

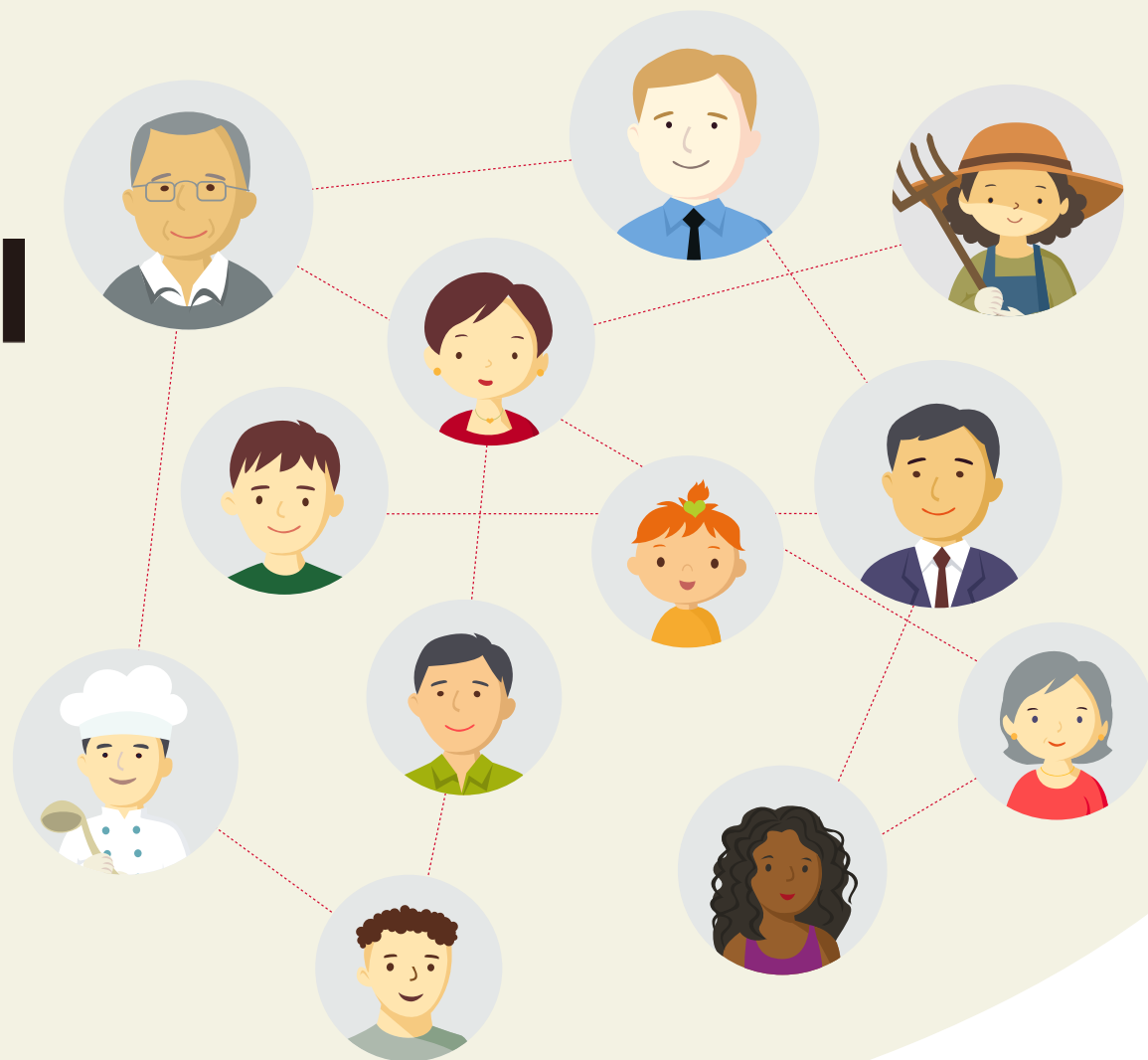
TAKAYOSHI

株式会社タカヨシ

2024年9月期 第1四半期

補足説明資料

2024年2月5日



1 会社の特徴・事業の特徴

2 .当社の成長戦略

3 .当社の強み

4 .Appendix



1. 会社の特徴、事業の特徴

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

2,525名（2023年9月末時点、パートタイム含む）（正社員・契約社員86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）

「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/p7ZC0ed23dc>）
※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

