

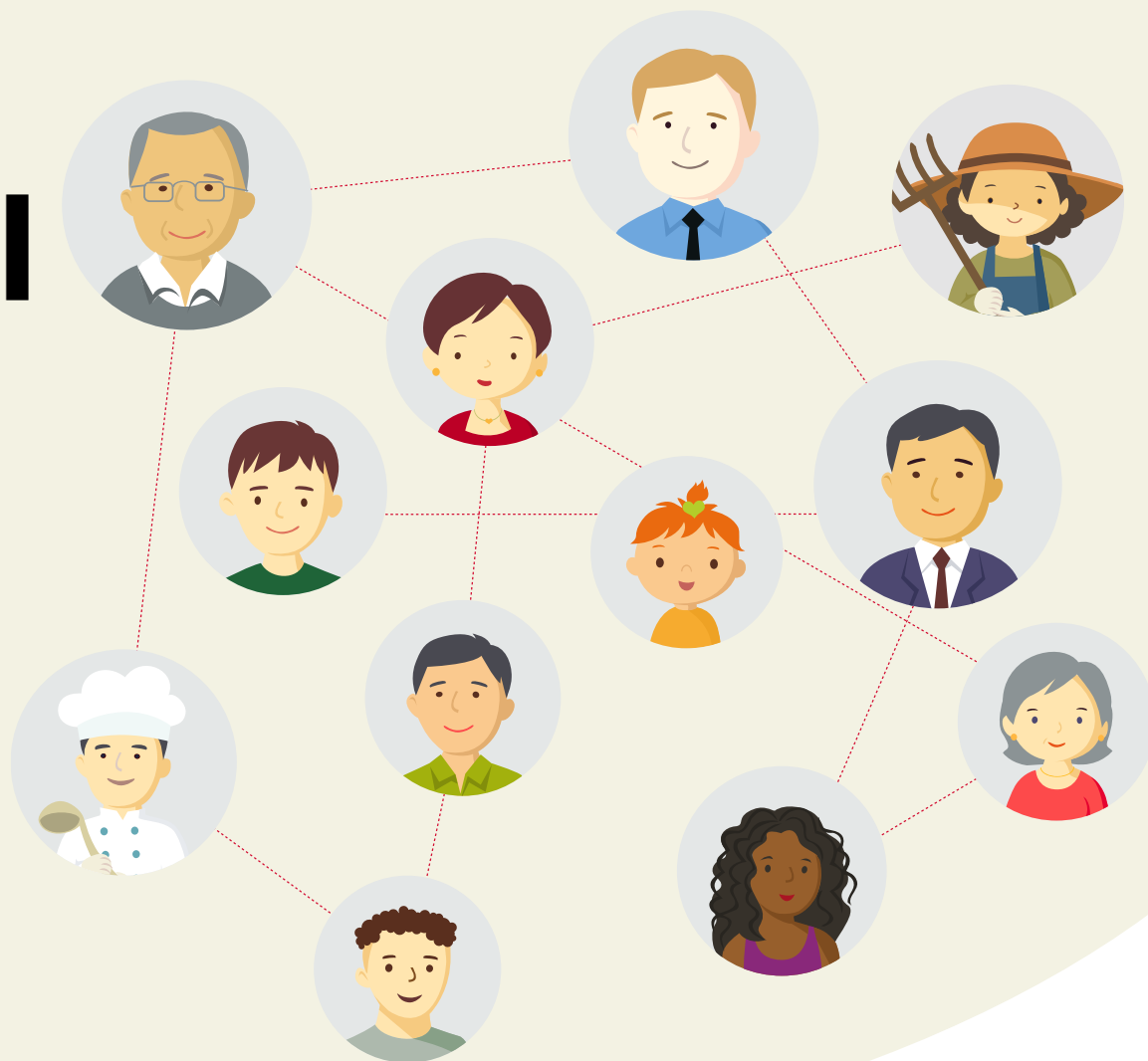
TAKAYOSHI

株式会社タカヨシ

2023年9月期 第1四半期

決算説明資料

2023年2月6日



1. 2023年9月期第1四半期決算ハイライト
2. 当社の成長戦略
3. 会社概要・事業の特徴
4. Appendix




1.2023年9月期第1四半期 決算ハイライト

業績サマリー（通期）

営業収益

1,783百万円

前年同期比（増減）

+9.7%(+157百万円) 


達成率

23.9%

営業利益

280百万円

前年同期比（増減）

+3.2%(+8百万円) 

達成率

26.3%

主要な経営指標（KPI）

流通総額

6,188百万円
(前年同期比+12.4%)

店舗数

144店舗
(前期末より8店舗増)

登録生産者数

26,696件
(前期末より743件増)

前期から引き続き成長を継続

当期オープンの店舗が規模拡大を牽引し、流通総額を増加させた。
人件費の増加や水道光熱費の高騰が見られたものの、規模拡大に牽引され増益となった。

（単位：百万円）

	2022/9期 1Q実績	2023/9期 1Q実績	変動率	通期業績予想	達成率
流通総額	5,508	6,188	+12.4%	26,000	23.8%
営業収益	1,626	1,783	+9.7%	7,450	23.9%
営業利益	272	280	+3.2%	1070	26.3%
経常利益	246	276	+11.9%	1050	26.3%
四半期純利益	133	158	+18.9%	490	32.3%

新店舗が順調にオープン

通期目標に向けて新規店舗を続々とオープンさせ、流通総額の増加に貢献。新規登録生産者は新店舗のオープンに伴う新規登録に加え、既存店舗での新規登録が増加し、今後の流通総額増加を見込める結果となった。

	2022/9期 1Q実績	2023/9期 1Q実績	変動率	通期目標	達成率
流通総額（百万円）	5,508	6,188	+12.4%	26,000	23.8%
新規出店数（店）	11	10	△9.1%	40	25.0%
新規登録生産者数（件）	646	743	+15.0%	3,000	24.8%

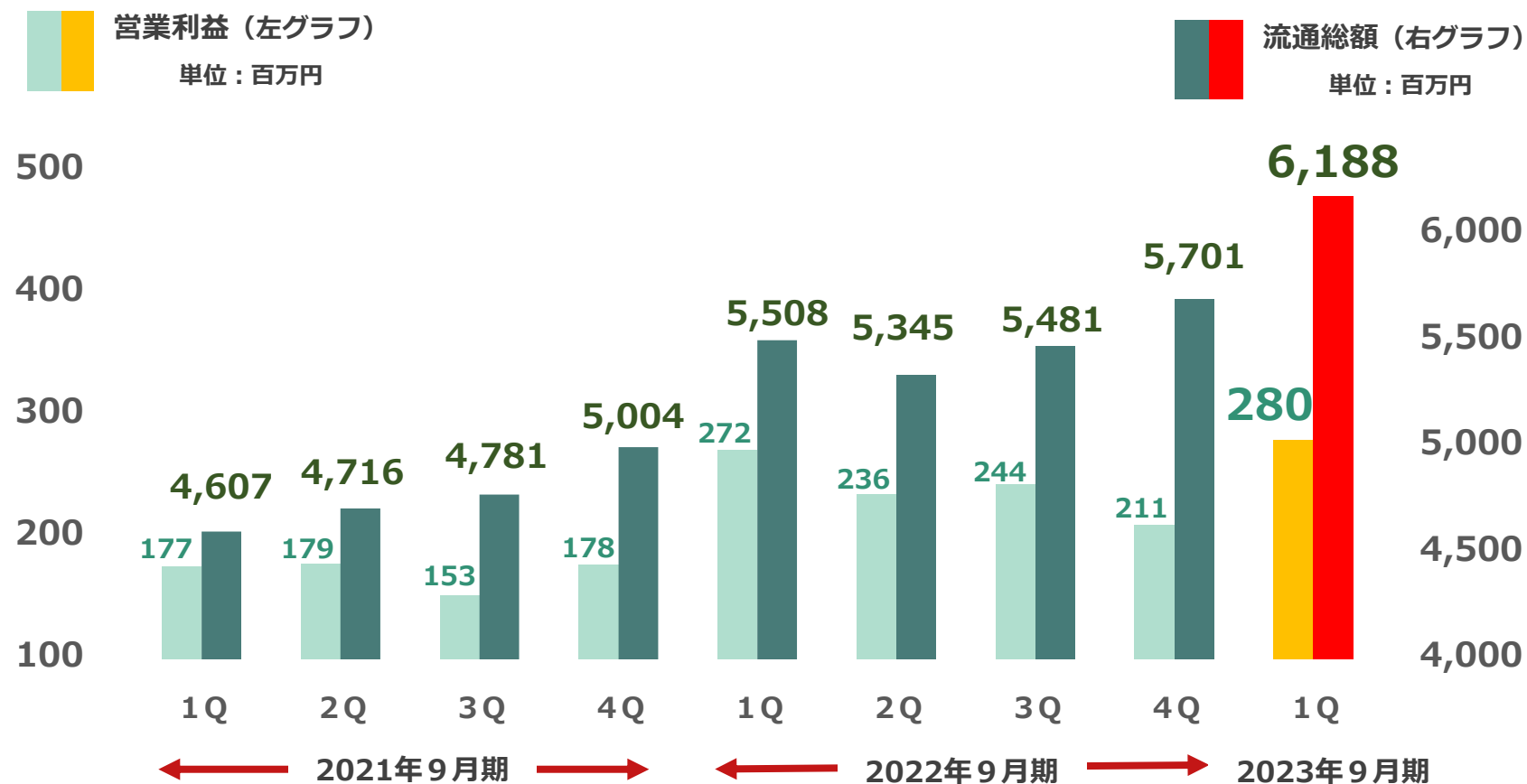
PL前期比較

(単位：百万円)

