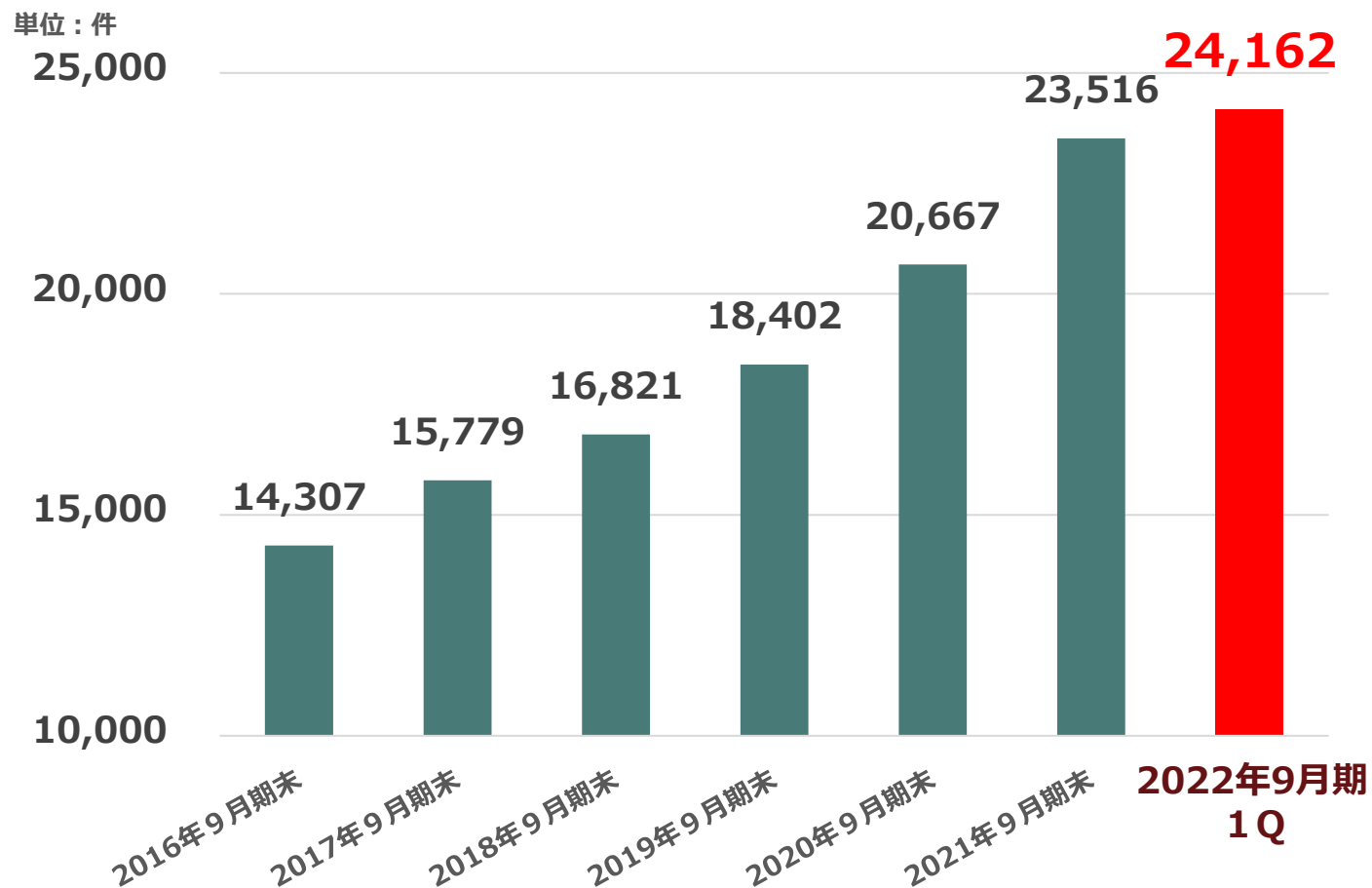
単位：店



地域	当期オープン数	当期閉店数
関東地方	6店舗	—
中部地方	1店舗	—
近畿地方	2店舗	—
九州地方	2店舗	1店舗
合計	11店舗	1店舗