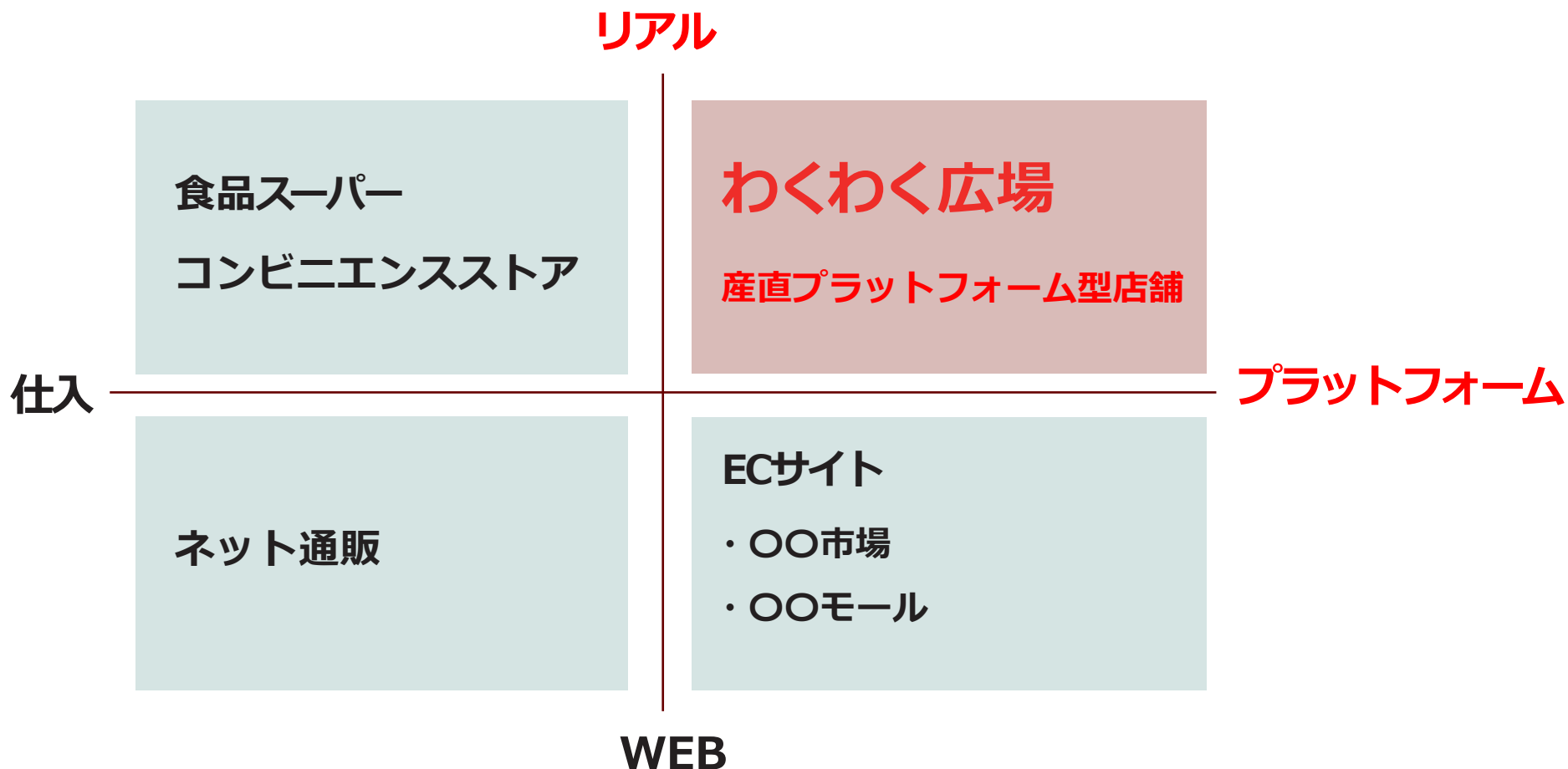
わくわく広場は、委託販売スタイルの食のプラットフォーム



- 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分のみを翌月当社からお支払い
- 5** レジ売上と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)

