

タカショー

7590 東証ジャスダック

2015年1月19日（月）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
柴田 郁夫

■ プロユース向けや海外事業は着実に伸長、更なる成長に注目

タカショー<7590>はガーデニング及びエクステリア商品の企画、製造、販売を主力としており、ガーデニング用品の取り扱いでは国内最大級を誇る。「やすらぎのある空間づくり」を基本コンセプトに、人工・天然の竹木製フェンスやガーデンファニチャー、緑化資材のほか、照明器具や池・滝・噴水なども手掛けている。庭での暮らし方を提案するライフスタイルメーカーとして業容を拡大してきた。加えて、国内のみならず、海外への販路拡大にも積極的であり、欧州、米国、アジア、オセアニアなどへ展開し、同社の成長を後押ししている。また、市場規模の大きなコントラクト（非住宅市場向け建材、外装）にも参入した。

2015年1月期の第3四半期累計期間（2014年2月-10月）の業績は、売上高が前年同期比1.1%増の14,407百万円、営業利益が同36.3%減の688百万円と増収ながら減益決算となった。主力のエバーアートウッド関連商品や屋外ライト商品がプロユース（ハウスメーカーやエクステリア施工業者）向けに順調に伸長したものの、第2四半期までのホームユース向け（日除け関連商品等）の落ち込みが響きわずかな増収にとどまった。また、利益面では円安の影響で原価率が上昇したことに加え、将来の成長に向けた先行投資的な営業費用（基幹システムや販促関連等）により、営業利益率が4.8%（前年同期は7.6%）に低下した。ただし、先行投資的な営業費用の増加は期初想定範囲内である。

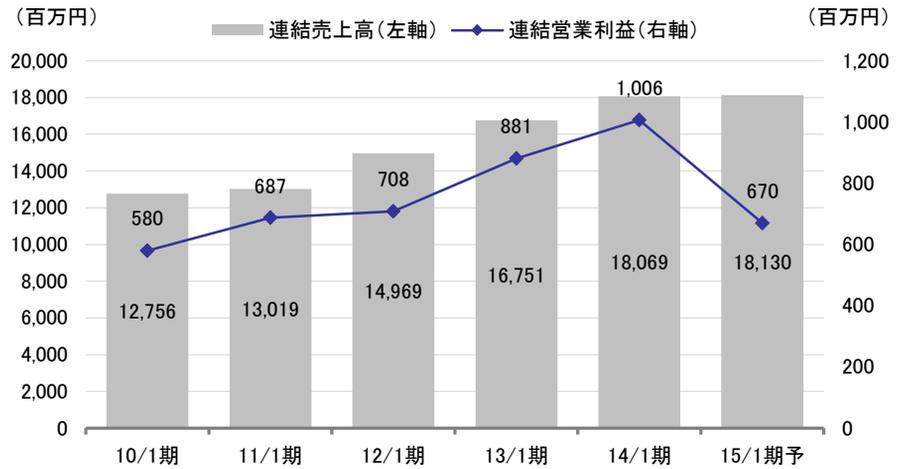
同社は、消費税増税や長梅雨等によるホームユース向けの業績の遅れを挽回することが困難との判断から、2015年1月期の通期業績予想を減額修正した。修正後の業績予想として、売上高が前期比0.3%増の18,130百万円、営業利益が同33.4%減の670百万円を見込んでいる。

同社は、2016年1月期に向けエクステリア市場向け新商品の投入、新事業（カタログギフト等）への参入、生産設備、営業拠点及び基幹システム導入などへの先行投資効果の実現に注力する構えである。また、新たに参入したコントラクト向けが順調に立ち上がってきたことや、海外事業についても将来への布石を含めて着実に進展していることから、来期以降の成長戦略の進捗に注目したい。

■ Check Point

- ・ 3Qはホームユース向けの回復遅れが響き、増収減益に
- ・ 15/1 通期の収益は前期並みだが、先行投資を織り込み減益予想に
- ・ 先行投資の効果実現や新規分野の進展による成長に注目