	2022/9期 1Q実績	2023/9期 1Q実績	増減	変動率	主な理由
流通総額	5,508	6,188	+680	+12.4%	・店舗数の増加（前期1Q末から純増17店舗） ・既存店における増加（既存店前期1Q比+2.8%）
営業収益	1,626	1,783	+157	+9.7%	・流通総額の伸びによる増加
売上総利益	1,450	1,632	+181	+12.5%	・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)	26.3%	26.4%	0.1pt	-	・流通総額の増加に伴い買取仕入による商品の販売割合が相対的に低下
販管費合計	1,234	1,408	+173	+14.1%	・新店稼働による人件費等の増加 ・電気料金上昇の影響による光熱費の増加 ・流通総額増による変動費の増加
営業利益	272	280	+8	+3.2%	
営業利益率 (流通総額ベース)	4.9%	4.5%	△0.4pt	-	・販管費の増加による
経常利益	246	276	+29	+11.9%	・前期の上場関連費用及び借入金の契約変更による利率引き下げに伴う営業外費用の圧縮
税引前四半期純利益	238	271	+32	+13.4%	
四半期純利益	133	158	+25	+18.9%	

四半期ごとの流通総額と営業利益の推移

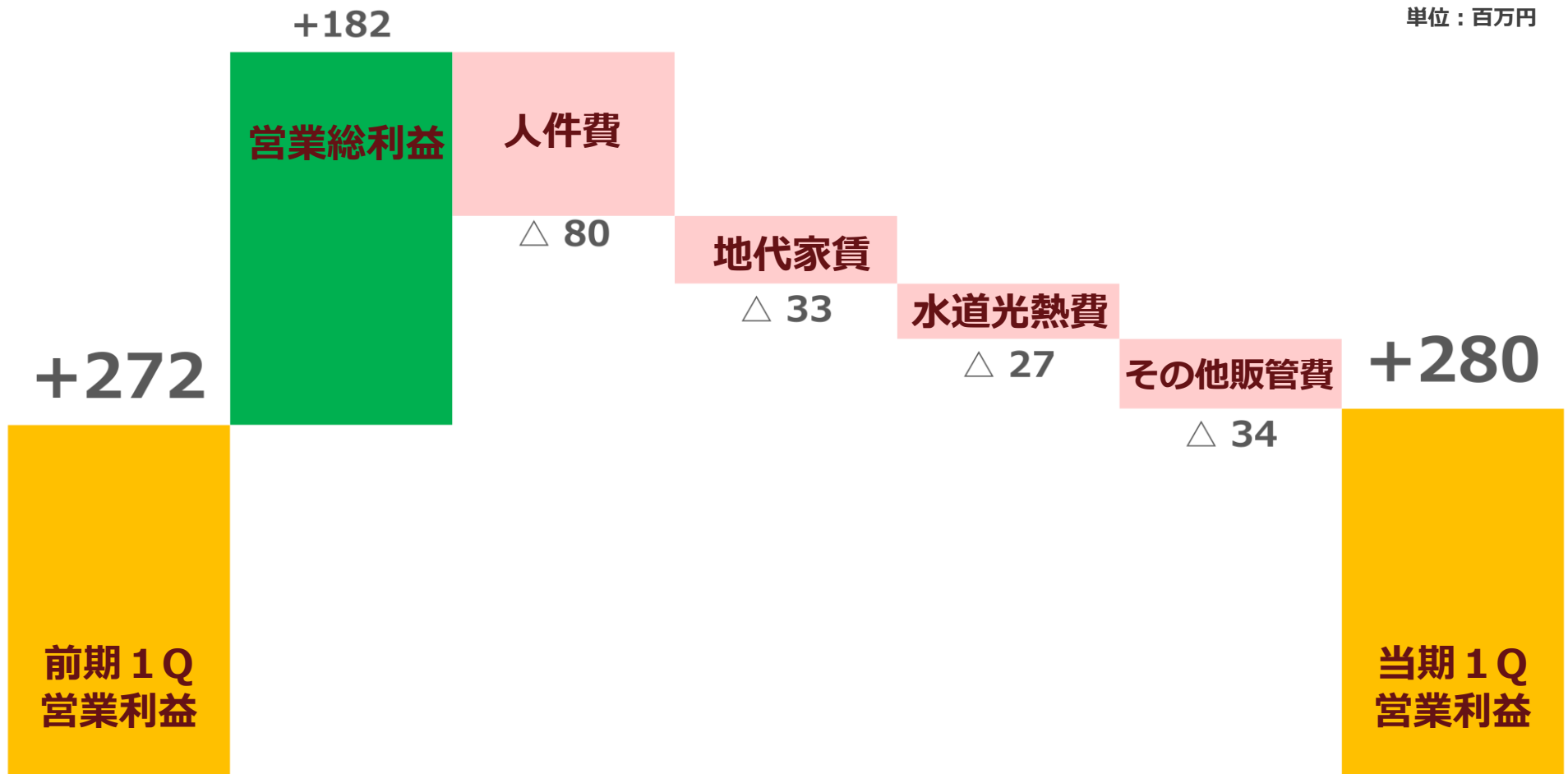
