TAKAYOSHI

株式会社タカヨシホールディングス

2026年９月期 通期決算説明資料
並びに
事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年11月10日





1.2026年９月期
通期決算ハイライト

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

業績サマリー（通期連結累計期間）

	前年同期比	業績予想達成率 ※修正後業績予想比較
営業収益		
8,099百万円	+1.5%	100.0%
営業利益		
777百万円	△14.9%	100.9%

営業収益は上回ったものの、営業利益は下回る結果となった

主要な経営指標（KPI）

流通総額	店舗数	登録生産者数
25,985百万円	191店舗	36,115件
（前年同期比△3.3%）	（前期末より9店舗増）	（前期末より2,209件増）

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

通期業績は、営業収益が計画を上回るも、利益面では減益

新規出店数が当初計画を上回ったことに加え、既存店舗の改装を積極的に推進したことなどにより、営業収益は業績予想（2025年11月10日開示）を上回った。一方、既存店舗の改装、物流センターの新設、野菜包装機の導入など、今後の成長に向けた基盤整備に伴う費用が発生したことに加え、人件費等が増加したことから、営業利益は業績予想を下回る結果となった。

（単位：百万円）

	2025/9期 通期実績	2026/9期 通期実績	通期業績予想（2025年11月10日開示）	通期業績予想（2026年11月9日開示）	達成率
流通総額	26,871	25,985	26,200	26,200	99.2%
営業収益	7,982	8,099	7,800	8,100	100.0%
営業利益	912	777	1,000	770	100.9%
経常利益	906	786	970	780	100.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	401	327	520	320	102.2%

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

PL前期比較

（単位：百万円）

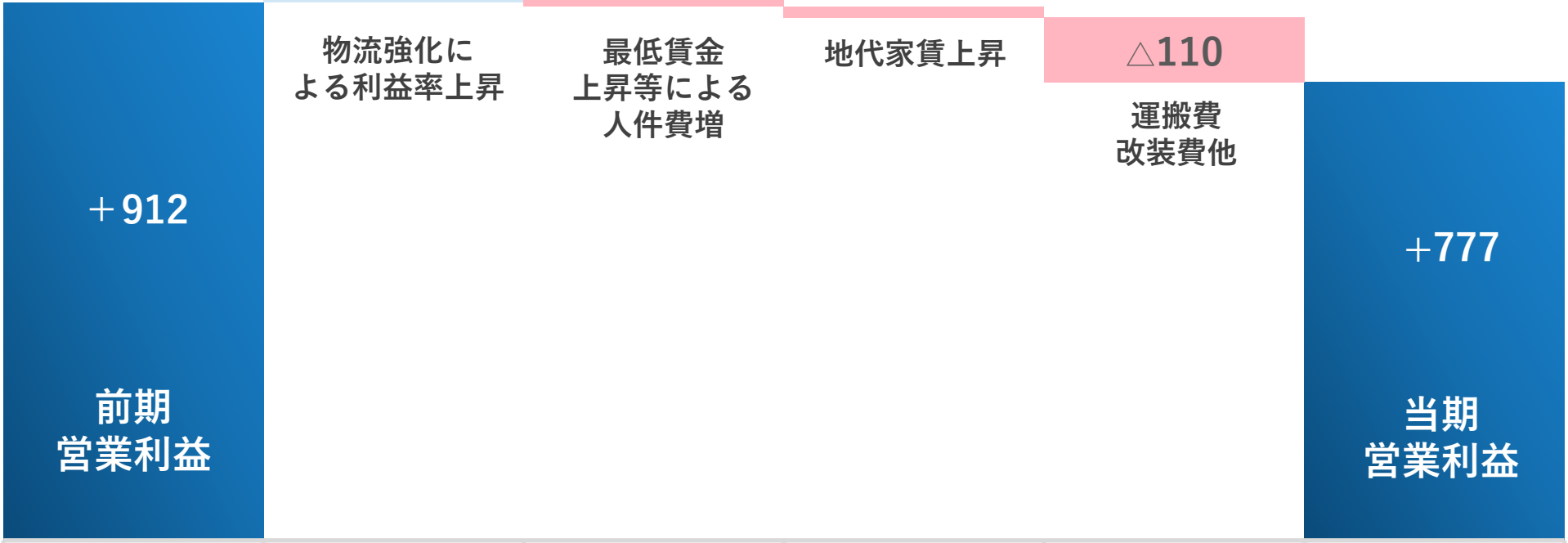
	2025/9期 通期実績	2026/9期 通期実績	増減	変動率	主な理由
流通総額	26,871	25,985	△886	△3.3%	
営業収益	7,982	8,099	+117	+1.5%	新店オープン・改装による売上増
売上総利益	7,311	7,404	+93	+1.3%	
売上総利益率 （流通総額ベース）	27.2%	28.5%	+1.3pt		
販管費合計	6,619	6,832	+213	3.2%	賃上げによる人件費の増加 物流強化による運搬費の増加 店舗改装費用の増加
営業利益	912	777	△135	△14.8%	販管費の増加
営業利益率 （流通総額ベース）	3.4%	3.0%	△0.4%		
経常利益	906	786	△120	-13.2%	
税引前当期純利益	704	572	△132	-18.7%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	401	327	△74	-18.5%	閉店に伴う特別損失の計上等