売上高と営業利益の推移



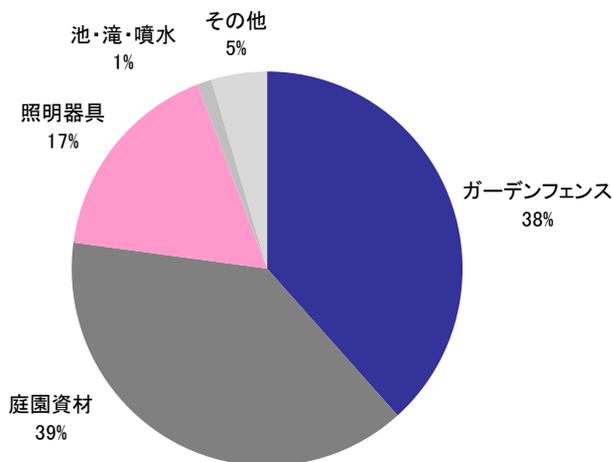
■ 事業概要

庭でのライフスタイル創造で成長拡大、海外販路にも積極的

ガーデニング及びエクステリア商品の企画、製造、販売を主力している。ガーデニング用品の取り扱いでは国内最大級を誇る。「やすらぎのある空間づくり」を基本コンセプトに、人工・天然の竹木製フェンスやガーデンファニチャー、緑化資材のほか、照明器具や池・滝・噴水なども手掛けている。国内のガーデニング市場の拡大、環境や精神的豊かさを重視する意識の変化等も追い風としながら、庭での暮らし方を提案するライフスタイルメーカーとして業容を拡大してきた。また、国内のみならず、海外への販路拡大にも積極的であり、欧州、アジア、オセアニアなどへ展開し、同社の成長を後押ししている。

商品カテゴリー別売上高は、「ガーデンフェンス」「庭園資材」「照明器具」「池・滝・噴水」「その他」の5つに分類される。主力のアルミ製人工木(エバーアートウッド)を用いた「ガーデンフェンス」と、ガーデンファニチャーや日除け商品などによる「庭園資材」の構成比が高い。また、最近、同社独自のローボルトライトが好調な「照明器具」が3番目の柱に育っている。

商品別売上高構成比(14/1期)



主要商品

Products



エバーアートウッド
EVER ART WOOD

あたたかな木肌のニュアンスを忠実に再現した耐久性・耐候性に優れたアルミ材。



エバーバンブー
EVER BAMBOO

天然竹の美しい質感、表情を徹底的に追求し、細かな筋や節を忠実に再現した人工強化竹材。



ポーチシリーズ
PORCH SERIES

日本家屋にある「ひさしのある部屋」を追求、天然木バーゴラを意匠したアルミ製テラス。



エクステリア&ガーデン
ライティング EXTERIOR & GARDEN LIGHTING

1日の中でも多くの時を過ごす夜の住まい、美しい庭照明で豊かな暮らしの空間に。



ビュースルーフェンス
VIEW THROUGH FENCE

景色を取り込む洗練されたプライベート空間。スマートな強化ガラス製フェンスシリーズ。



エバースクリーン
EVER SCREEN

空間を仕切る、空間を創る、空間を演出するアルミスクリーンフェンスシリーズ。



洋風フェンス
WESTERN-STYLE FENCE

洋風建築によく合う優しさと温かみのあるおしゃれな樹脂製フェンスシリーズ。



エバーエコウッドⅡ
EVER ECO WOOD

デッキ表面が熱くなりにくいリサイクル素材から生まれた人工木材です。



タイル&ストーン
TILE&STONE

タイルやストーンなど床面、壁面の装飾素材や基材を汚れにくくする防汚コート剤まで。



シェード&パラソル・
オーニング SHADE & PARASOL AWNING

紫外線を遮り、温度上昇を防いで、木陰に似せたような快適空間を創る日除け商品。



ガーデンファニチャー
GARDEN FURNITURE

心地よい屋外空間での暮らしを演出するエレガントなガーデンファニチャー。



ウォーターガーデン
WATER GARDEN

人と自然とのいきいきとした共生をテーマに、水辺でのくつろぎ空間を演出。

出所：会社 HP

タカショー

7590 東証ジャスダック

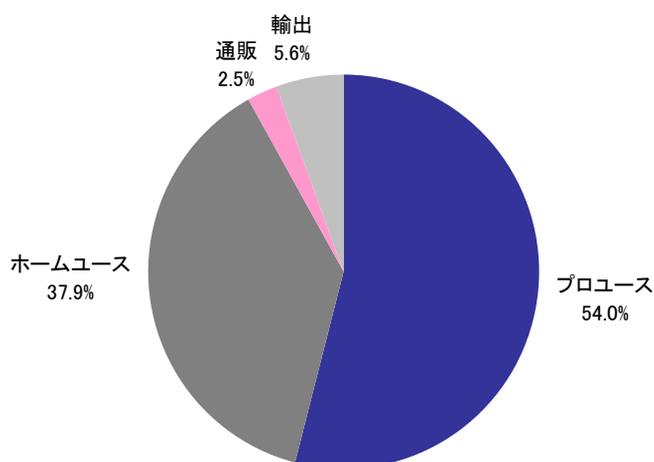
2015年1月19日（月）

販売ルート別（単体）には、ハウスメーカーやエクステリア施工業者など向け「プロユース」、ホームセンターなどへの卸売を中心とした一般消費者向け「ホームユース」のほか、「eコマース・通信販売」「輸出」に分かれる。「プロユース」向けが伸びており過半数を占めている。