事業規模の拡大に伴う流通総額の増加に牽引され増益



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

営業利益の増減要因

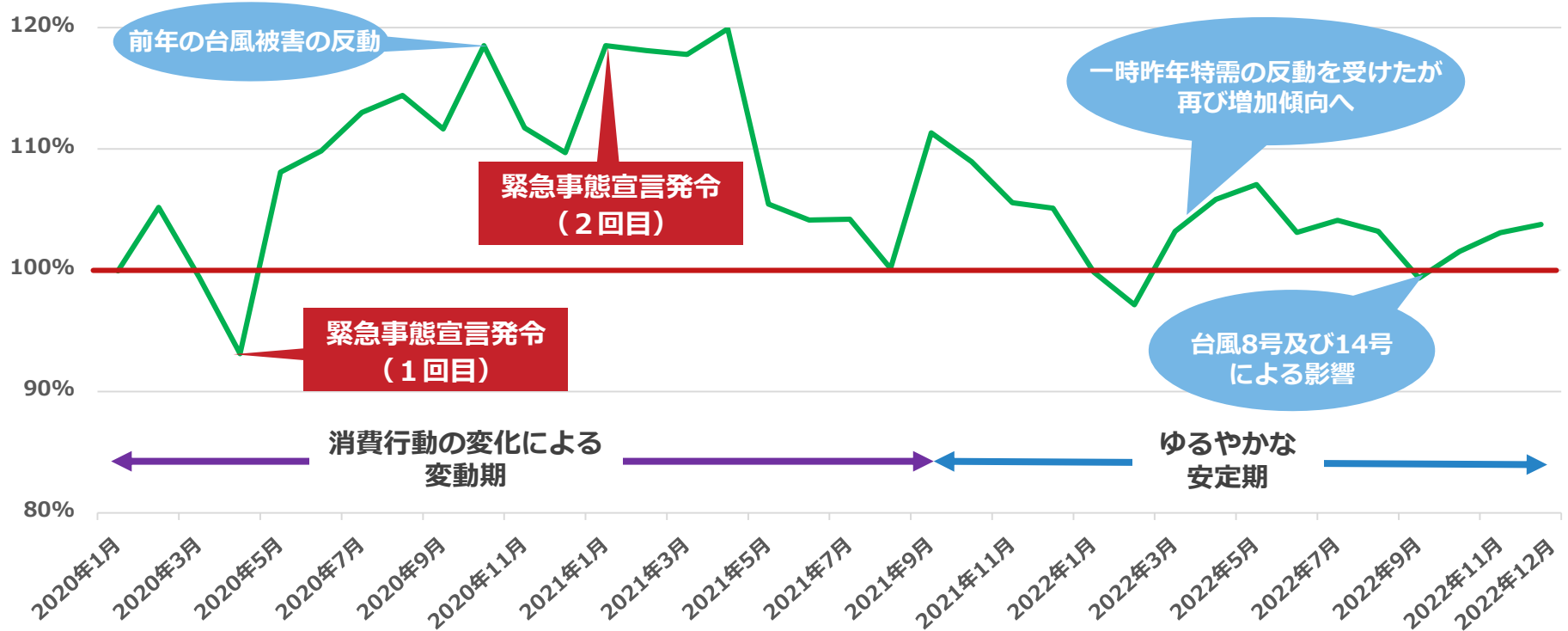
規模の拡大により収益力、販管費ともに増加



当社業績を支える既存店の流通総額

消費者の支持を得た既存店が前期より継続して当社業績を下支え
新しいマーケットの創出・創造による効果は持続している

【既存店の流通総額昨対比率 (過去36ヶ月)】

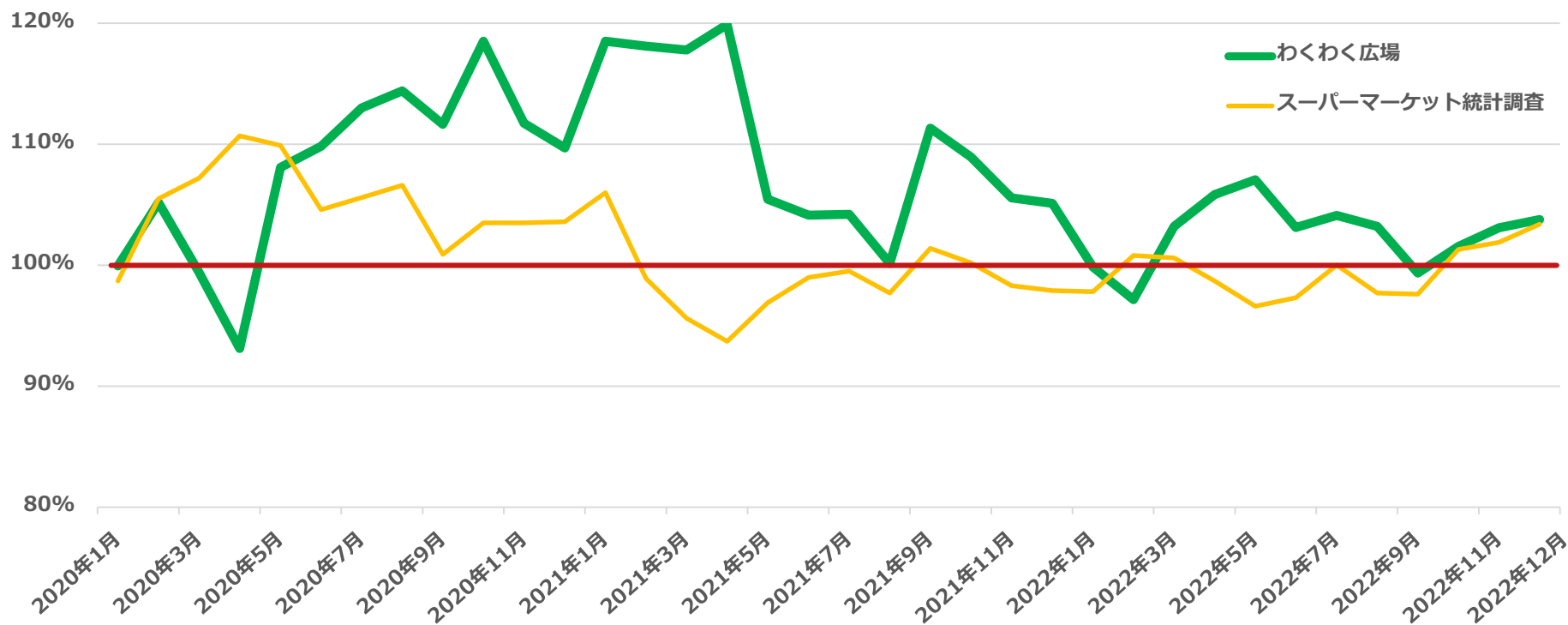


※既存店：集計時点でオープン月を除き12ヶ月超営業している店舗

既存店の流通総額その他（食品スーパーとの）比較

消費者の行動変化が定着しつつある中食需要等に対して、引き続き既存の食品マーケットに対して強みを見せた

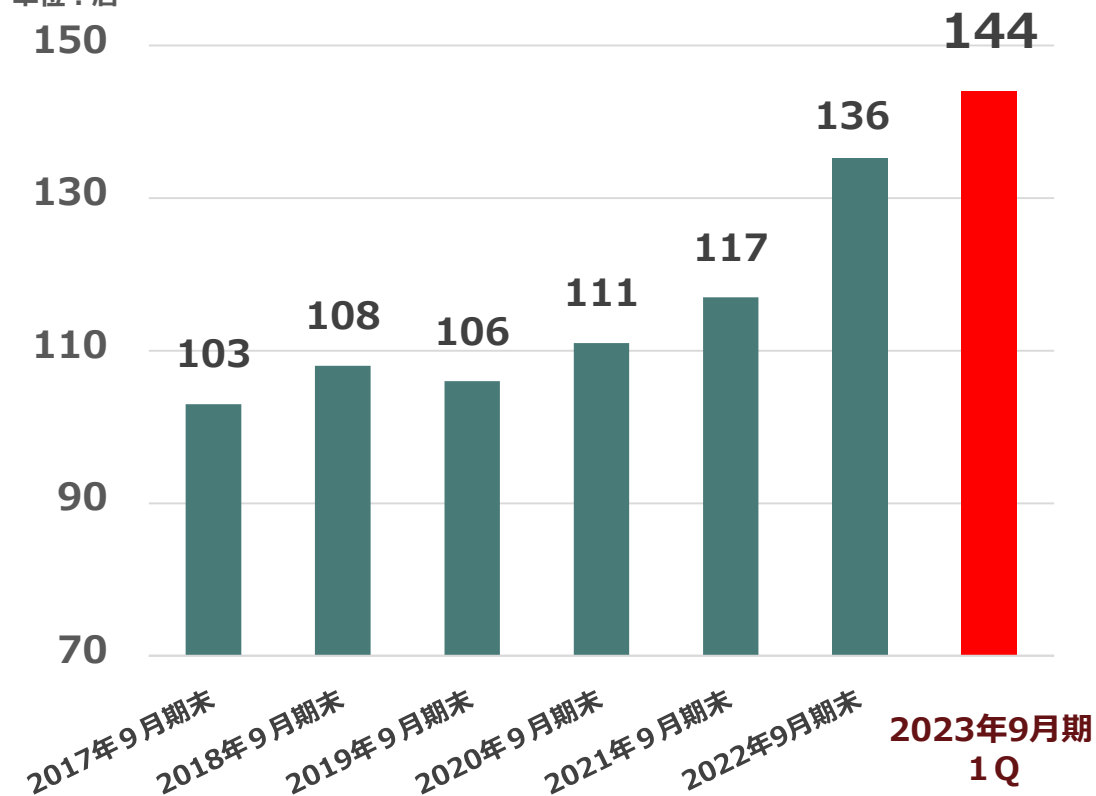
【既存店の流通総額昨対比率（過去36ヶ月）】



※一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会の流通3団体による「スーパーマーケット統計調査」による総売上高既存店前年同月比の確定値（12月は速報値）を掲載