# 新店及び既存店においても、新規の生産者開拓に尽力中



登録生産者数：「わくわく広場直売所会」へ登録された生産者の各期末時点の件数

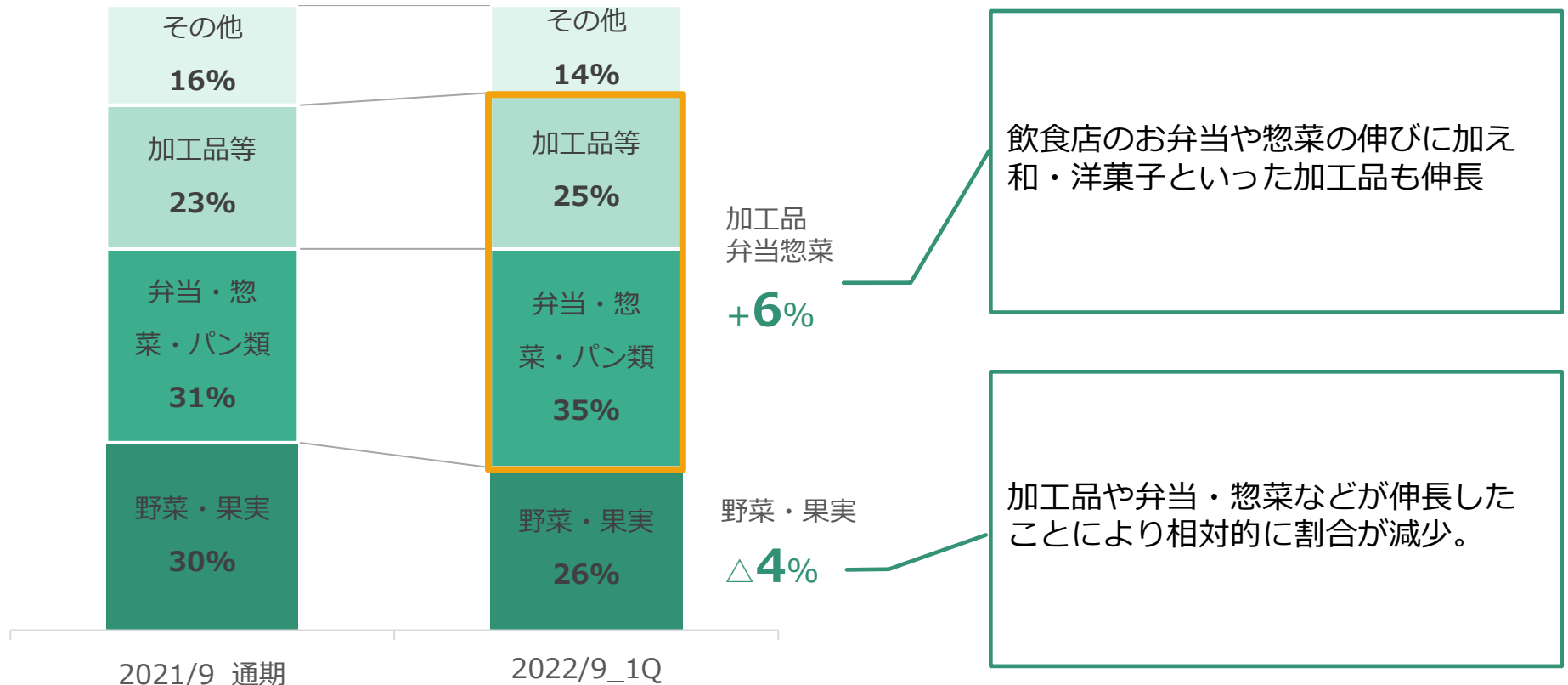
## PL前期比較

(単位：百万円)