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

営業利益の増減要因

将来の成長を見据え、既存店舗の改装、物流センターの新設、野菜包装機の導入など、事業基盤の強化を積極的に推進。これらに伴う費用や人件費等の増加が先行し、営業利益は前期を下回る

（単位：百万円）

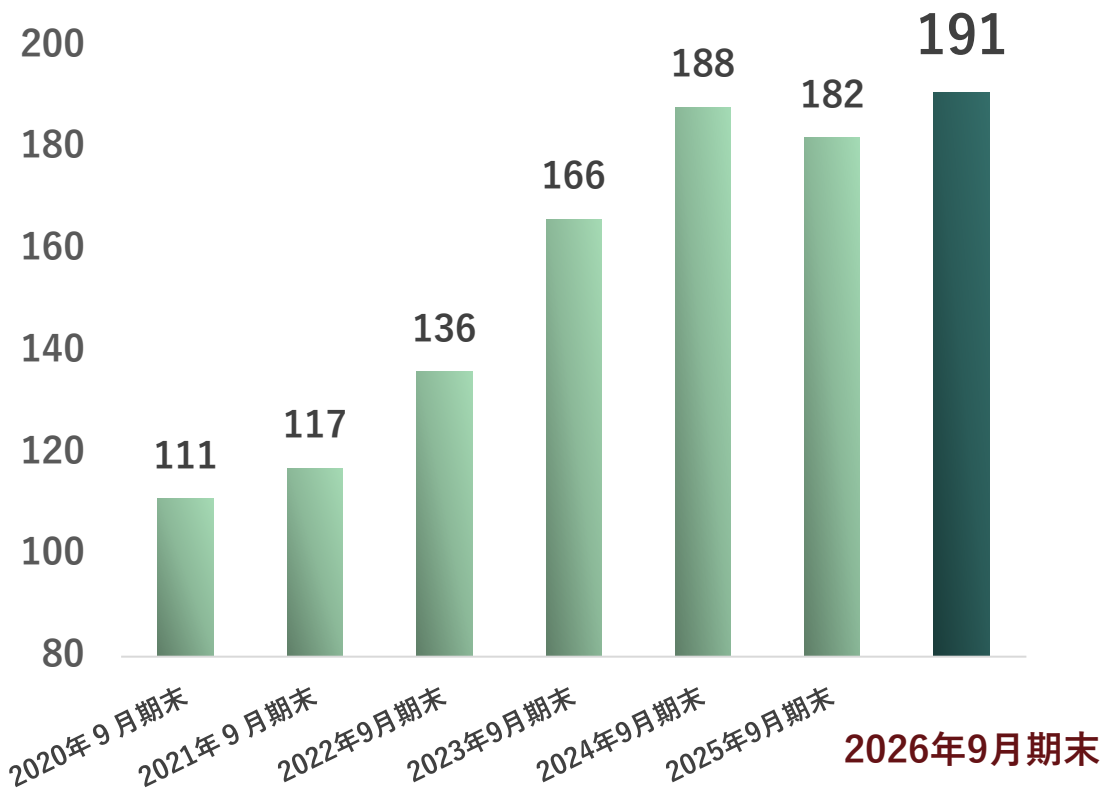


Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

店舗数の推移