新規店舗の年間出店目標 40店舗中 10店舗を順調に出店

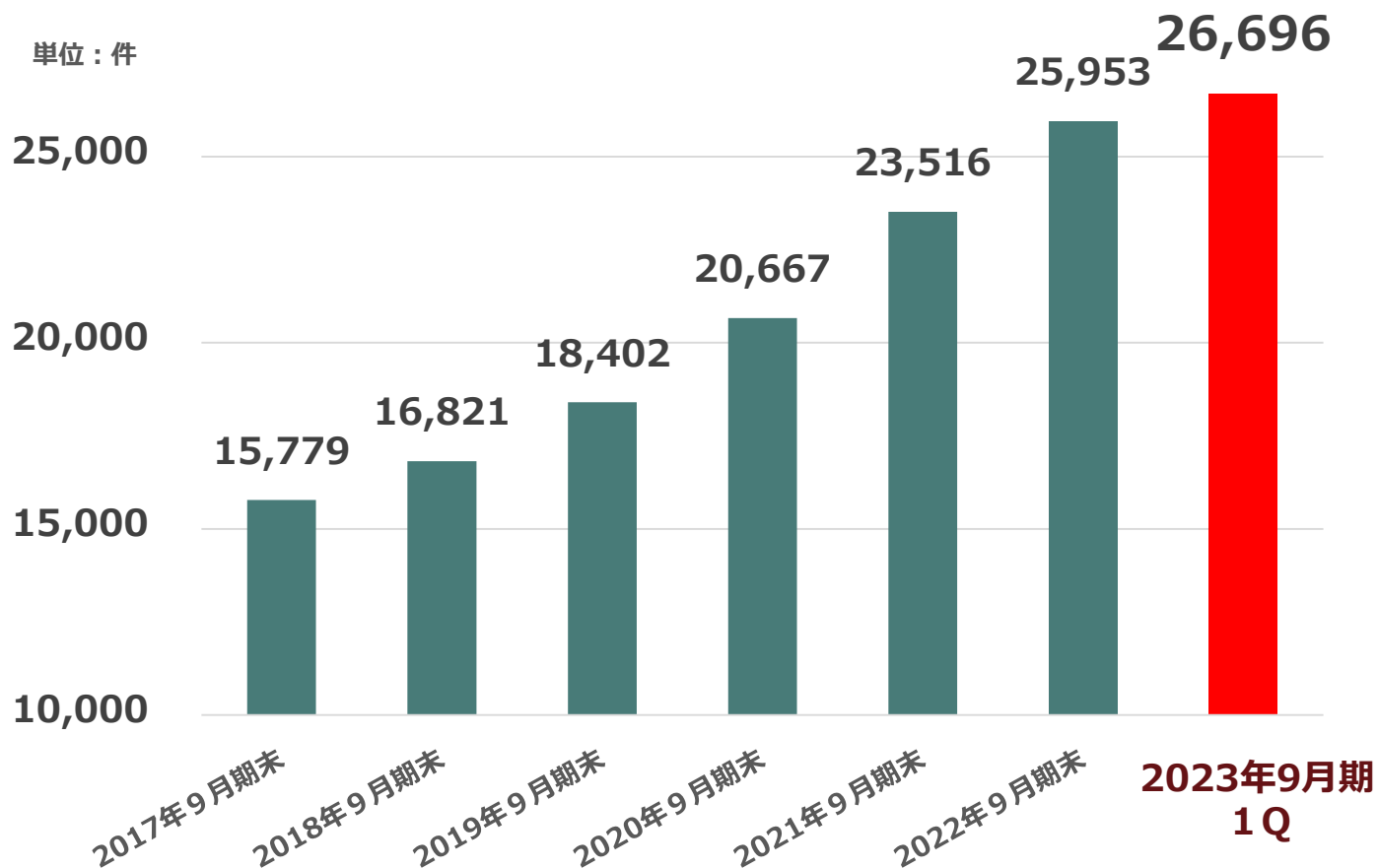
単位：店



地域	当期出店数	当期閉店数	店舗数
北海道	—	—	2店舗
東北地方	1店舗	—	3店舗
関東地方	7店舗	2店舗	94店舗
中部地方	1店舗	—	21店舗
近畿地方	1店舗	—	14店舗
中国・四国地方	—	—	3店舗
九州地方	—	—	7店舗
合計	10店舗	2店舗	144店舗

累計登録生産者数の推移

新規出店に伴う開拓と平行して既存店舗への追加開拓も推進し、
新規登録生産者を順調に獲得



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

季節のイベントに加え、生産者、店舗の特色を活かした販売強化イベントを推進



地元漁港から直送された
鮮魚の販売



季節のイベント
(ハロウィン)