	2021/9期 1Q実績	2022/9期 1Q実績	増減	変動率	主な理由
流通総額	4,607	5,508	+900	+19.5%	・新店稼働による増加(前2Q以降新店) ・既存店における増加(弁当・惣菜部門の伸長)
営業収益	1,368	1,626	+258	+18.9%	・流通総額の伸びによる増加
売上総利益	1,164	1,450	+286	+24.6%	・流通総額の伸びによる増加
売上総利益率 (流通総額ベース)	25.3%	26.3%	+1.0pt	-	・2021年9月より弁当・惣菜部門等の仕入原価率を変更
販管費合計	1,044	1,234	+189	+18.2%	・新店稼働による増加 ・流通総額増による変動費の増加 ・上場に伴う費用増加 ・外形標準課税見込み額の新規計上
営業利益	177	272	+94	+53.2%	
営業利益率 (流通総額ベース)	3.9%	4.9%	+1.0pt	-	・売上総利益率の変動に伴う増加
経常利益	168	246	+78	+46.5%	・上場関連費用16百万円を営業外費用に計上
税引前四半期純利益	153	238	+85	+55.4%	
四半期純利益	96	133	+36	+38.0%	・留保金課税見込み額の新規計上

わくわく広場は、  
農産物直売所ではなく、“地域の食のセレクトショップ”

販売商品の構成比



## 東京証券取引所マザーズ市場に上場



当社の51回目の設立記念日である2021年12月24日に当社は東証マザーズに上場いたしました。  
今後も地域の食のプラットフォームとして、「わくわく広場」の店舗展開を続けるとともに、販路を  
求める地元生産者に新たな収益機会を提供することで、地域経済の活性化に貢献し  
「安心と笑顔が広がる世界をつくる」という当社ビジョンを実現してまいります。

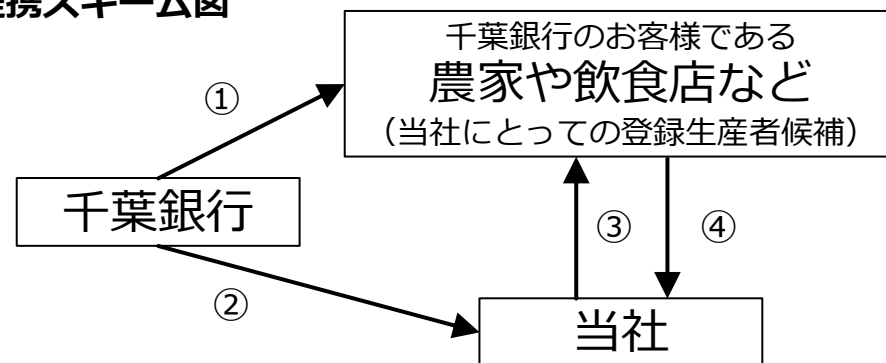
## 今後の生産者獲得強化に向けて(株)千葉銀行と業務連携

2022年1月26日に当社は(株)千葉銀行と生産者の紹介に関する業務連携についての覚書を締結いたしました。本連携を通じて、プラットフォームの「ユーザー」である新規登録生産者数を増やすとともに、「地域の食のセレクトショップ」としての「場」をさらに充実させ、企業価値の向上を図ってまいります。



(写真左) (株)千葉銀行 取締役専務執行役員:山崎清美様、  
(写真右) (株)タカヨシ 代表取締役社長:高品政明

### 提携スキーム図



- ① わくわく広場の仕組みをご案内 (千葉銀行→お客様)
- ② わくわく広場への登録に興味を持ったお客様の連絡先をご本人許諾の上で当社に連絡 (千葉銀行→当社)
- ③ 当社担当者が登録についてご説明 (当社→生産者様)
- ④ 希望する生産者の方はわくわく広場に登録し、自分のペースで出品



# 事業の特徴

「見た目は同じ」だが、収益性が違う

ROA **1.4%**  
(営業利益)

営業利益率 **0.6%**

出典：株式会社帝国データバンク「全国企業財務諸表分析統計 第63版」



食品スーパー（各種食料品小売業）

ROA **14.4%**  
(営業利益)