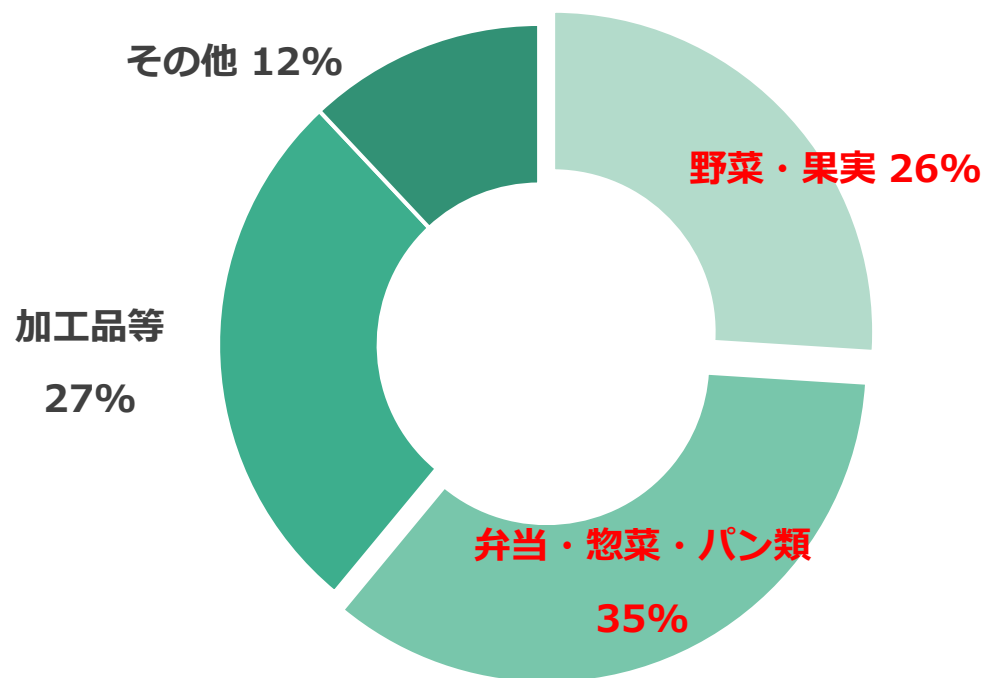
わくわく広場は、小売業ではなく、

“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月期の販売商品の構成比



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**

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）

2,251万円

26店舗出品

Bさん（果物農家）

1,408万円

57店舗出品

Cさん（野菜農家）

1,573万円

53店舗出品

Eさん（和菓子店経営）

1,263万円

62店舗出品

Dさん（加工食品業）

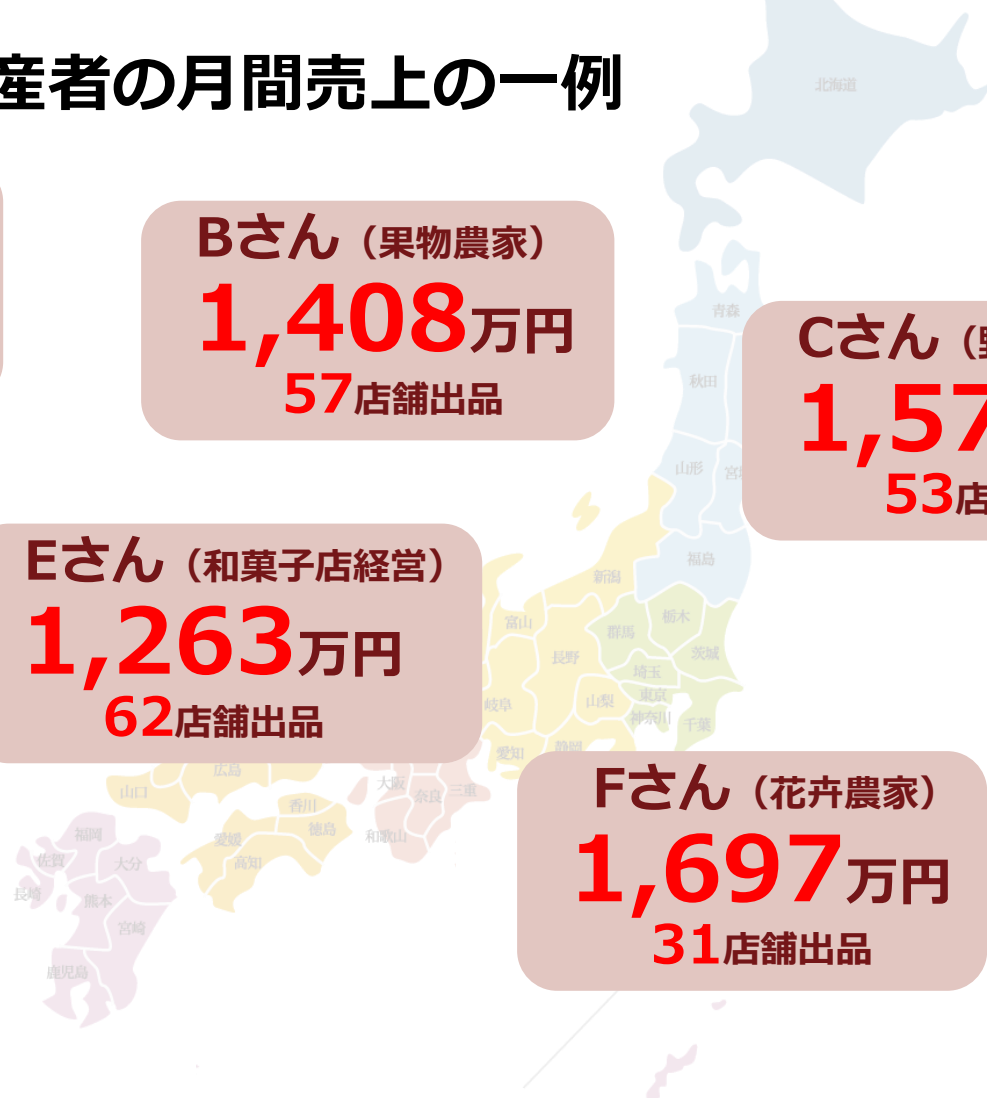
1,126万円

59店舗出品

Fさん（花卉農家）

1,697万円

31店舗出品





2.成長戦略

以下の戦略を軸として、事業領域の拡大を目指す

1 生産者開拓の強化



コールセンターを中心に開拓人員を
増強し、新規登録件数の増加

2 積極的な出店



未出店地域を含めた地域拡大と
地域ドミナントの深化の両立

3 ローコストオペレーション強化



個店管理の強化を徹底し、
よりシンプルな店舗運営を