農産物の詰め放題による
販売強化イベント

従来の産直店舗イメージを覆す都心へ向けた出店

■ 都心型店舗を開発し、生産者のための店舗を拡大中





2. 当社の成長戦略

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

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

出店・生産者開拓・販売データ活用を通じて
プラットフォームの価値を向上させながら事業規模を拡大します

1

「場」の拡大

新規出店を続け、店舗数を拡大させます

2

「ユーザー」の拡大

生産者開拓を続け、新規出品生産者数を拡大させます

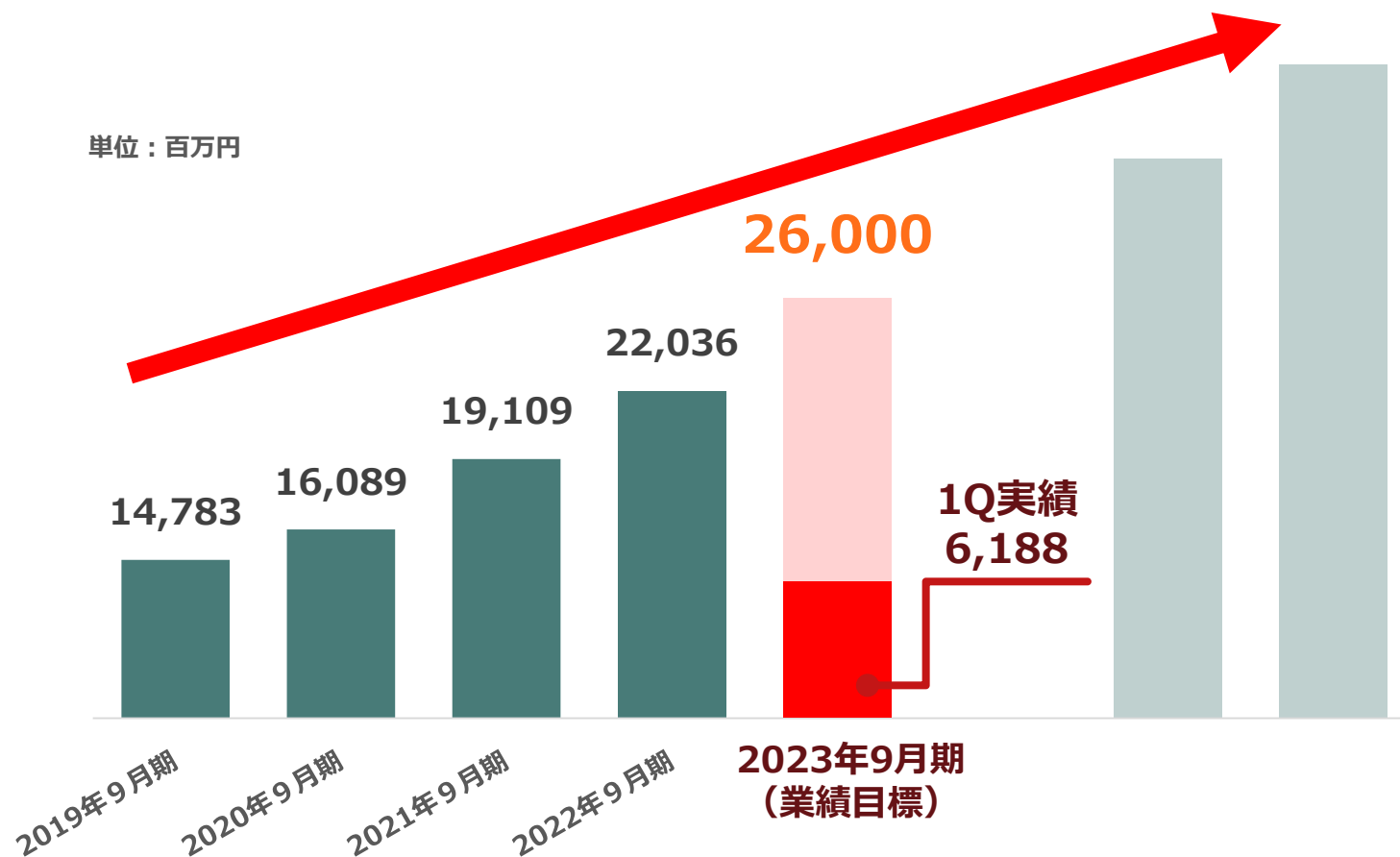
3

「ユーザビリティ」の向上

生産者の売上向上に貢献できる情報提供ツールに磨きをかけます

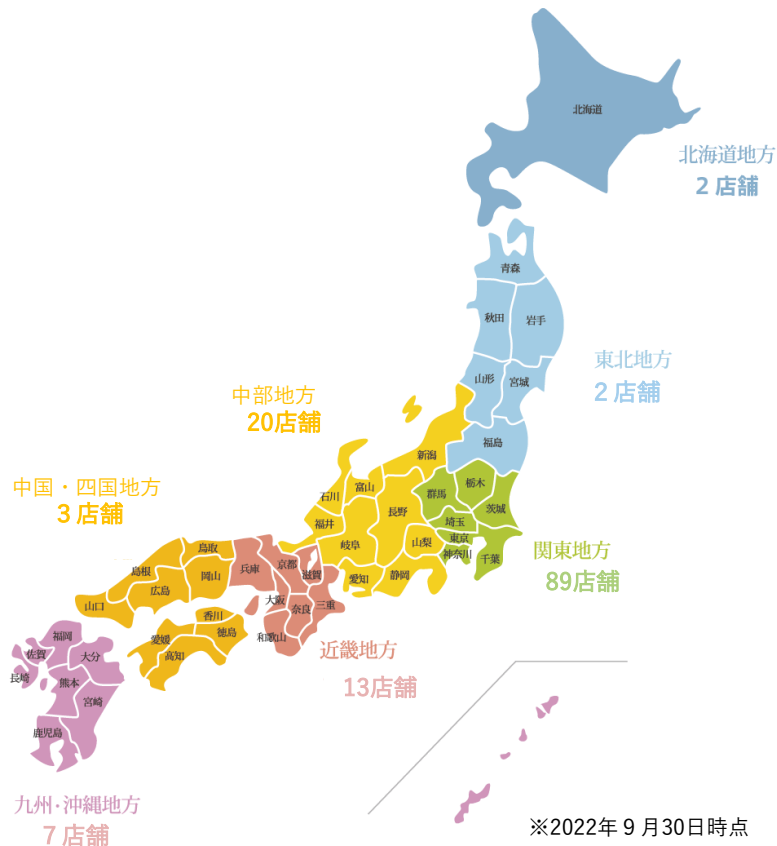
事業規模の拡大

成長戦略の考え方にに基づき店舗数と登録生産者数の掛け算で流通総額を増加



全国への出店拡大に向けて（場の拡大）

“ローカルサプライチェーン”の強みを活かし、
“面を見越した点展開”を推進



ローカルサプライチェーンを構築しながらの出店



既存店や物流網が無い場所でも出店することが可能



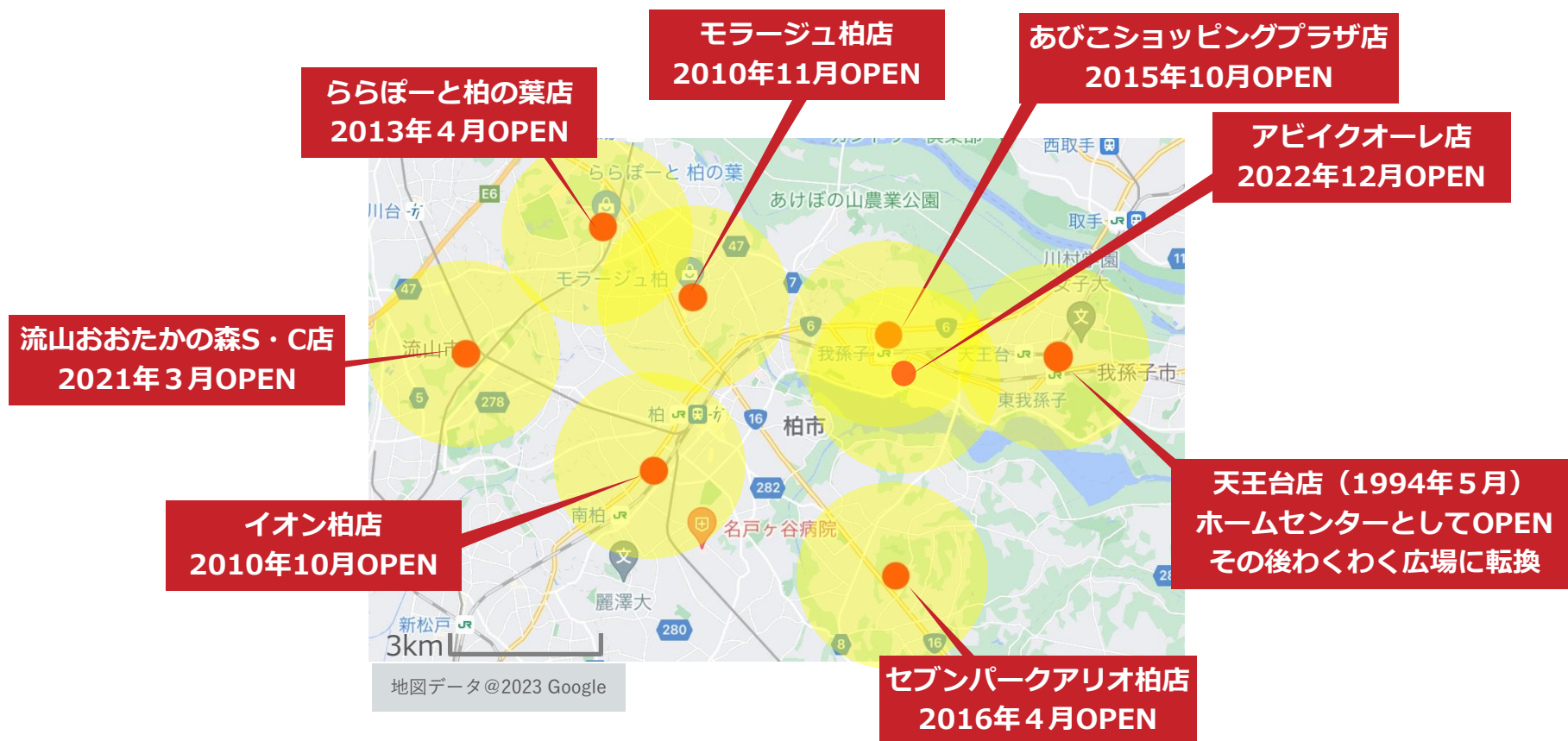
未出店の地域でも積極的に出店を行うことが可能



出店済みエリアと未出店エリアに並行して出店

千葉県柏市周辺のようなドミナントエリアを他地域でも形成

千葉県柏市、流山市、我孫子市周辺の店舗分布状況



これからも生産者の開拓に全力を注ぎます

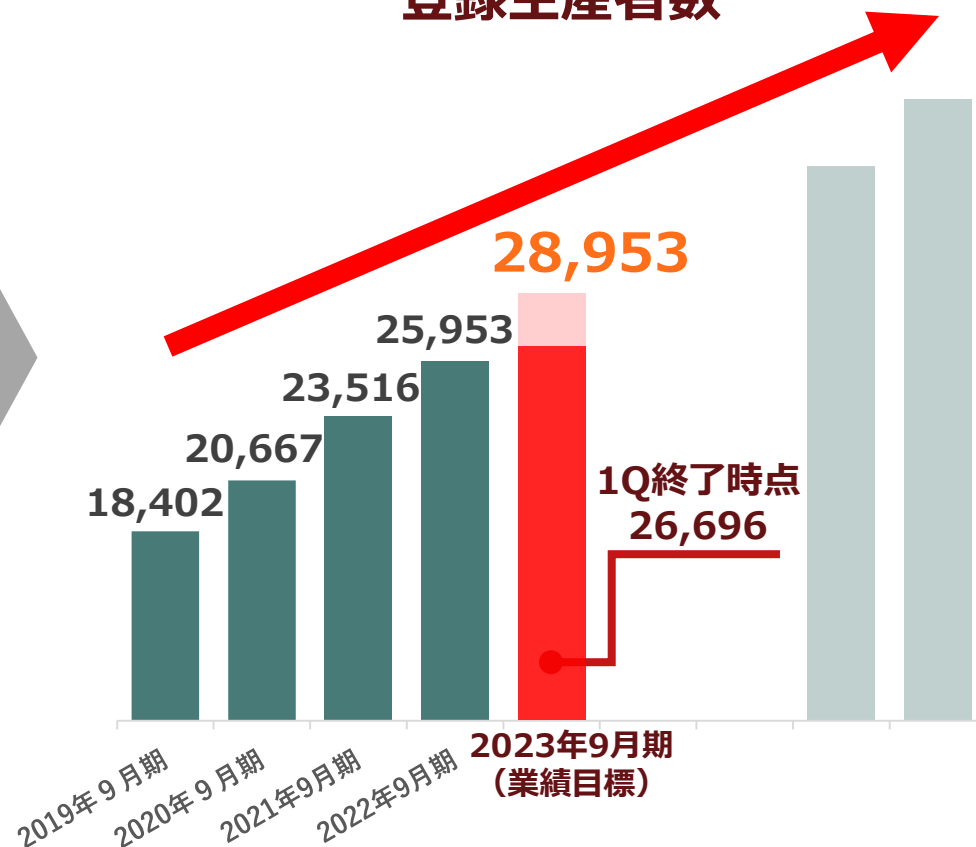
開拓専属チーム
【約16名】



コールセンター
【約35名】



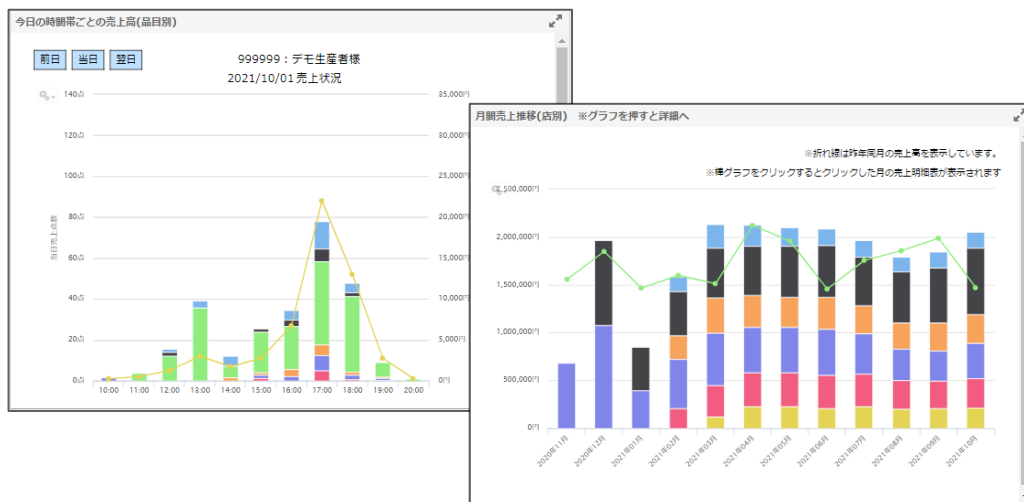
登録生産者数



開拓専属チームとコールセンターを
拡大して**新規の生産者を継続的に開拓**

生産者のDXを実現した情報提供ツールを更に洗練

1 いつ/何が/いくつ売れているか確認できる



2 わかりやすい
スマートフォンでの簡易表示

生産者WEBサイト

999999 : デモ生産者様

お知らせ | 日販情報 | 支払情報

2021年10月1日(金)売上情報

前年 | 前月 | 前週 | 前日 | 当日 | 翌日 | 翌週 | 翌月

店舗名	売上金	商品別	単価別
店舗C	22,964	商品別	単価別
店舗D	11,706	商品別	単価別
店舗A	9,960	商品別	単価別
店舗B	9,490	商品別	単価別
店舗F	6,684	商品別	単価別