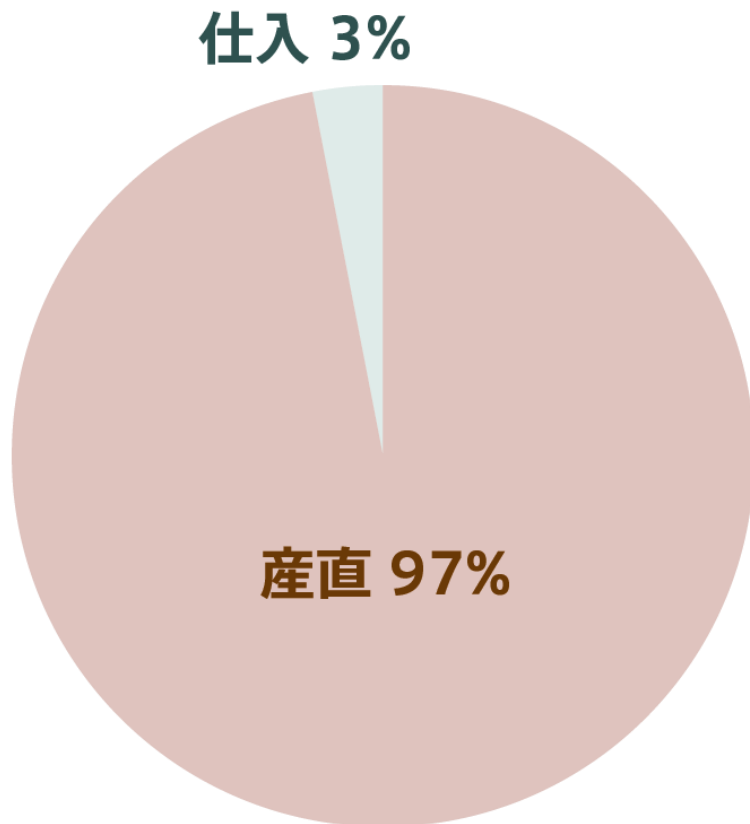
営業利益率 **12.5%**

(2021年9月期 営業収益ベース)



わくわく広場（タカヨシ）

## 仕入商品はほぼ無し 委託販売型であるため、キャッシュ先行型



キャッシュ・コンバージョン  
・サイクル (CCC)