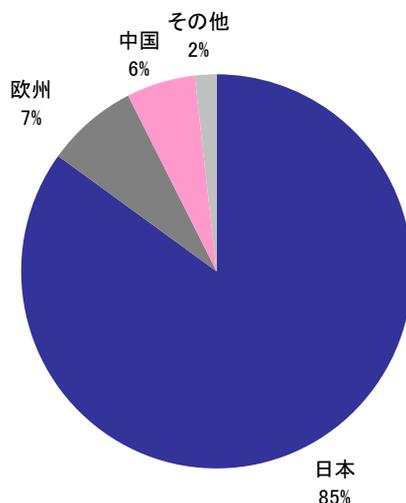
なお、プロユース向けについては、総合カタログ「PROEX（プロエクス）」を定期的に発行（2014年2月は約25万部）し、造園業者や設計士、ハウスメーカー、エクステリア施工業者等に配布している。また、2014年7月には、消費者向けの啓発活動の一環として、書店等で販売する専門雑誌「Home Garden & EXTERIOR」を発刊（約5万部）した。展示会にも積極的に取り組んでおり、2014年の「タカショー エクステリア & ガーデンフェア（東京流通センターにて7/31～8/1の2日間）」では、ハウスメーカーや建材商社、コントラクト会などを中心に来場者も3,321名（昨年は3,243名）に増加した。

また、海外売上高（連結）も、市場規模の大きい欧州や世界各地へ直接貿易を行っている中国を中心に伸びており、2014年1月期の海外売上比率は13.1%（前期は9.0%）に上昇している。

販売ルート別売上高構成比(単体)



地域別売上高構成比(14/1期)



2015年1月19日（月）

※業績不振を理由に、国内の連結子会社1社を2015年1月中旬に清算予定

■事業概要

生産拠点は国内と中国に有する。国内は、プロユース向けの主力商品を生産しており、製造子会社のガーデンクリエイト（和歌山県海南市）、徳島ガーデンクリエイト（徳島県吉野川市）を中心に、2013年12月には栃木県鹿沼市にガーデンクリエイト関東を設立し、首都圏の基盤強化と生産能力の増強を図った。また、中国では、ホームユース向けの商品を中心に生産し、日本を含め、世界各地へ輸出している。

同社グループは、連結子会社は18社（国内9社、欧州2社、中国6社、オーストラリア1社）と関連会社3社（国内1社、中国2社）で構成される※。国内子会社は、プロユース向け商品の製造・販売を中心として、企画から製造、販売、サービスまでグループ一体となって幅広いソリューションが提供できる体制を構築している。

■決算概要

3Qはホームユース向けの回復遅れが響き、増収減益に

(1) 2015年1月期の第3四半期累計決算の概要

2015年1月期の第3四半期累計期間の業績は、売上高が前年同期比1.1%増の14,407百万円、営業利益が同36.3%減の688百万円、経常利益が同30.2%減の742百万円、四半期純利益が同34.2%減の417百万円と増収ながら減益決算となった。

プロユース向けが、主力のエバーアートウッド関連商品や屋外ライト商品が順調に伸長した一方、ホームユース向けが足元で回復しているものの、第2四半期までの業績の落ち込みが響いたことから、全体的にはわずかな増収にとどまった。

利益面では、円安の影響により原価率が上昇したことに加え、将来の成長に向けた先行投資的な営業費用（基幹システムや販促関連等）により営業利益率が4.8%（前年同期は7.6%）に低下した。ただし、先行投資的な営業費用の増加は期初想定範囲内である。

2015年1月期第3四半期累計決算の概要

(単位：百万円)