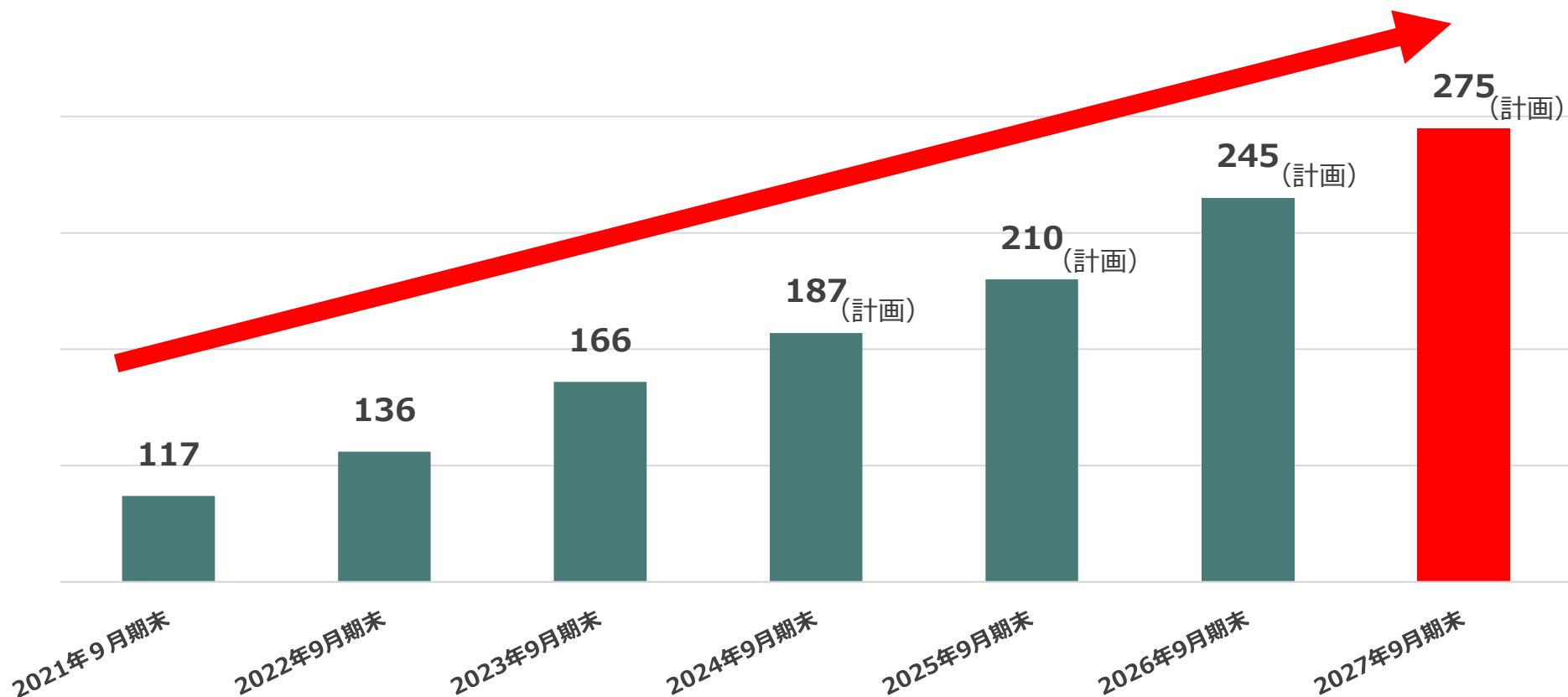
タカヨシ中期経営計画②

(単位：百万円)

	2020/9期 通期実績	2021/9期 通期実績	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績	2024/9期 業績予想	2025/9期 計画	2026/9期 計画	2027/9期 計画
流通総額	16,089	19,109	22,036	24,966	28,600	32,800	37,600	43,200
営業収益	5,165	5,528	6,438	7,185	8,200	9,400	10,700	12,200
営業利益	414	689	964	991	1,000	1,170	1,370	1,610
経常利益	391	650	913	976	980	1,150	1,340	1,580
当期純利益	284	593	471	483	490	580	690	820
営業利益率 (流通総額ベース)	2.57%	3.61%	4.37%	3.97%	3.50%	3.57%	3.64%	3.73%
経常利益率 (流通総額ベース)	2.43%	3.40%	4.14%	3.91%	3.43%	3.51%	3.56%	3.66%
当期純利益率 (流通総額ベース)	1.77%	3.10%	2.14%	1.94%	1.71%	1.77%	1.84%	1.90%