今期は31店舗を新たに出店し、不採算店舗の整理も含めた閉店を実施

（単位：店）



地域	当期 出店数	当期 閉店数	店舗数
北海道	1店舗	1店舗	3店舗
東北地方	ー	ー	3店舗
関東地方	27店舗	19店舗	115店舗
中部地方	3店舗	2店舗	34店舗
近畿地方	ー	ー	18店舗
中国・四国 地方	ー	ー	8店舗
九州地方	ー	ー	10店舗
合計	31店舗	22店舗	191店舗

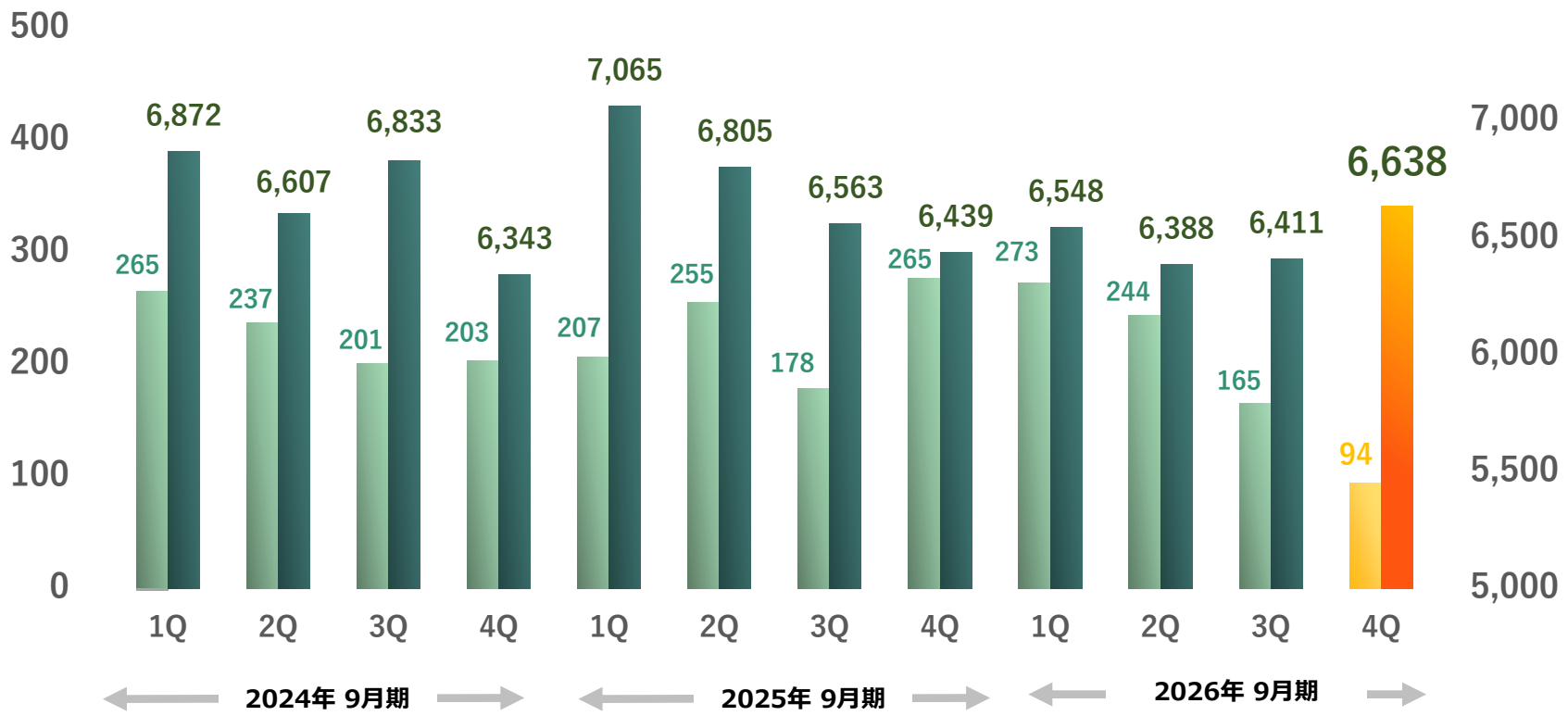
2026年9月期 通期実績	2026年9月期 達成目標	達成率
31店	30店	103%