	14/1 期第 3 四半期累計 実績		15/1 期第 3 四半期累計 実績		増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	14,250	100.0%	14,407	100.0%	157	1.1%
売上原価	8,320	58.4%	8,519	59.1%	199	2.4%
販管費	4,849	34.0%	5,199	36.1%	350	7.2%
人件費	1,965		1,987		22	1.1%
発送費	755		784		29	3.8%
販促・広告	458		517		59	12.9%
支払手数料	369		459		90	24.4%
賃借料	365		358		-7	-1.9%
減価償却費	126		206		80	63.5%
その他	811		888		77	9.5%
営業利益	1,080	7.6%	688	4.8%	-392	-36.3%
経常利益	1,063	7.5%	742	5.2%	-321	-30.2%
純利益	635	4.5%	417	2.9%	-218	-34.2%
主力商品						
エバーアートウッド	1,896		2,136		240	12.7%
屋外ライト商品	1,731		2,099		368	21.3%
日除け商品	1,730		1,498		-232	-13.4%
販売ルート別（単体）						
プロユース事業部	2,456		2,582		126	
ホームユース事業部	1,783		1,495		-288	
通販	140		123		-17	
輸出	131		144		13	
合計	4,510		4,344		-166	
地域別売上高						
日本	12,202		12,472		270	2.2%
欧州	1,053		1,154		101	9.6%
中国	785		591		-194	-24.7%
その他	210		190		-20	-9.5%
合計	14,250		14,407			
海外売上高比率	14.4%		13.4%			

販売ルート別の業績については以下のとおりである。

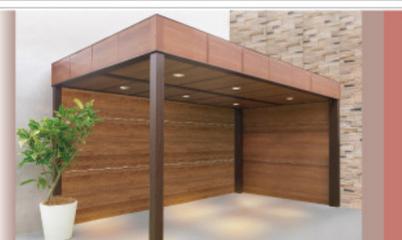
プロユース部門は、前期より本格的に参入したエクステリア市場向け商品が順調に伸びている。その中でも、主力のアルミ製人工木（エバーアートウッド）を用いた「アートポート」シリーズや「アートフェンス」シリーズの販売が好調であった。また、今期より販売を開始した景観建材「アートボード」シリーズも順調に立ち上がっている。エバーアートウッドは、情緒性に優れたデザインや豊富なカラーバリエーション、耐久性、施工の容易さに加え、一部のアイテムにおいて変色やはがれに対する5年間の保証などが評価されており、様々なシリーズや単独で使用されることで販売実績を伸ばしている。

もう一つの主力である屋外ライト商品についても、同社独自のローボルトライトを中心に堅調に推移している。その背景として、同社が運営している「エクステリア&ガーデンライティングマイスター制度」の認定者の拡大も働いているようだ。なお、同社のローボルトライトは、電気工事資格を持たない者でも照明施工が安全かつ簡単にでき、ガーデンとエクステリアのあらゆるシーンを美しくライティングできる充実したラインアップを取り揃えているところが高く評価されている。建築家などにより選定され、「優れた建築を生み出すことに貢献する、優れた建材・製品」に与えられる、一般社団法人 HEAD 研究会主催の「第四回 HEAD ベストセレクション賞」を2014年度に受賞している。また、2015年2月の「タカショープロエクス総合カタログ」発刊に合わせ、既存商品約1,200アイテムの100%LED化を実現した。地球環境に配慮した、高効率で省エネルギーなLEDを使用することにより、環境負荷の抑制と美しく安全な夜の屋外空間の創出を両立できることも強みとなっている。

ホームユース向けは、消費税増税の影響や春の立ち上がりが遅れたことによるガーデン用品の伸び悩み、長梅雨による日除け商品の落ち込みなど、第2四半期までの業績の遅れを挽回できず、累計では前年同期比マイナスの状態が続いている。ただ、第3四半期（2014年8月-10月）だけを見ると、気候の回復により日除け商品が伸びたことと、季節商品であるイルミネーションライティング関連商品の伸長により前年同期比プラスに転じている。

また、海外展開については、欧州が順調に伸長したものの、中国で中国国内の販売が減少したことで、海外売上高比率は前年同期比で若干低下した。しかしながら、損益面では、中国製造子会社の原価低減や経費削減効果や、欧州販売子会社の損益改善により大きく改善しており、順調に進展していると言える。

各種商品

 <p>エバーアート®フェンス</p> <p>門扉、カーポートと合わせて フロントヤードを トータルコーディネート</p> <p>Ever Art Wood®</p>	
 <p>アートポート®</p> <p>住まいと街並みに調和する カーポートと駐輪場ができました</p> <p>Ever Art Wood®</p>	
 <p>エバーアートボード®</p> <p>エバーアートウッド+アルミ複合板の 新建材パネルシリーズ</p> <p>Ever Art Wood®</p>	