※2021/9期は特別利益が210百万円あったため当期純利益が一時的に上昇

積極的な出店を行い店舗数の純増を継続



※2025年9月期以降は計画目標

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

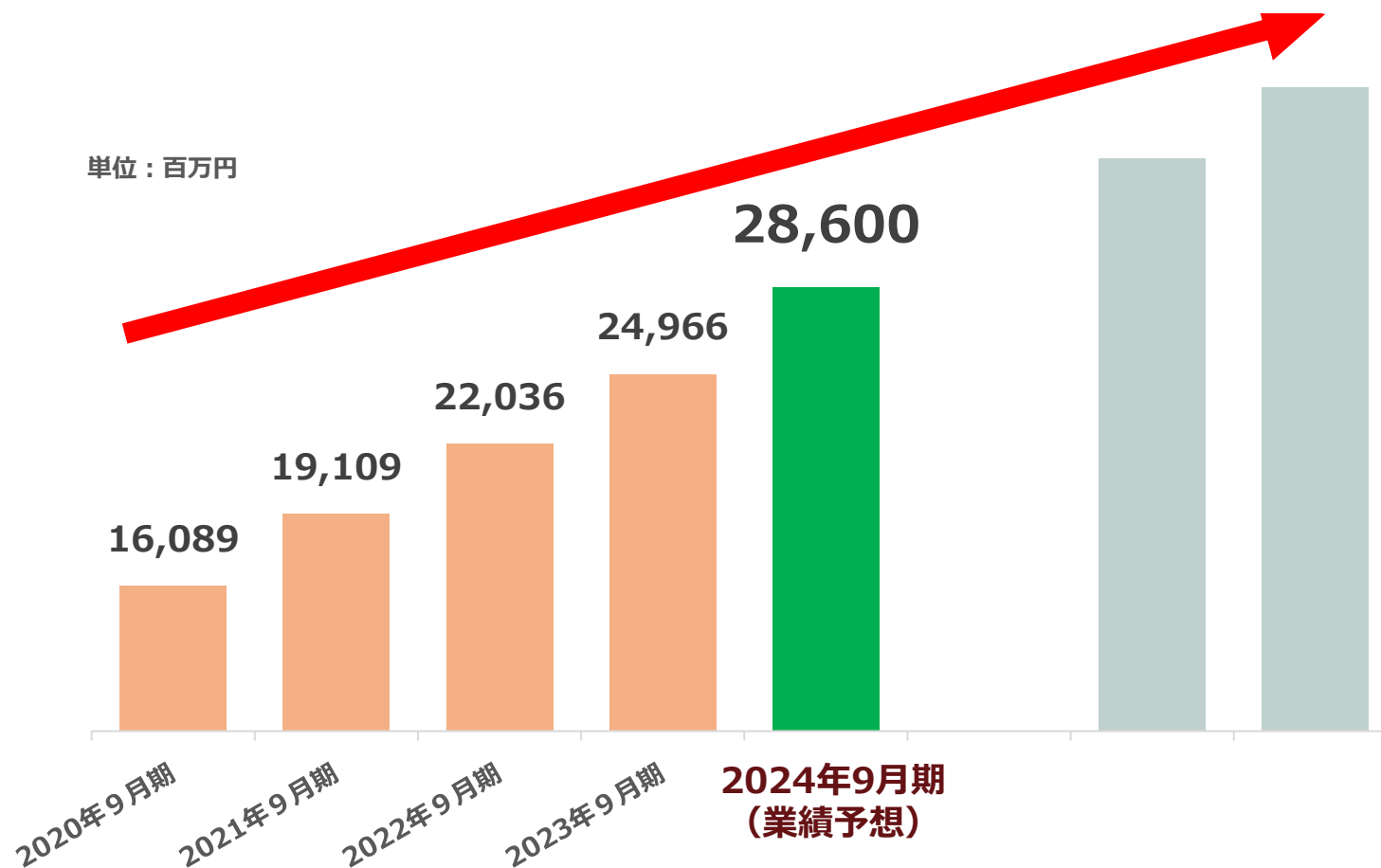
生産者開拓を続け、生産者の登録数と出品数を拡大させます

3

「ユーザビリティ」の向上

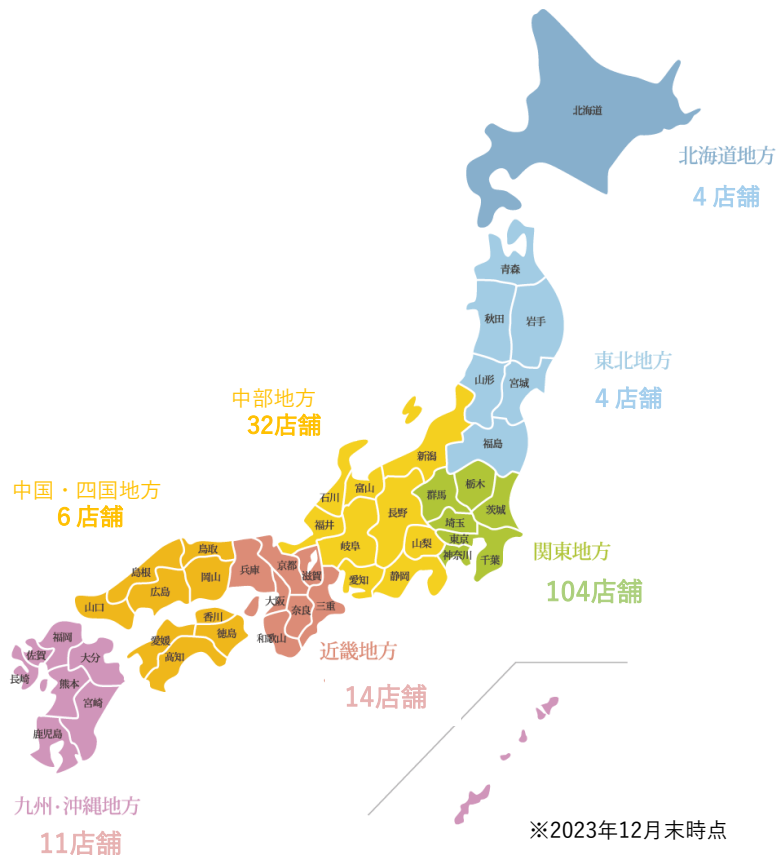
生産者の売上向上に貢献できる情報提供ツールに磨きをかけます

成長戦略の考え方に基づき店舗数と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



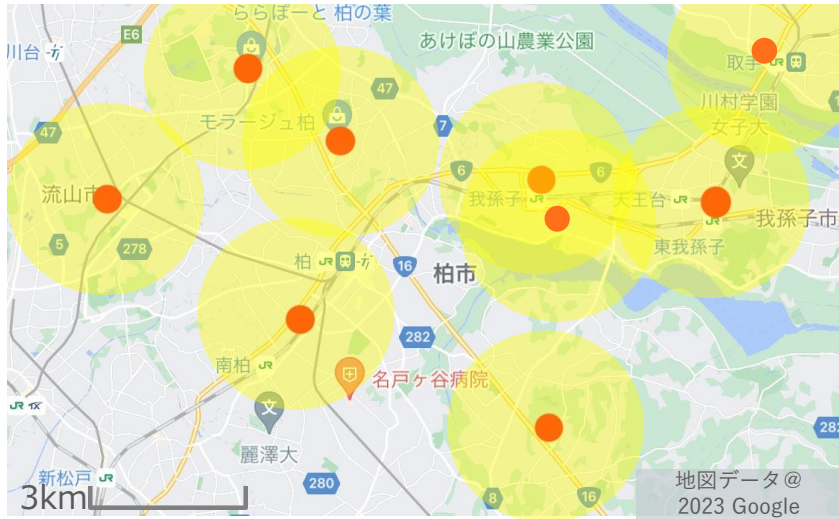
未出店の地域でも積極的に出店を行うことが可能



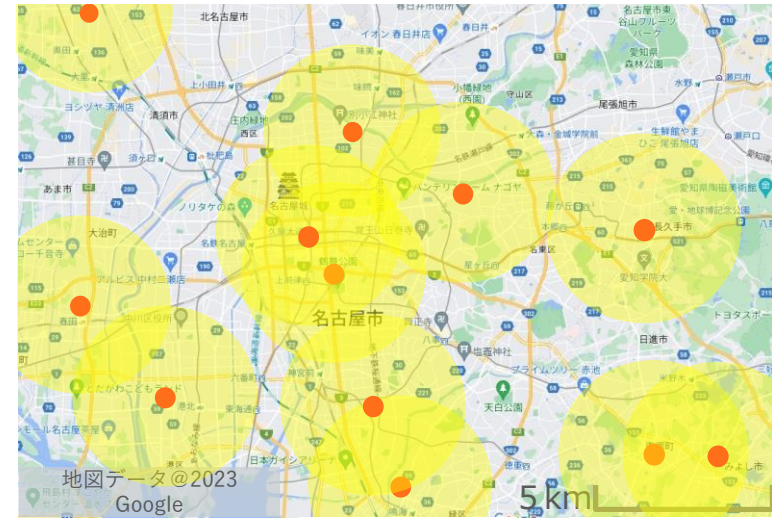
出店済みエリアと未出店エリアに並行して出店

地域ドミナントの深化（場の拡大）

出店数の増加によりドミナントエリアを拡大



- ・天王台店 (1994年5月オープン)
- ・イオン柏店 (2010年10月オープン)
- ・モラージュ柏店 (2010年11月オープン)
- ・ららぽーと柏の葉店 (2013年4月オープン)
- ・あびこショッピングプラザ店 (2015年10月オープン)
- ・セブンパークアリオ柏店 (2016年4月オープン)
- ・流山おおたかの森S・C店 (2021年3月オープン)
- ・アビイクオーレ店 (2022年10月オープン)
- ・アトレ取手店 (2023年4月オープン)