**= ▲16.4日**

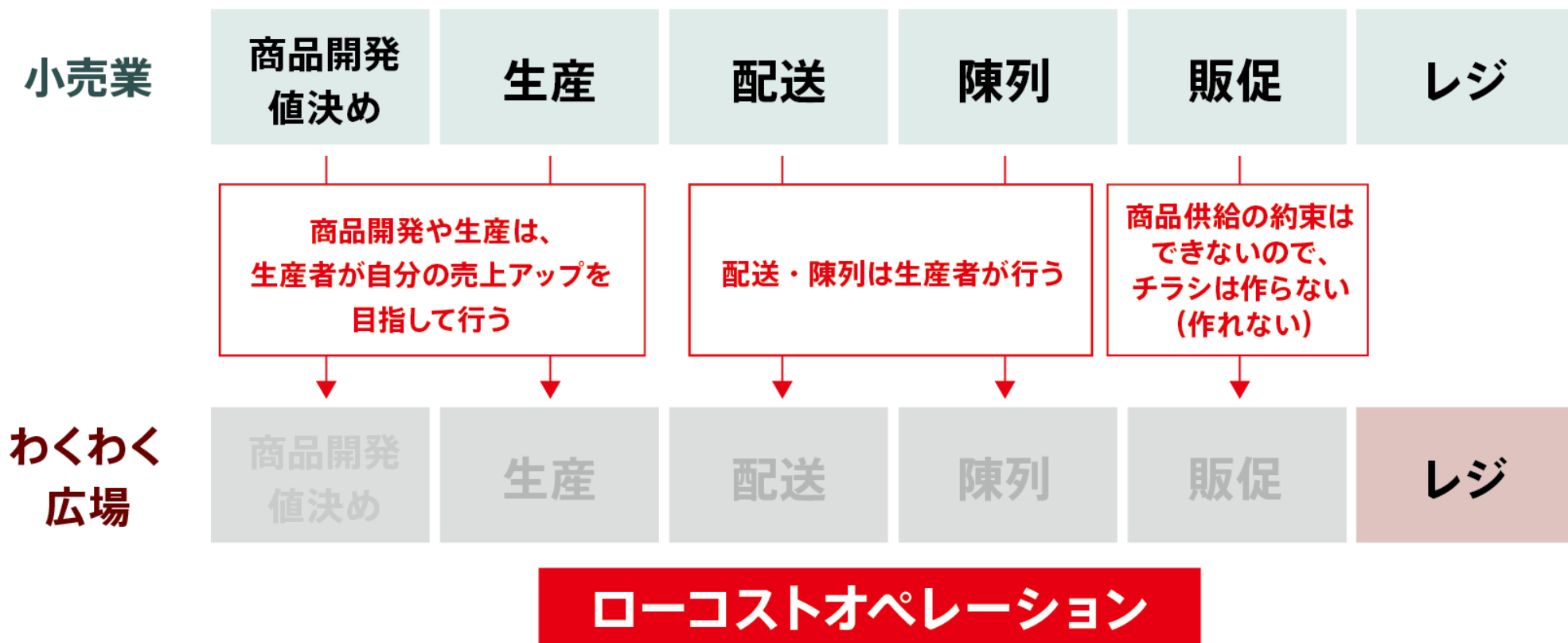
※2021年9月期

キャッシュ・コンバージョン・サイクル (CCC) とは…  
仕入債務発生から売上債権回収までの資金回転日数のこと  
この値が小さいほど現金回収の効率が良いとされている

2021年9月期の店頭で消費者に販売された商品（金額）の内訳



一般的な流通小売業の店舗オペレーションはほぼ発生しない  
店舗はレジ、接客、商品・売り場管理、生産者コミュニケーション



# “ローアセット”×“ローコスト”＝“高収益”の直売所モデル

1

在庫が無い

2

設備投資が少ない

店舗 B/S		単位：千円	
現金	400	買掛金	20,185
売掛金	14,317		
<b>1</b> 商品	<b>1</b>		
建物	11,313	← 店舗内装	
<b>2</b> 備品	4,692	← 平台と冷ケース、レジ等	
敷金	3,000		