店舗E	6,119	商品別	単価別
合計	66,923	商品別	単価別

3 どの店舗で何が/いくつで
売られているかが分かる

今週の店別売上詳細(月曜～日曜) ※青字を押すと詳細へ

999999 : デモ生産者様

2021/09/27 ~ 2021/10/03 店舗別週間売上

※売上は15分毎に更新されます。
※リラ大府店、インクワン仙台東大沢店は含まれません。

店舗コード	店舗名	9月27日 月	9月28日 火	9月29日 水	9月30日 木	10月1日 金	10月2日 土	10月3日 日	コード 別	単価別
合計		売上金 74,109	71,140	5,971	6,971	66,923	53,626	65,619		
		売上点数 195	188	15	15	217	197	195	詳細	詳細
		平均単価 380	378	398	465	308	272	337		
00030	店舗C	売上金 30,016	21,507	0	0	22,964	16,185	17,356		
		売上点数 64	57	0	0	60	73	60	詳細	詳細
		平均単価 469	377	0	0	383	222	289		
00040	店舗D	売上金 12,796	10,952	0	0	11,706	10,788	12,431		
		売上点数 33	39	0	0	45	31	31	詳細	詳細
		平均単価 388	281	0	0	260	348	401		



3. 事業の特徴

「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



→ 店舗紹介動画（約2分）はコチラ（<https://youtu.be/teCOqb75VGk>）
※当社ホームページからも閲覧可能です



一見すると小さめの食品スーパー



わくわく広場 ららぽーと横浜店

わくわく広場は、わくわくする「地域の食のセレクトショップ」



1

地元の新鮮な食材が手に入る



2

地元の有名店の商品が便利な立地で手に入る



3

スーパーでは手に入らない商品が手に入る



4

何があるかは行ってみないと分からない

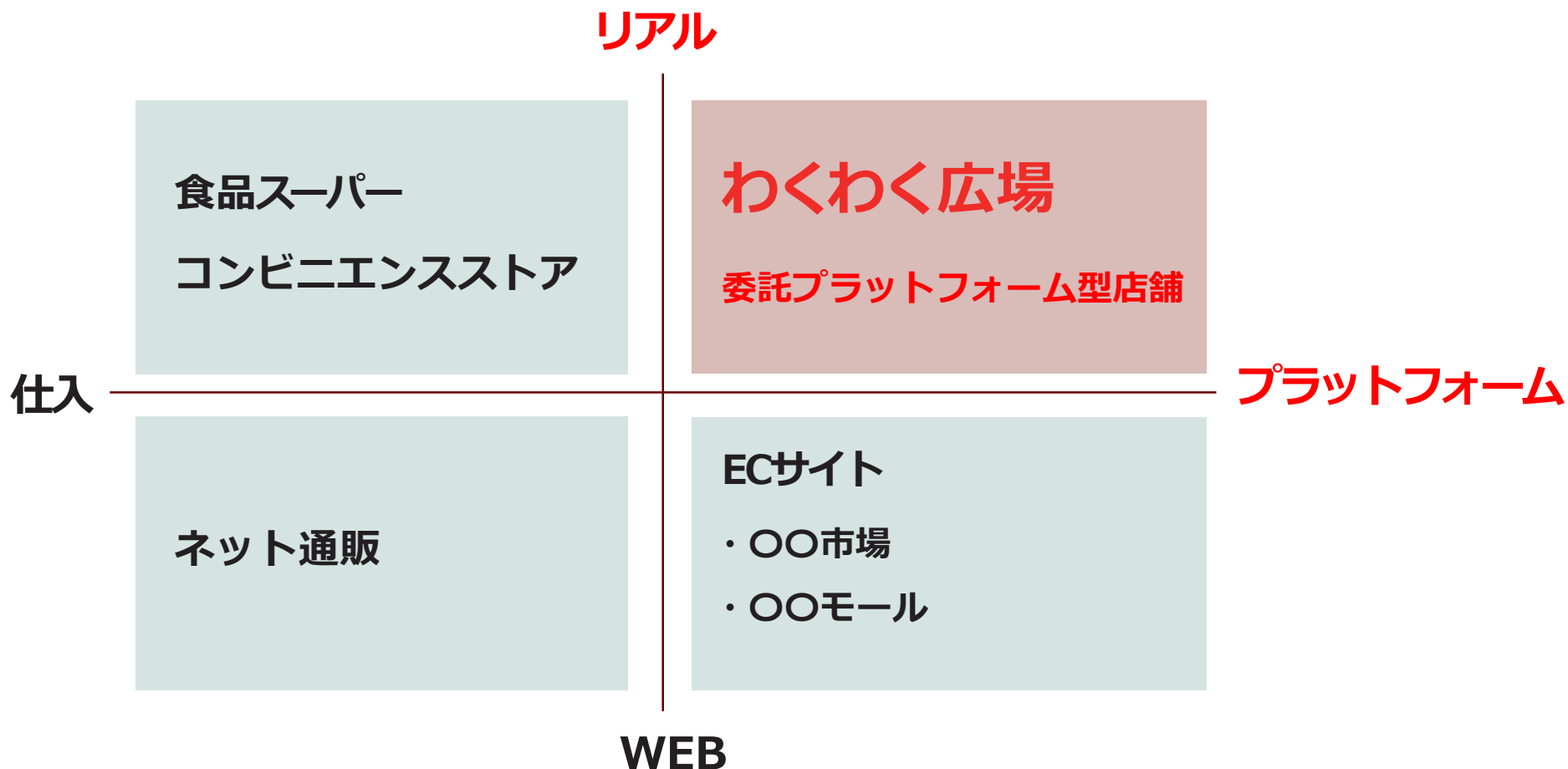
わくわく広場は、委託販売スタイルの食のプラットフォーム



- 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 周辺の生産者を募り、登録生産者は、自分のペースで店頭に出品・値付け・陳列
- ③ レジ・清掃・商品管理・生産者とのやり取りなどの店舗運営業務をわくわく広場が行う
- ④ 生産者へは、お客様が買われた商品のみを所定の率で仕入れて翌月当社からお支払い
- ⑤ レジ売上と仕入支払金額の差額の純額のみを当社は売上として計上
(流通総額) (営業収益)