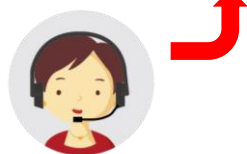
- ・イオンモール新瑞橋店 (2016年10月オープン)
- ・なるぱーく店 (2017年4月オープン)
- ・イオンタウン千種店 (2017年11月オープン)
- ・リーフウォーク稲沢店 (2019年12月オープン)
- ・ヨシツヤ JR蟹江駅前店 (2020年3月オープン)
- ・イオン三好店 (2020年5月オープン)
- ・ららぽーと愛知東郷店 (2022年7月オープン)
- ・アピタ千代田橋店 (2022年11月オープン)
- ・ポートウォークみなと店 (2023年2月オープン)
- ・アピタ名古屋北店 (2023年4月オープン)
- ・イオンモール長久手店 (2023年4月オープン)
- ・セントラルパーク (2023年8月オープン)
- ・ららぽーと名古屋みなとアスクル (2023年12月オープン)

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
【現在約16名】

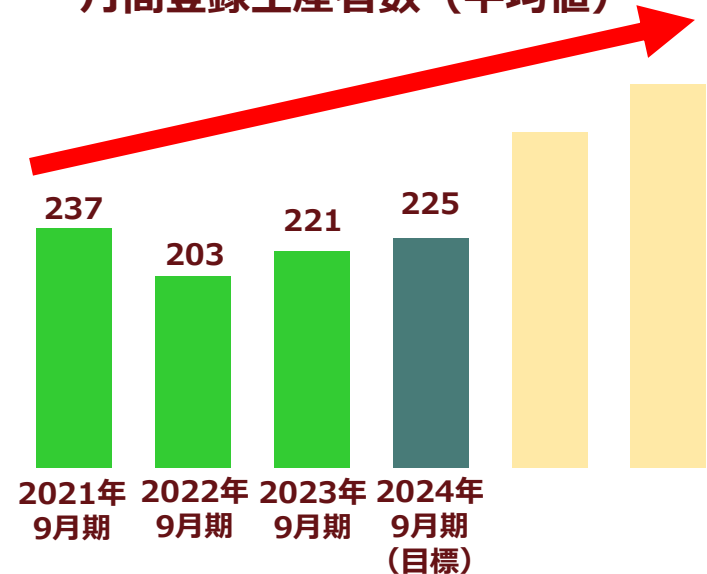


コールセンター
【現在約50名】



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

月間登録生産者数（平均値）

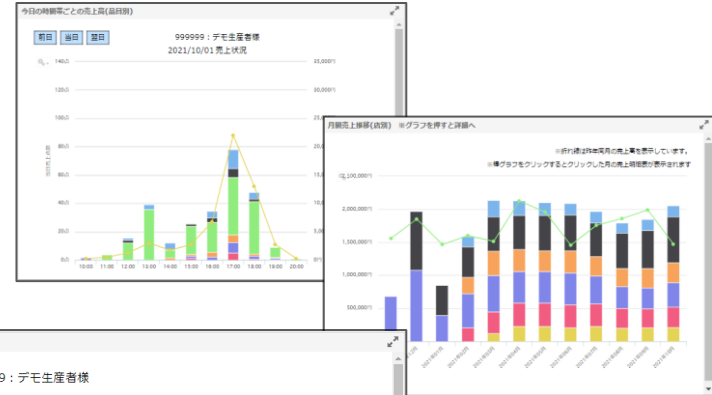


生産者のDXを実現した情報提供ツールを更に洗練

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

3 どの店舗で何が/いくらで
売れているかが分かる



今日の店舗売上詳細(月別～日別) ※数字を押すと詳細へ

999999: デモ生産者様
2021/09/27 ~ 2021/10/03 店舗別週間売上

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	単価別
合計		売上金 74,109 売上点数 195 平均単価 380	71,140 188 378	5,971 15 398	6,971 15 465	66,923 217 308	53,626 197 272	65,619 195 337		
00030	店舗C	30,016 64 469	21,507 57 377	0 0 0	0 0 0	22,964 60 383	16,185 73 222	17,356 60 289		
00040	店舗D	12,796 33 388	10,952 39 281	0 0 0	0 0 0	11,706 45 260	10,788 31 348	12,431 31 401		