出所：会社HP

15/1 通期の収益は前期並みだが、先行投資を織り込み減益予想に

(2) 2015年1月期の業績予想

同社は、第2四半期までのホームユース向けの業績の遅れを挽回することが困難との判断から、2015年1月期の通期業績予想を減額修正した。修正後の業績予想は、売上高が前期比0.3%増の18,130百万円、営業利益が同33.4%減の670百万円、経常利益が同27.1%減の710百万円、当期純利益が同21.3%減の400百万円を見込んでいる。

プロユース向けが好調であることや、第2四半期まで苦戦していたホームユース向けも足元で回復していることから、修正後の業績予想の達成に懸念はないものと考えられる。

2015年1月期の業績予想の概要

(単位：百万円)

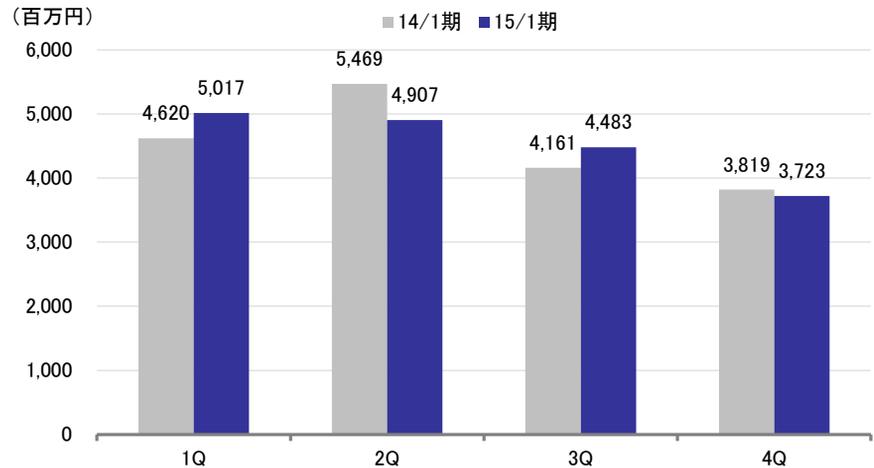
	14/1期 実績		15/1期 業績予想				前期比	
			修正前		修正後		修正前	修正後
		構成比		構成比		構成比		
売上高	18,069		19,490		18,130		7.9%	0.3%
原価			-	-	-	-	-	-
販管費			-	-	-	-	-	-
営業利益	1,006	5.6%	1,209	6.2%	670	3.7%	20.1%	-33.4%
経常利益	973	5.4%	1,194	6.1%	710	3.9%	22.7%	-27.1%
当期純利益	508	2.8%	679	3.5%	400	2.2%	33.5%	-21.3%

タカショー

7590 東証ジャスダック

2015年1月19日(月)

四半期売上高の前年同期比較



※15/1期4Qは予想値

先行投資の効果実現や新規分野の進展による成長に注目

(3) 2016年1月期に向けた取り組み

同社は、来期に向けエクステリア市場向け新商品の投入、新事業（カタログギフト等）への参入、生産設備、営業拠点及び基幹システム導入など先行投資による投資効果の実現に注力する構えである。最近の傾向として、ハウスメーカー各社が住まいと合わせて庭づくりの提案に注力していることも同社にとっては追い風となってきている。また、新たに参入したコントラクト（非住宅市場向けの建材、外装）向けが順調に立ち上がってきていることや、海外事業についても将来への布石を含めて着実に進展していることから、来期以降の成長戦略の進捗に注目したい。

■ 企業特徴

ガーデニング&エクステリア分野で幅広いソリューションを提供

同社の特徴は、ガーデニング及びエクステリア分野で幅広いソリューションを提供できるオンリーワンであるということである。同社は、「やすらぎのある空間づくり」や「庭での暮らし方を提案するライフスタイルメーカー」という事業コンセプトに基づき、生活者意識の変化や時代の先を見据えながら、ソリューション領域を拡充してきた。また、この業界において海外展開できる体制を構築している企業も他にはない。同社は、ソリューション領域の拡充や海外展開により、世界規模で広がっている需要の拡大を同社成長に取り込む方針である。また、ガーデニング分野における業績の季節性（春から夏に偏重）を解消することにもつながると考えられる。

企画から製造、販売、サービスまで一貫体制により現場価値を高める仕組み

企画から製造、販売、サービスまでを手掛ける一貫体制にも特徴がある。この体制によって、コスト競争力を高めるとともに、現場視点による商品開発やグループ一体となった価値提供が可能となっている。プロユース向けが伸びているのは、現場価値を高める同社の商品力やソリューション提供力が、ハウスメーカーや工務店を中心に高く支持されているからであると考えられる。