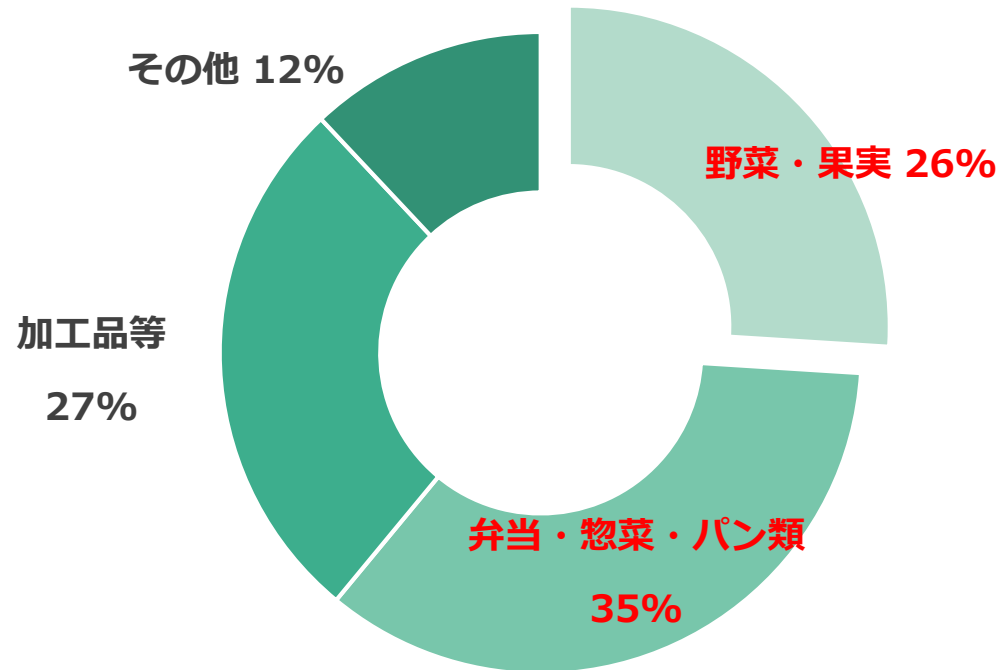
わくわく広場は、小売業ではなく、

“リアル×プラットフォーム”のサービス業

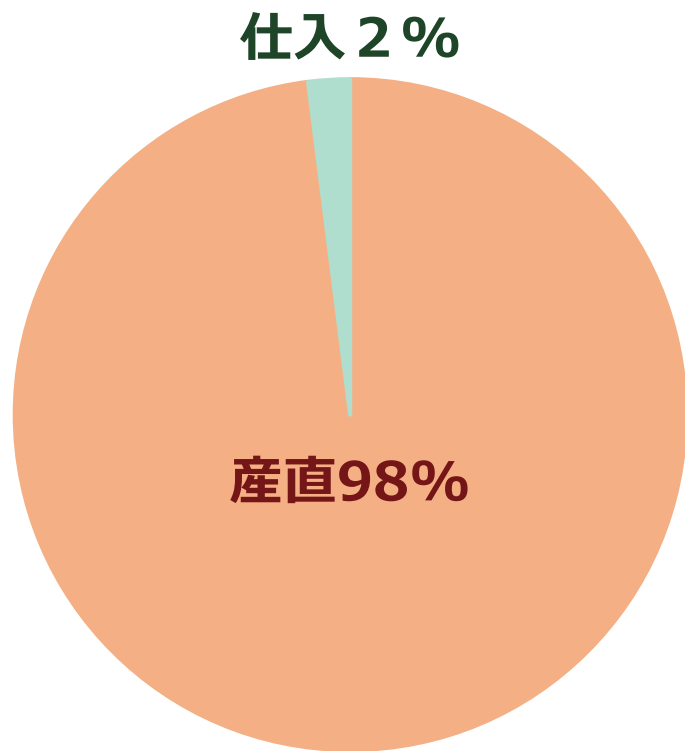


わくわく広場は、
農産物直売所ではなく、“地域の食のセレクトショップ”

2023年9月期（第1四半期）の販売商品の構成比



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)

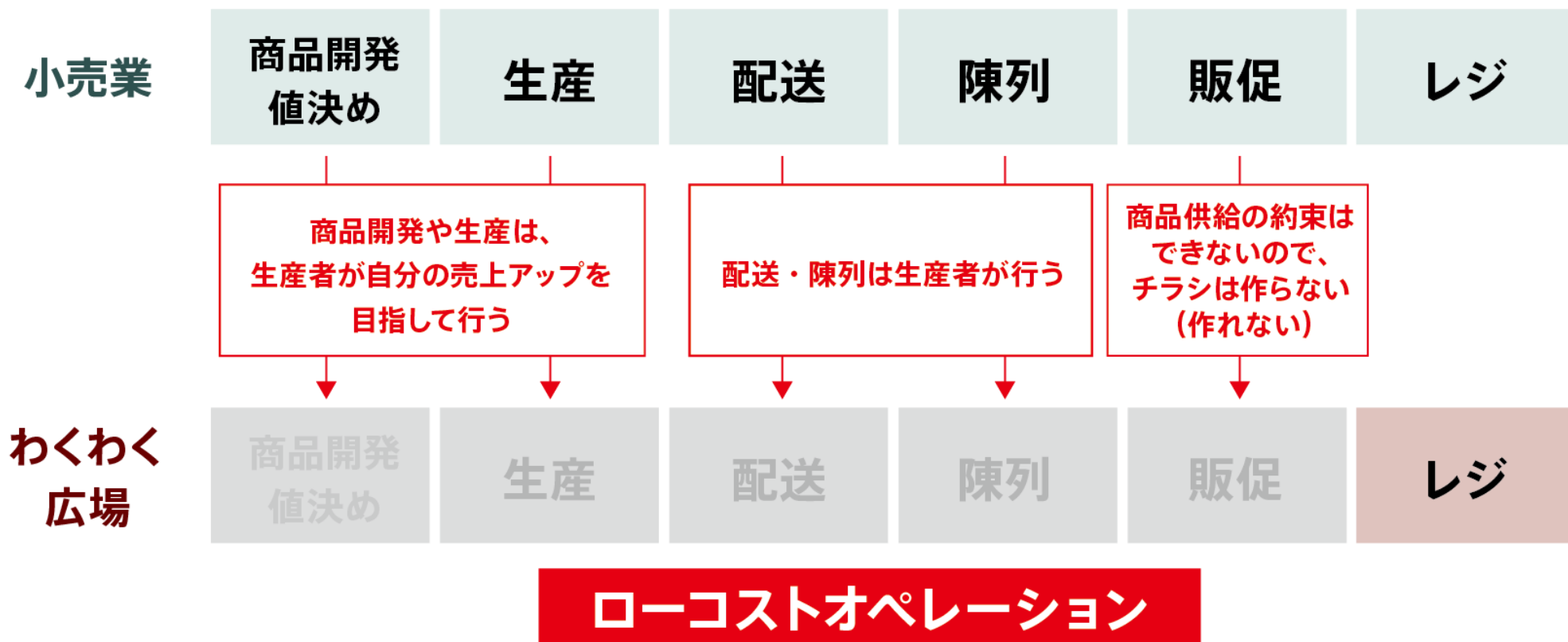
= ▲16.4日

※2022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

2022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

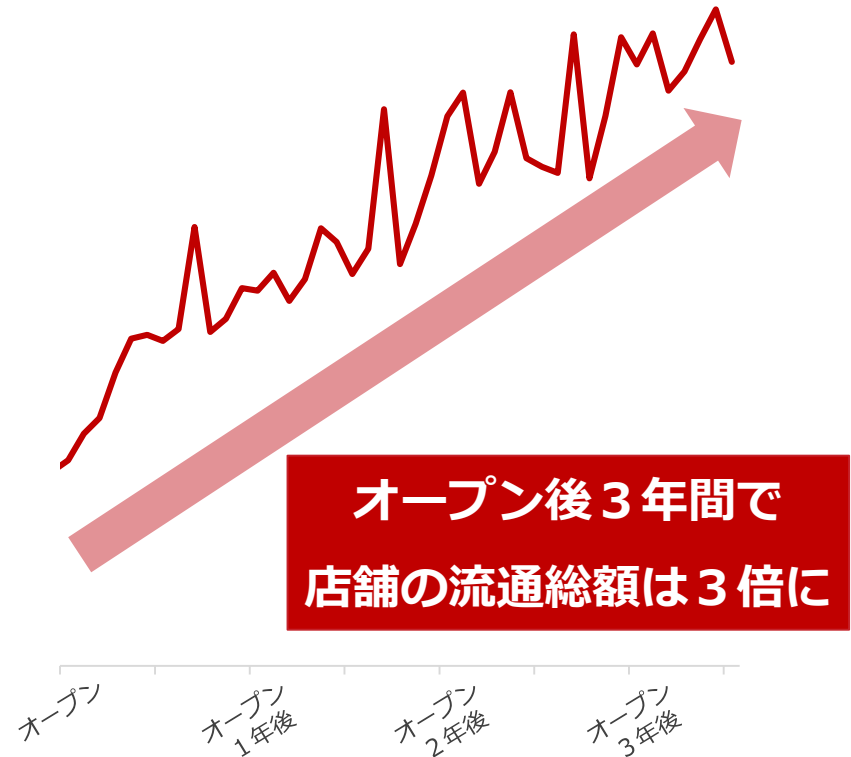


店舗周辺で“ローカルサプライチェーン”が構築され、“顧客認知”が徐々に進む



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

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・・・



生産者登録に際して、**登録料・保証料・年会費は不要**
登録しても出品ノルマはなく、**自分のペースで出品・値付けができる**

売上の見通しが立てやすく、手取りが多い

	自分の店舗での販売	フードデリバリーサービス	わくわく広場
販売形態	来店客に販売	受注オーダーを販売	まとめて店頭に出品
生産数のコントロール	 オーダーが入った分だけ生産	 注文が入った分だけ生産	 販売状況を見つつ 生産者が決める
手取率	100%	約60%	約 75%