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

四半期ごとの流通総額と営業利益の推移

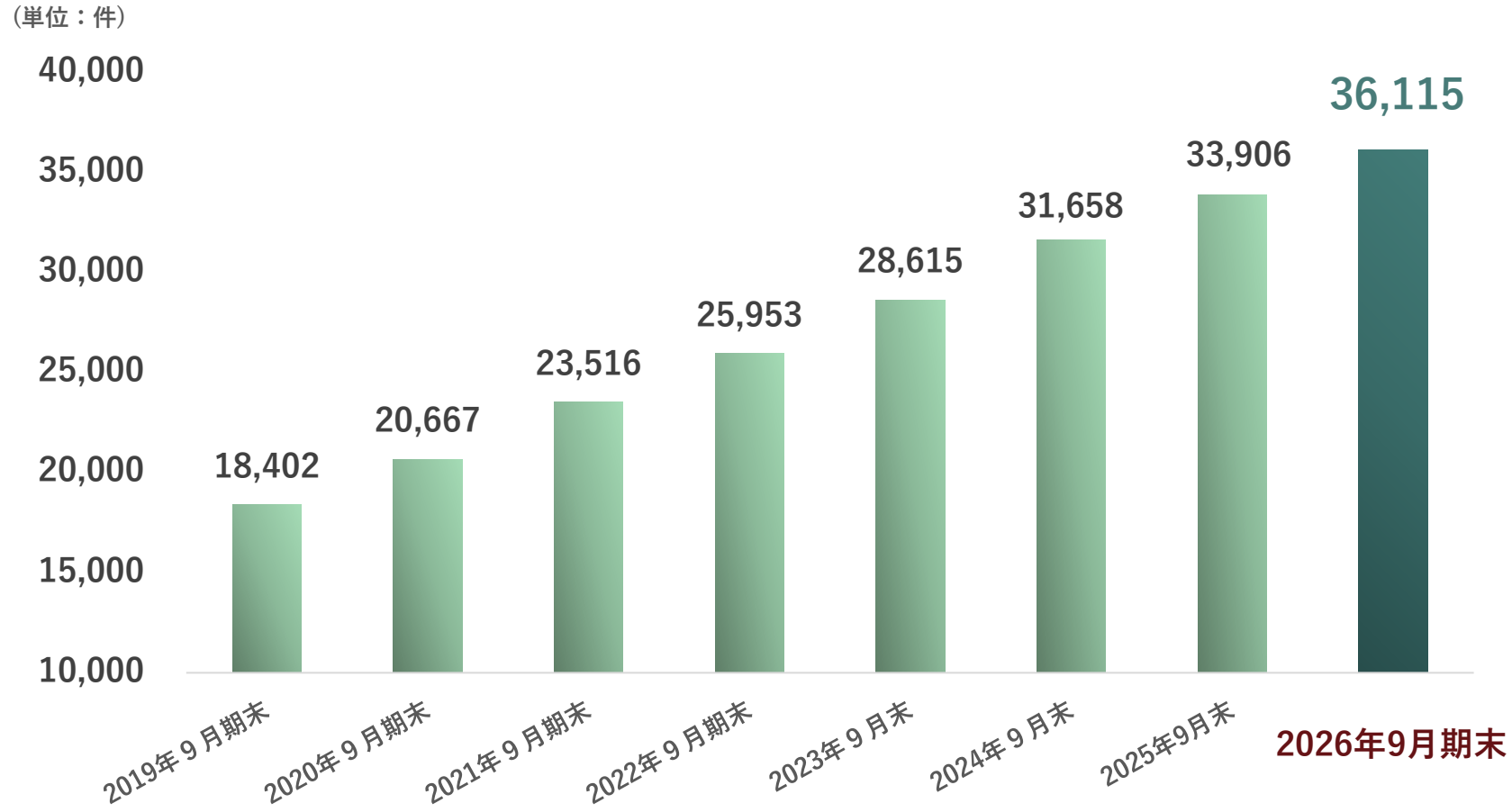
営業利益（左グラフ）
単位：百万円

流通総額（右グラフ）
単位：百万円



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

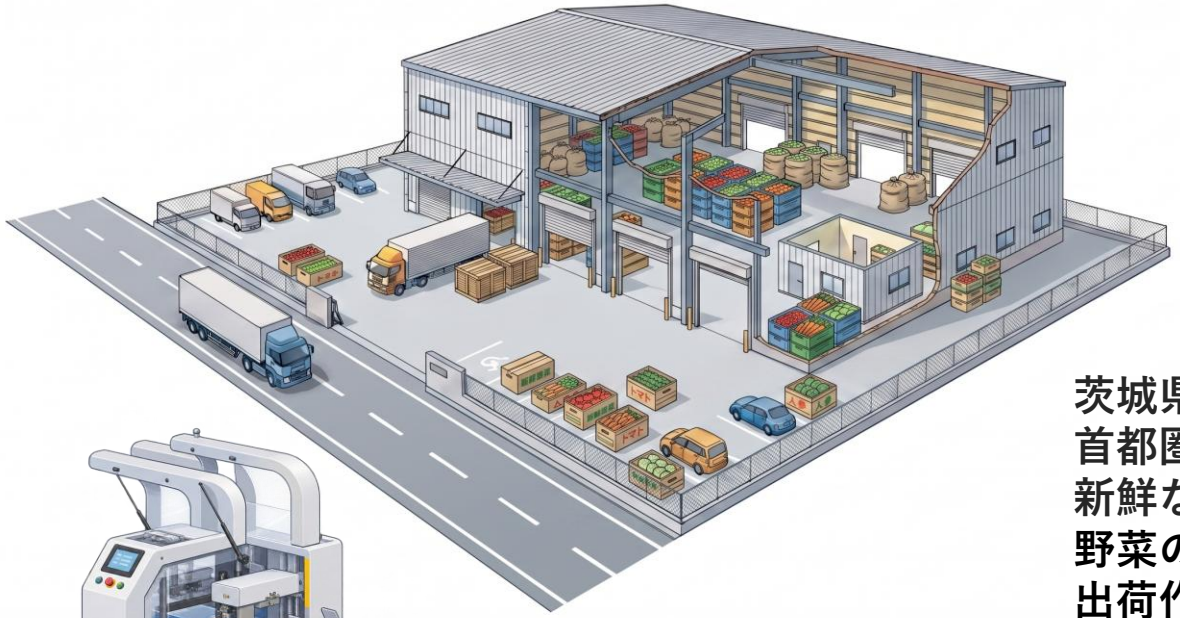
物流センターの新設に合わせた新規生産者開拓も順調に実施



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

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

関東エリアの供給基盤強化に向け、物流センターを新設





茨城県下妻市に物流拠点を新設し、
首都圏を含む関東エリアの店舗へ
新鮮な農産物を安定的に供給する体制を強化。
野菜の梱包機も導入し、
出荷作業の省力化・効率化を推進することで、
物流機能のさらなる強化を図る。

所在地	茨城県下妻市高道祖60番地47
取扱品目	野菜・果物等

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

既存店の活性化、魅力ある売り場への改装を実施

121店舗

今期改装を行った店舗数

約3%

改装実施店舗の日販増加率





Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.