店舗周辺で“ローカルサプライチェーン”が構築され、“顧客認知”が徐々に進む



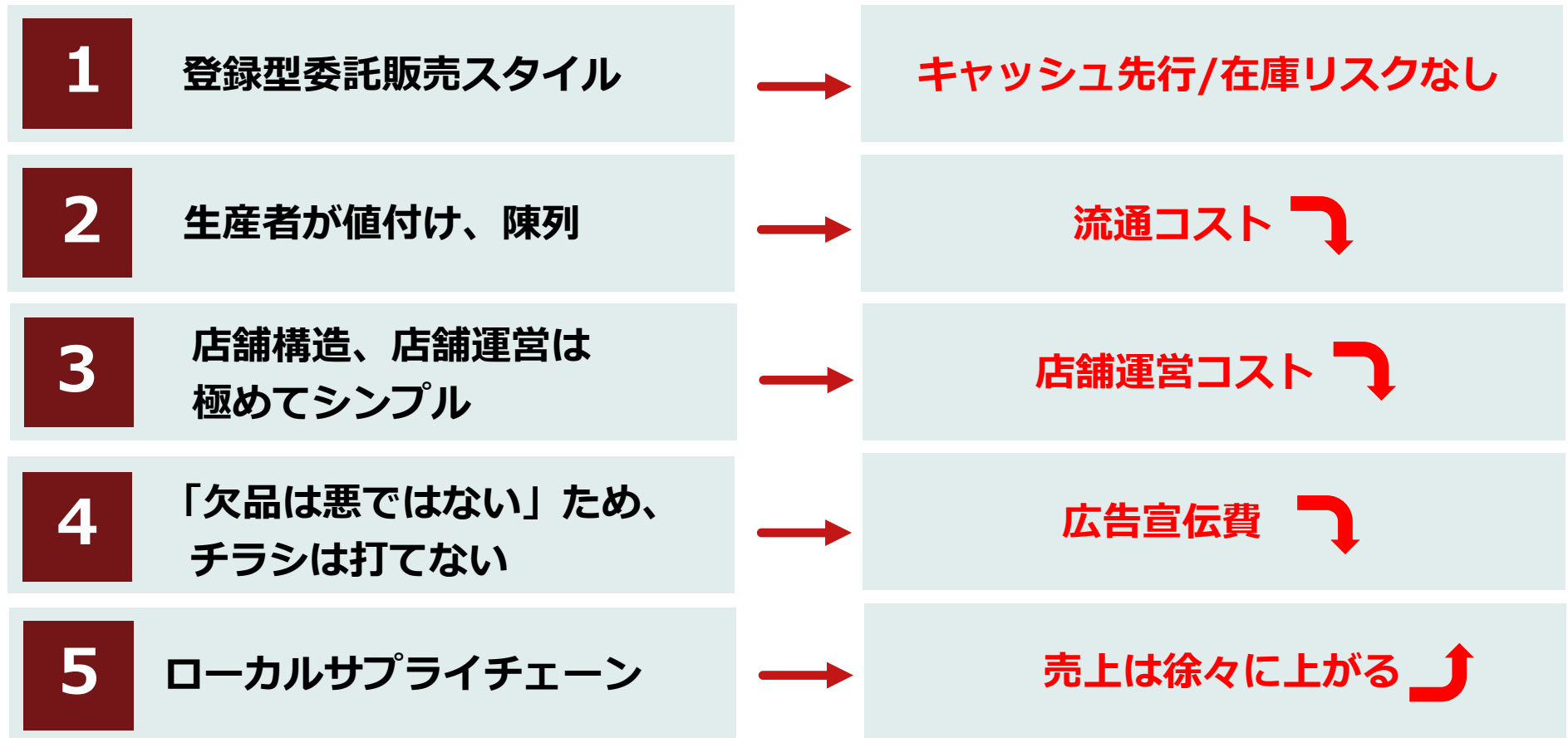
徐々にお客様・生産者に認知されることで  
徐々に売上が伸長  
売上が伸びるにつれ、生産者や商品が増える  
そのことによりさらに認知が進む