価格を自分で決められる上に、手取りが多い

	野菜市場流通	わくわく広場
出品/納品方法	市場への出荷	店舗もしくは 物流センターに納品
価格決定権	× なし	◎ あり
手取率	約40%	約75%

生産者の拡大余地は大きい

わくわく広場の登録生産者（2022年12月期末時点）

26,696件



約320万件

生産者候補件数

出典1：厚生労働省 衛生行政報告例 飲食店営業施設数の推移 2021年度

出典2：農林水産省 経営体に関する統計 総農家件数（令和2年度）

全国のわくわく広場の店舗網を通して出品できる

生産者の月間売上の一例

Aさん (飲食店経営)

2,172万円

26店舗出品

Bさん (果物農家)

2,010万円

17店舗出品

Cさん (野菜農家)

1,451万円

46店舗出品

Eさん (和菓子店経営)

1,232万円

51店舗出品

Dさん (加工食品業)

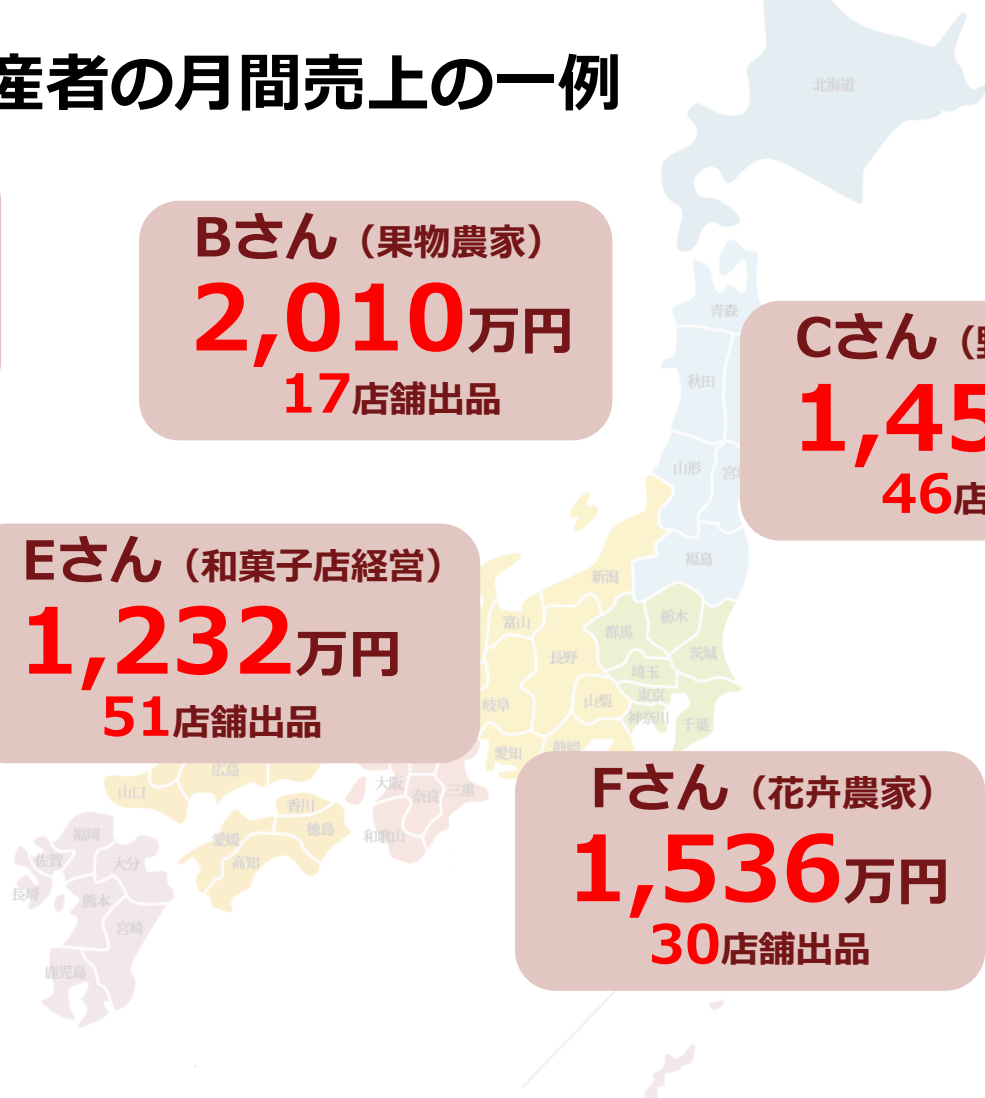
1,088万円

53店舗出品

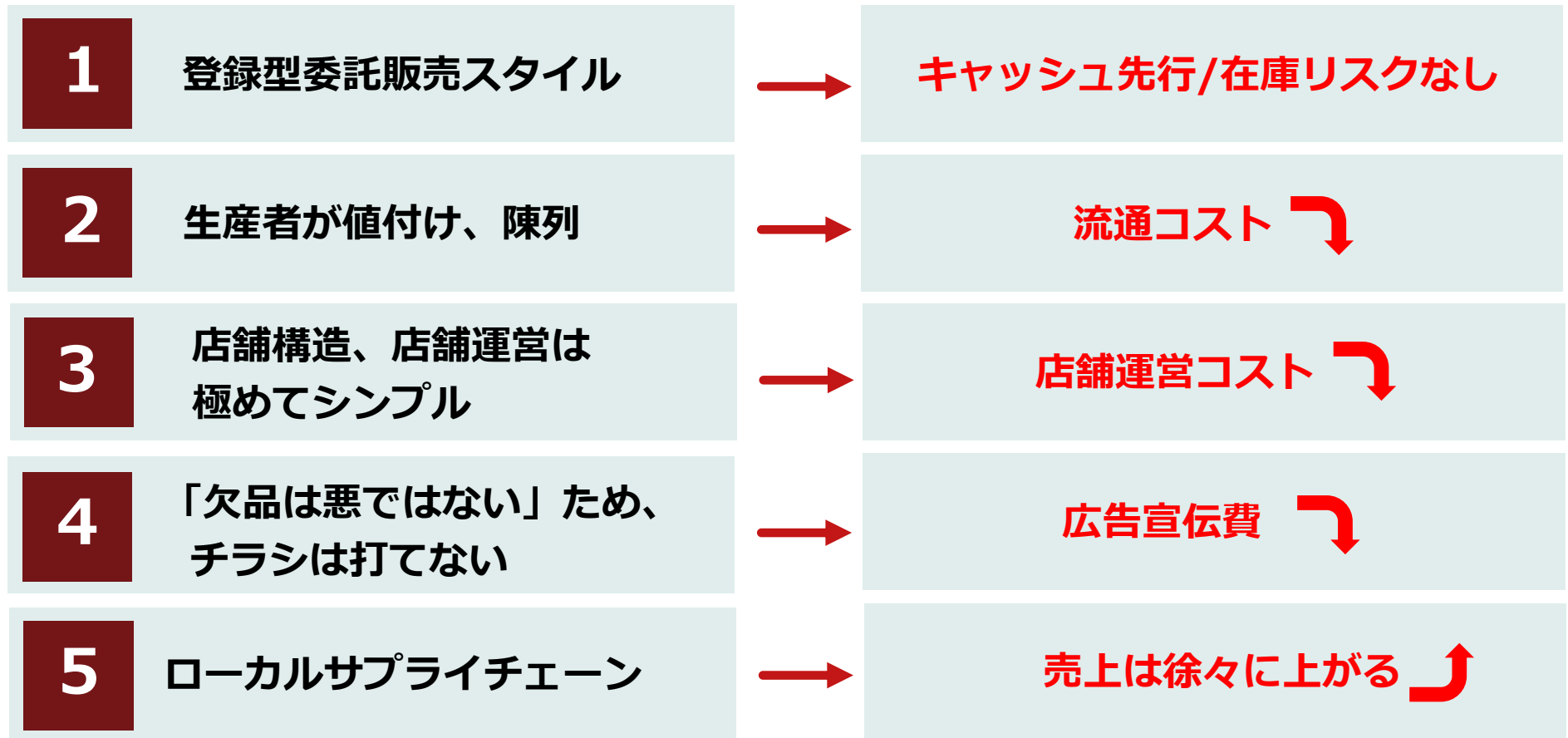
Fさん (花卉農家)

1,536万円

30店舗出品



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





4 .Appendix

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

代表者

代表取締役会長 高品 政明

代表取締役社長 黒田 智也

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

2,102名（2022年9月末時点、パートタイム含む）（正社員・契約社員87名）

沿革

1970年 千葉県木更津市にて創業、事務機器の販売を開始

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

2000年 直売所ビジネスに参入

2009年 ショッピングモールに「わくわく広場」を出店

2016年 ホームセンター事業に関連した不良資産整理に伴い債務超過に

2017年 「わくわく広場」の店舗数が100店舗を突破

2021年 現事業の利益により債務超過を解消（9月末）

東京証券取引所マザーズ市場に株式上場（12月24日）

各地域のフードバンクや子ども食堂への食材提供活動を推進

<提携先一覧> (一部抜粋)



※2022年9月末時点で26団体と提携

～活動の様子～



- 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。