ライフスタイルの提案や啓発活動により市場を創造

同社成長の背景には、同社自らが庭での暮らし方の提案や積極的な啓発活動を行うことによって市場を創造してきたことも挙げられる。2013年に東北支店、2014年に広島支店を移設新築しており、ショールームの整備を積極的に進めている。これは、同社の提唱する「リビングガーデン」のライフスタイル提案を体感してもらう拠点となるもので、こうした全国に開設しているショールームや展示会の開催、日本初の本格的なガーデンセンターのオープンなどを通じて、積極的な啓発活動を行っている。業界における資格制度であるマイスター制度の設立やリフォームガーデンクラブの組成など、業界全体を活性化させるインフラやネットワーク構築にも尽力し、業界のリーディングカンパニーとして市場の創造、育成にも努めている。

「エクステリア&ガーデンライティング マイスター制度（庭照明のプロを養成することを目的とした研修会）」は、2010年2月に設立以来、全国64会場にて受講社数1,623社、受講人数3,690名の実績を上げており、2015年中には5,000名に増やす計画である。同様に、「ウォーターガーデン マイスター制度（癒しと安らぎのウォーターガーデンの重要性とその効果を知り、ポンプの電気知識を始め、水生植物や空間デザインなどの知識や技術を習得する）」は、全国14会場にて受講社数540社、受講人数1,027名の実績となっている。

また、2014年5月からは「エクステリア&ガーデンマイスター制度」を開始した。本マイスター制度研修会は、基本全般から、エクステリア外構と家の関係のデザイン、植物の基礎知識、緑の配置の仕方、トータル的な庭造り、年間を通した暮らしのデザイン、アフターメンテナンスなど、一連の内容が「基礎編」と位置付けられている。営業・設計・デザイナー・プランナーにとっては知識の更なる深耕が図られることに加え、まだ業界に就いて間もない参加者にとっても即実績で使えるカリキュラムとなっている。

5月20日の東京開催を皮切りに、8月まで全国10会場で開催し、受講社数50社、受講人数1,050名の実績を上げた。

■ 業界構造

新たに参入したコンラクトは約 13 兆円の市場規模

ガーデニング用品に限定すれば、中小規模の同業者がひしめき合うなかで、唯一の上場会社である同社が国内で最大級の規模を誇っている。また、本格参入したエクステリア（門扉、フェンス等の外構）の市場規模は約 6,000 億円（同社推定）と推定され、全国エクステリア工業会の会員 5 社（同社のほか、三協立山〈5932〉、四国化成工業〈4099〉、LIXIL〈5938〉、YKK AP エクステリア）が上位を占めていると考えられる（5 社合計で約 2,000 億円）。一方、新たに参入したコンラクト（非住宅市場の建材、外装）については、建築業界を中心に約 13 兆円と大きな市場を形成している。

世界のガーデン市場に目を向ければ、米国 5 兆円、英国 4 兆円、ドイツ 1.2 兆円、オーストラリア 4,000 億円、韓国 2,000 億円と推定されている（同社推定）。

■ 沿革と業績推移

ガーデニング素材販売からライフスタイル創造企業へ

(1) 沿革

同社は、1980 年に現代表取締役社長の高岡伸夫（たかおかのぶお）氏によって、造園及び庭園資材の販売を目的として、和歌山県海南市に設立された。父親が営んでいた高岡正一商店（竹垣などを結ぶのに使うシュロ縄等の卸売業を行う個人商店）の事業を発展させ、ガーデニング素材を販売するのみならず、ライフスタイル全般の提案を通じて、全国規模の事業展開を目指すことが設立の経緯であった。社名の由来は、高岡正一商店の短縮形として名付けた。

その後、「ガーデニング業界を近代化し、市場を自ら作っていきいたい」という強い思いに支えられ、全国各地に営業所や配送センターを設けながら、順調に事業基盤を拡大した。バブル経済やガーデニングブームなどの追い風もあったものの、「やすらぎのある空間づくり」という一貫したコンセプトに基づき、独自性の強い商品の開発や啓発活動を続け、着実に市場を創造してきたことが同社の成長を支えたと考えられる。1998 年には業界で初めて日本証券業協会（現東証 JASDAQ 市場）に上場を果たした。

海外展開にも積極的であり、1995 年に中国（天津）に販売子会社を設立すると、その後は相次いで、台湾、オーストラリア、ドイツ、韓国、ベトナム、英国等に拠点を構え、海外展開の基盤を構築していった。

また、2001 年にガーデンライフスタイルデザイン研究所を大阪府に開設したほか、2010 年には、業界における資格制度として「エクステリア&ガーデンマイスター制度」を立ち上げるなど、業界のリーディングカンパニーとしての活動も行っている。