生産者WEBサイト

999999: デモ生産者様

お知らせ 日報情報 支払情報

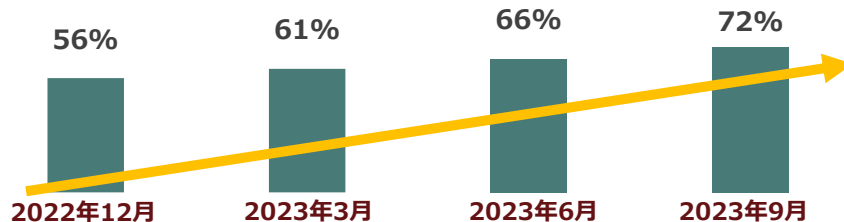
2021年10月1日(金)売上情報

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

※情報分析のサポートを通じて
利用率の向上を進めます

情報ツールの利用率





3. 当社の強み

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

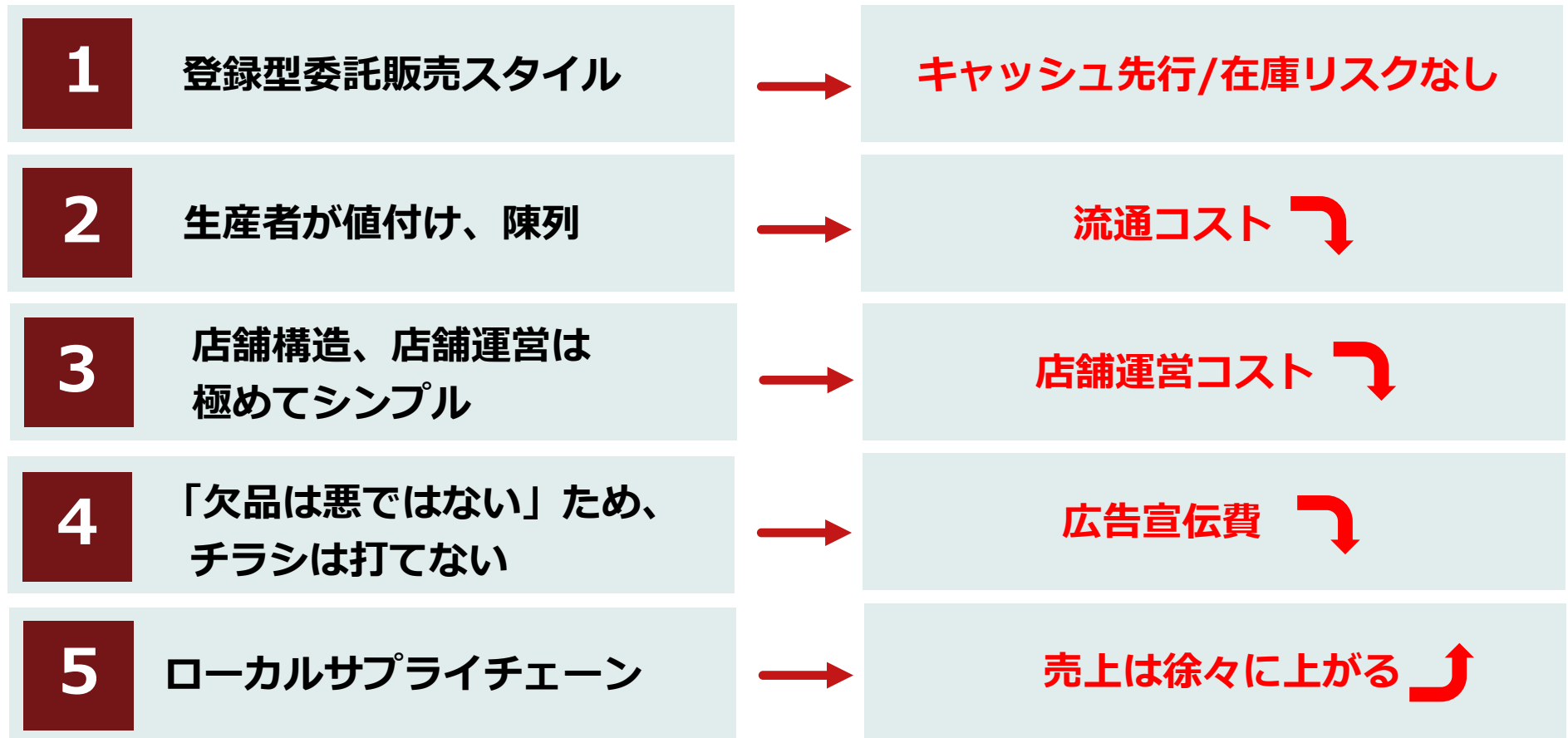
スーパーでは手に入らない商品が手に入る



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「小売の常識」を覆すオペレーションを実現

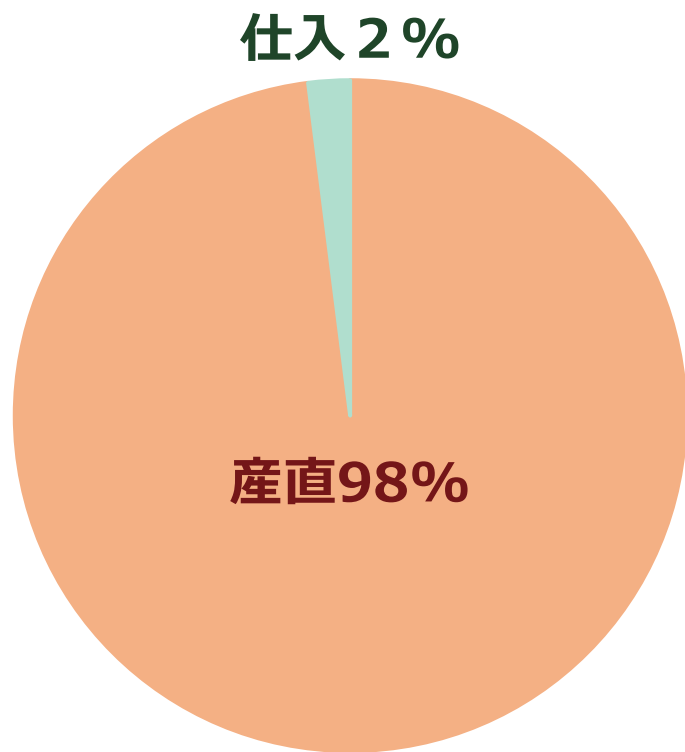


シンプルな店舗運営が生むローコストオペレーション

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



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)