既存店の売上高推移例



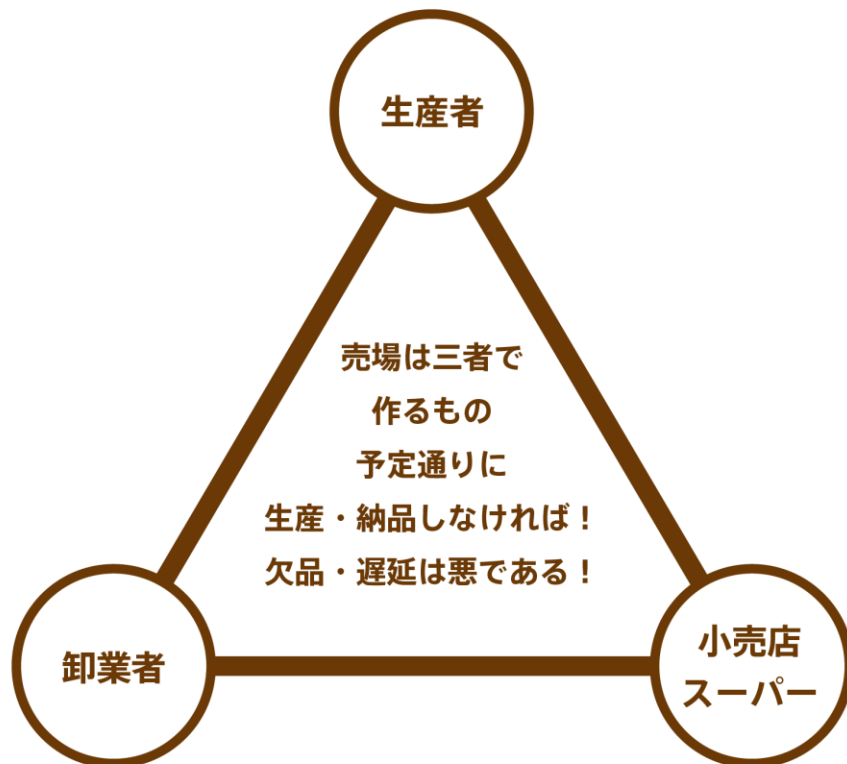
※一例であり、すべての店舗に当てはまるわけではありません。

## わくわく広場は「小売の常識」を覆すオペレーションを実現



## “プラットフォーム型BtoCビジネス”の価値観で、事業を運営しています

### 既存の流通機能の価値観 “鉄の三角形”



### 当社の価値観

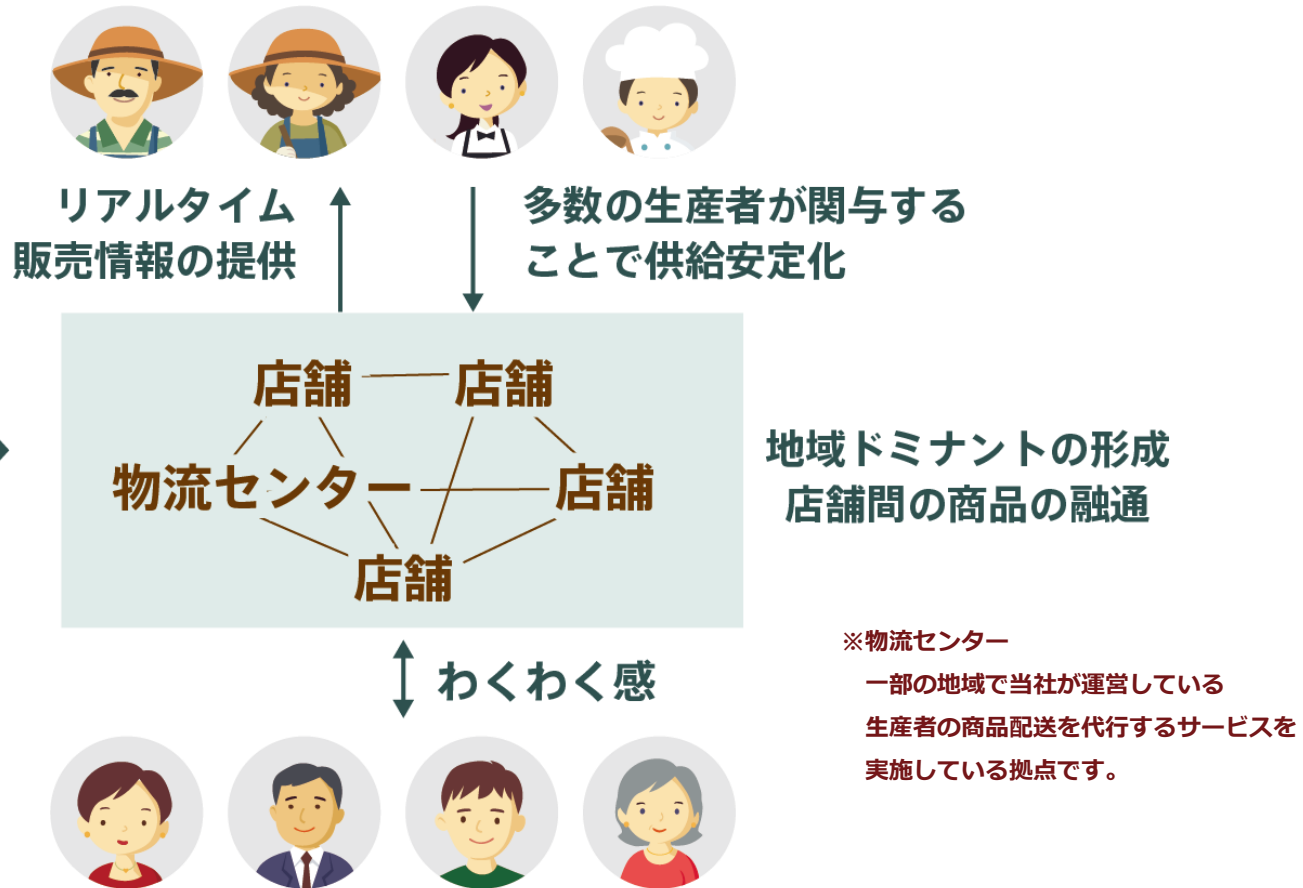