タカショー

7590 東証ジャスダック

2015年1月19日（月）

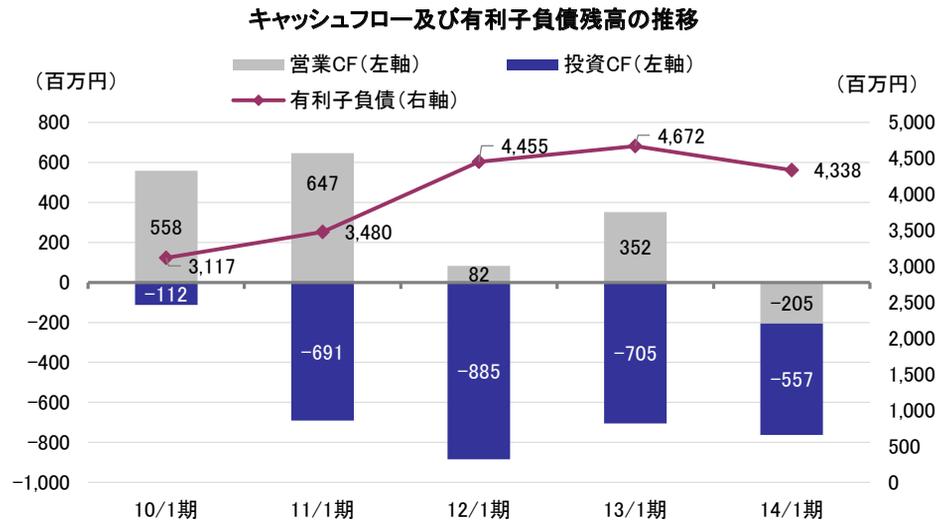
増収増益を継続、投資により、着実に成長してきた実績

(2) 業績推移

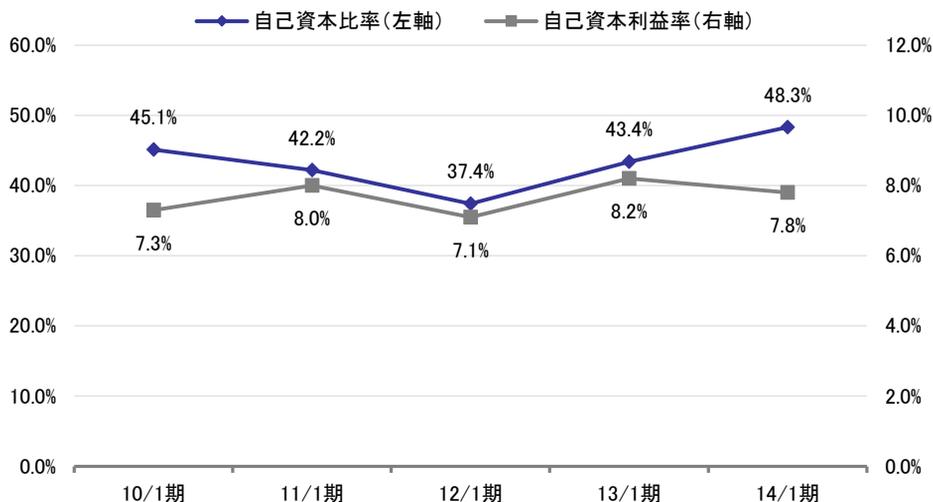
過去5期分の業績を振り返ると、売上高、営業利益ともに増収増益を継続している。エバーアートウッドやポーチガーデン、屋外ライト商品など、同社のコンセプトに基づく商品群がハウスメーカーを中心に高く支持され、プロユース向けが大きく伸びたことが同社の成長を牽引してきた。また、ここ数年は、中国の生産拠点の増強や、欧州、アジア、オセアニアなどへの販路拡大により海外事業が伸びてきたことも同社の成長を後押ししている。

また、利益面では、先行投資的な費用負担を続けてきたが、増収により吸収することで営業利益も増益基調となっている。

一方、財務面では、積極的な投資活動により、投資キャッシュフローが営業キャッシュフローを上回る状態が継続してきたことから、2012年1月期には有利子負債の増加による自己資本比率の低下が見られたものの、2013年1月期と2014年1月期に続けて公募増資等を行ったことにより、現在の自己資本比率は48.3%に改善している。また、資本効率を示す自己資本利益率は、7～8%の水準で推移している。なお、過去3年間における投資金額は約29億円に上り、工場設備関連に約12億円、販売設備関連に約7.5億円、システム投資に約5.5億円などを投下してきた。足元で業績が順調に拡大するなかで、将来の成長に対する投資も積極的に行ってきたことがうかがえる。