= ▲12.8日

※2023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

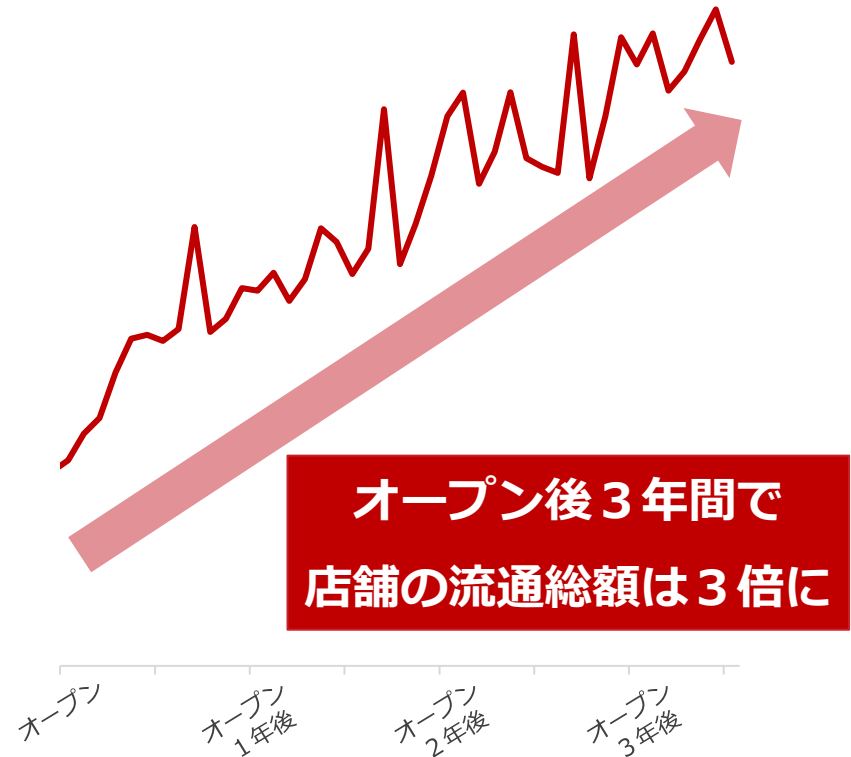
2023年9月期の店頭で消費者に販売された商品（金額）の内訳

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

生産者の拡大余地は大きい

わくわく広場の登録生産者（2023年9月期末時点）

28,615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）

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	店舗に納品
価格決定権	× なし	◎ あり
手取率	約40%	約75%

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)



※2023年9月末時点で142団体と提携

～活動の様子～





5 .Appendix

ローアセットの出店とローコストの運営により店舗毎で単月黒字化を早期に実現

【各事業年度にオープンした新店舗の投資回収率（2023年12月末時点）】

	2019年9月期 開店店舗	2020年9月期 開店店舗	2021年9月期 開店店舗	2022年9月期 開店店舗	2023年9月期 開店店舗
出店店舗数	5店舗	14店舗	10店舗	25店舗	39店舗
平均回収期間 ※	21ヶ月	23ヶ月	13ヶ月	18ヶ月	31ヶ月

※：該当する期に出店した店舗の投資金額（転用可能な物品を除く）を、該当期中に出店した店舗の営業キャッシュ（営業利益＋減価償却費）により回収完了（予定含む）した時点での店舗平均回収期間。

営業キャッシュは期末時点の数値を使用しており、オープンから間もない店舗は本格的な稼働前のため予定回収期間が長くなる傾向あり。

主要経営指標①

名称	2020/9期 通期実績	2021/9期 通期実績	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績
総資本経常利益率	9.12%	13.62%	13.58%	12.74%
総資本回転率（流通総額ベース）	3.7	4.0	3.3	3.3
流通総額経常利益率	2.4%	3.4%	4.1%	3.9%
1株当たり純利益高	66.1	138.1	93.2	87.5
自己資本当期純利益率	—	1788.9%	26.2%	21.2%
自己資本構成比率	—	0.7%	26.8%	29.8%
流通総額増加率	108.8%	118.8%	115.3%	113.3%
経常利益高増加率	271.7%	166.2%	140.3%	106.9%
流通総額営業総利益率	27.05%	26.32%	27.35%	27.48%

主要経営指標②

名称	2020/9期 通期実績	2021/9期 通期実績	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績
PBR（株価純資産倍率）	—	—	4.97倍	3.14倍
損益分岐点売上高比率	83.5%	75.9%	71.3%	73.3%
売場販売効率	1,457千円	1,655千円	1,376千円	1,432千円
労働分配率	22.4%	34.2%	42.9%	39.6%
労働生産性	2,741万円	2,968万円	3,303万円	3,067万円
従業員1人当り売場面積	18.8坪	17.9坪	24.0坪	21.2坪
坪あたり営業利益高	37千円	60千円	60千円	57千円

当社のリスク・課題について

以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。

その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
衛生管理 (食の安全性)	生産者の納品した商品が原因で消費者の健康被害が発生する可能性	低	大	生産者への啓蒙活動に加え、当社従業員による商品チェックや売場の温度管理、売場管理マニュアルの徹底・教育等により消費者に問題のある商品が販売されない様、努めております。
環境の変化	天候や市況の変動により農産物の販売価格や納品量が変化する	中	中	特定の地域、特定の生産者に頼ることなく幅広い地域で多くの生産者と多様な商品を集め、事業エリアと商品構成のバランスを取り、発生時の影響度の低下を図って参ります。
ユーザー (生産者)	フードデリバリー等で生産者が出品に関して多様な選択肢を持つ	中	中	専属スタッフにより新たな生産者を開拓し続けると共に出品数や出品頻度の自由度と柔軟なサービスによる大量出品可能な環境を整え、他の選択肢に対する優位性を維持して参ります。
市場の変化	消費者の嗜好や需要の変化による生産者にとっての当社ブランド価値の低下	低	小	生産者の獲得を強化すると共に多様な商品とその特徴を消費者に訴求し続け、消費者の支持を受ける商品及び生産者を獲得し続けます。
人材確保	新規出店スピードに対応する店舗運営スタッフ及び生産者開拓要員が採用できない	中	中	「地元の人の商品を、地元の人が、地元の人に売る」ことを目指し、地元のパートタイム従業員から契約社員・地域限定正社員への登用を推進してまいります。
店舗の出店	新規出店した店舗実績が事前調査と分析に基づく生産者開拓と消費者集客の計画と乖離する	中	中	周辺の生産者の分布状況、商圈人口、賃料等を総合的に分析する精度を高めるため、継続的に分析項目とその結果に対する検証を継続してまいります。

- 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。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。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ますので、当社として、必ずしも達成を約束するものではありませんが、事業計画を見直した場合など、記載内容に重要な変更が生じた場合には、速やかにその内容について開示いたします。
- 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。
- 事業計画及び成長可能性に関する事項のアップデートは各事業年度ごとに、本決算後12月頃迄を目途として開示を行う予定です。