# 直売所をネットワーク化することによる安定性の確保 = 参入障壁

単発の直売所モデル



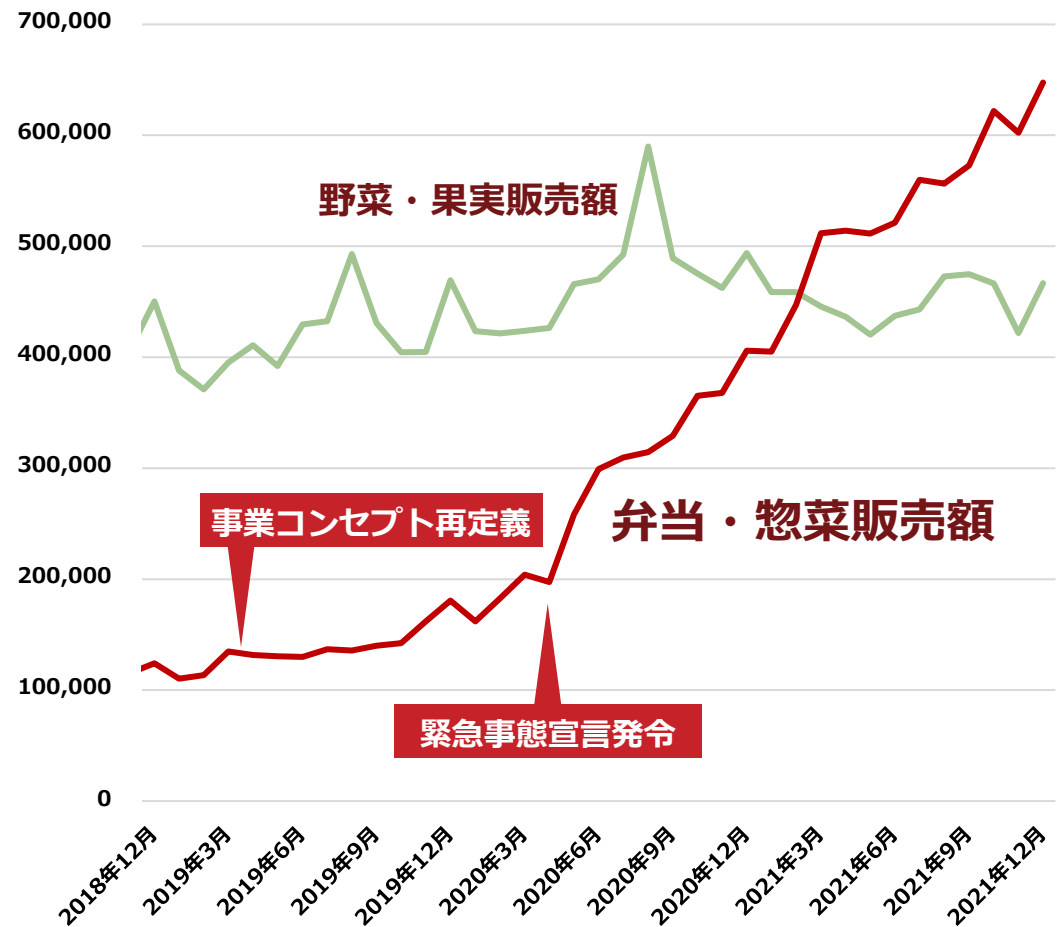
わくわく広場のビジネスモデル



# コロナ禍は「地域の食の産直プラットフォーム」化を後押し



単位：千円



- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- 本プレゼンテーション資料・データの無断転用はご遠慮ください。