自己資本比率及び自己資本利益率の推移



■ 成長戦略

「ガーデン&エクステリア ライフスタイルメーカー」として更なる成長へ

同社は、「ガーデン&エクステリア ライフスタイル メーカー」として更なる成長を実現するため、1) 垂直ビジネス、2) グローバルビジネス、3) トータル化ビジネス、4) 近代化ビジネスの4つの方向性を掲げている。

1) 垂直ビジネス

同社の特徴である「企画から製造、販売、卸、サービス（メンテナンス）までの一貫したビジネスモデル」をさらに進化させ、現場視点による価値創造とコスト競争力を高めていく方針である。

2) グローバルビジネス

同社は、ガーデニング及びエクステリア分野における幅広いソリューションを世界規模で提供できるオンリーワンとして、海外展開にも注力する。中国での生産能力及び生産効率を高め、ホームユース向けを中心に、米国、英国、ドイツ、オーストラリアのほか、韓国や現地中国への販路拡大を進めている。欧州では、タカショーヨーロッパ（ドイツ）が商品カテゴリーの充実等により業績改善が進展したことに加え、ベジトラグ社（英国）の開発商品である「ペジトラグアイテム」が好調に推移。米国では通販会社のガーデナーズ社と提携しており、同社商品がカタログに掲載されている。中国でも70店舗の販売ルートを持つ浙江正特との連携により拡販を図る。また、今後はプロユース向けの販路開拓にも注力する構えである。

3) トータル化ビジネス

同社は、ガーデン及びエクステリアの住宅領域に加え、市場規模の大きな非住宅領域であるコントラクト（非住宅市場向け建材、外装）にも本格参入した。ソリューション領域の更なる拡大を図るとともに、そこから派生する様々なニーズに対して、業態に捉わられることなく、国内外のグループが一体となった価値提供を行っていく方針である。なお、コントラクトでは、需要が拡大している景観建材として「エバーアートウッド」や「エバーバンブー」等の提案を強化していく。また、同社のコンセプトである「5th Room」（庭をリビング、ダイニング、キッチン、ベッドルームに次ぐ5番目の部屋とする）に共感するメーカーや問屋、設計事務所、施工業者との連携強化を図るとともに、現場に合ったものを必要な分だけ一括で供給できる体制など、現場の価値を高める仕組みを構築することで、他社との差別化を図っていく。

4) 近代化ビジネス

同社は、「庭からできる省エネ・節電」と銘打って「スマートリビングガーデン」を提唱している。その一環として、LEDのイルミネーション、ソーラーライト、ローボルトライト等、自然エネルギーの利用や省エネタイプの商品開発を通じて、庭でできる省エネ・節電をテーマに庭からのエコを提案している。また、最近、ハウスメーカーが注力している健康住宅や、注目が集まっている庭園療法（ガーデンセラピー）など、ライフサポート分野へも積極的に取り組む方針である。

■ 株主還元

配当性向 30% を目標に利益成長に伴う増配余地も

同社は、配当方針として配当性向 30% を目標としている。2014 年 1 月期は年 19 円配（配当性向 44.1%）を実施した。また、2015 年 1 月期については、現時点で期初予想を据え置いており、年 17 円配（業績予想修正後の配当性向 52.1%）を予定している。同社は、来期以降、積極的な海外展開や新たな市場の創造を含め、これまでの先行投資効果の実現により成長を加速していく計画であり、利益成長に伴う増配の余地は十分にあると期待できる。

また、同社のガーデニンググッズによる株主優待制度も導入している。

株主優待

タカショーガーデン友の会（株主優待）特典



特典 1 欲しかった商品がお買い得価格!

株主様特別販売カタログを送付させていただきます。(年2回発送)

※2015年1月20日より、上記内容に変更となります。



特典 2 オリジナルカレンダーをプレゼント!

タカショーオリジナルのカレンダーをプレゼント致します。(年2回発送)



特典 3 株主優待プレゼント!

所有株式数に応じて、弊社が厳選した商品の中から好きな商品をお選びいただくことができます。(但し、ご所有株式数200株以上の株主様に限ります。)



特典 4 タカショーイベントご招待!

年に1度、タカショーのイベントにご招待させていただきます。

※1 応募者多数の場合、抽選とさせていただきます。
※2 交通費等は実費となります。ご了承ください。

※特典3、4については、毎年1月20日の株主名簿に記録された株主様のみとなります。

ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