2.2027年９月期の見通し

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

プラットフォーム成長の鍵は「場」と「ユーザー」の拡大

店舗数 ↑ × 出品生産者数 ↑ ＝ 流通総額 ↑

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

客数 × 客単価 ＝ 流通総額

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

「深化による価値創造」

1 お客様への価値創造

2 生産者への価値創造

3 企業としての価値創造

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

成長と収益性の向上に向けた3つの重点施策

01 出店の再加速

・出店の質の向上
・商業施設への継続的な出店

02 生産者向け物流センターの新たな取り組み

・物流センターの拡大（新たな生産者の獲得強化）
・野菜包装機の拡充

03 継続した業務効率の追求

・AIツールを活用した業務効率化

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

2027年９月期業績予想

	2026/9期 通期実績	2027/9期 通期目標	変動率
流通総額（百万円）	25,985	26,600	+2.4%
営業収益	8,099	8,400	+3.7%
営業利益	777	950	+22.2%
経常利益	786	940	+19.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	327	510	+55.9%
新規出店数（店）	31	20	△11店舗

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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

※2026年9月期の実績等は６ページにて詳細をご確認ください。

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

※2026年9月期の実績等は8ページにて詳細をご確認ください。

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

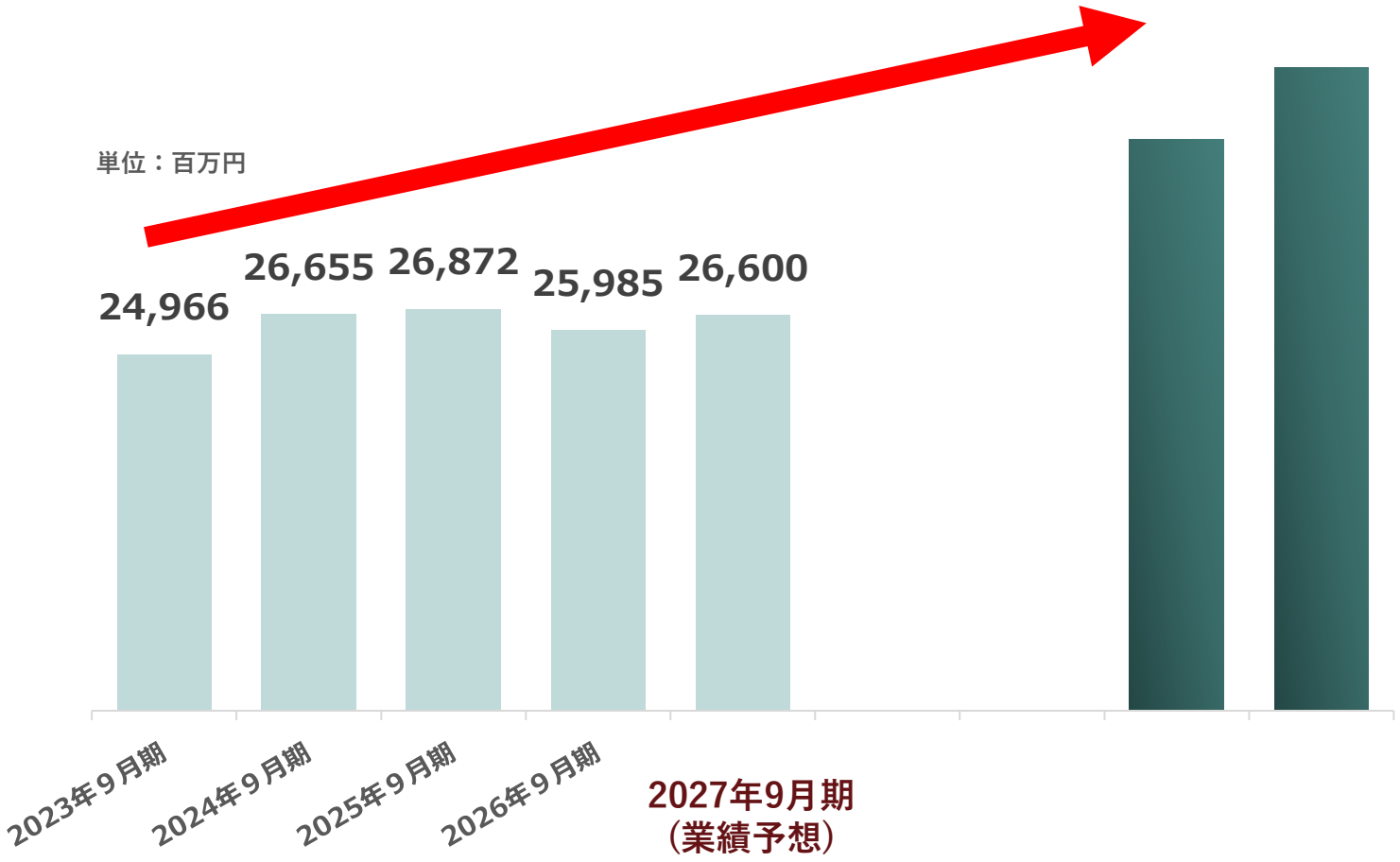
※2026年9月期の実績等は20ページにて詳細をご確認ください。

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

事業規模の拡大

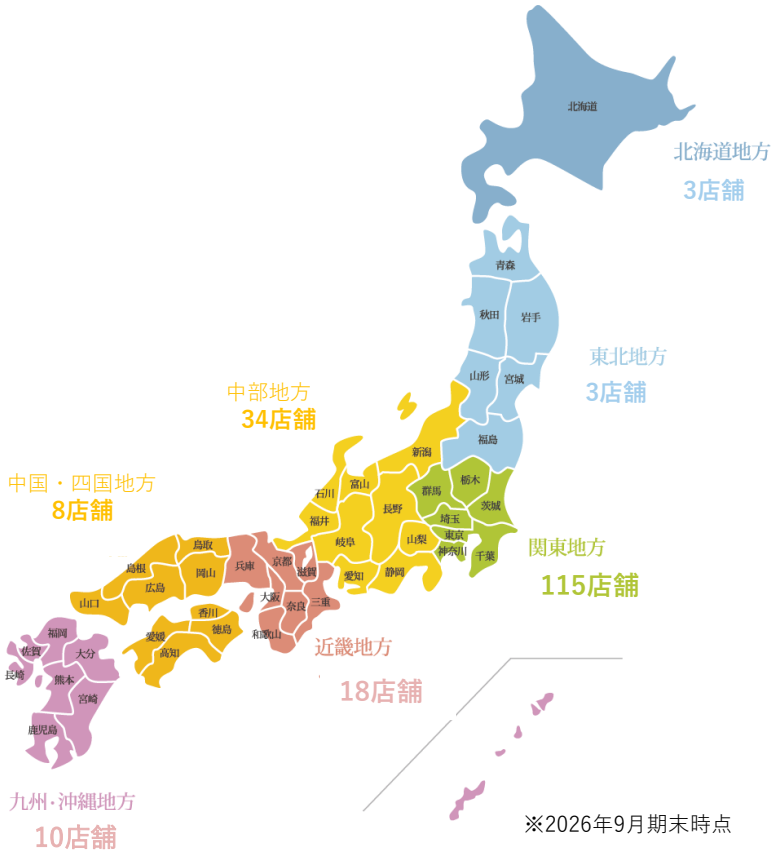
成長戦略の考え方に基づき店舗数と生産者数の掛け算で流通総額を増加

・既存店の改装や売り場の見直しを行い、売場効率を図り既存店の活性化！



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

“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



※2026年9月期末時点

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

56期より出店戦略を見直し、集合住宅や住宅街と密接した小商圏を捉えた出店に挑戦

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

ドミナント化の事例



- 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（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）
- アビイクオーレ店（2022年12月オープン）
- アトレ取手店（2023年4月オープン）

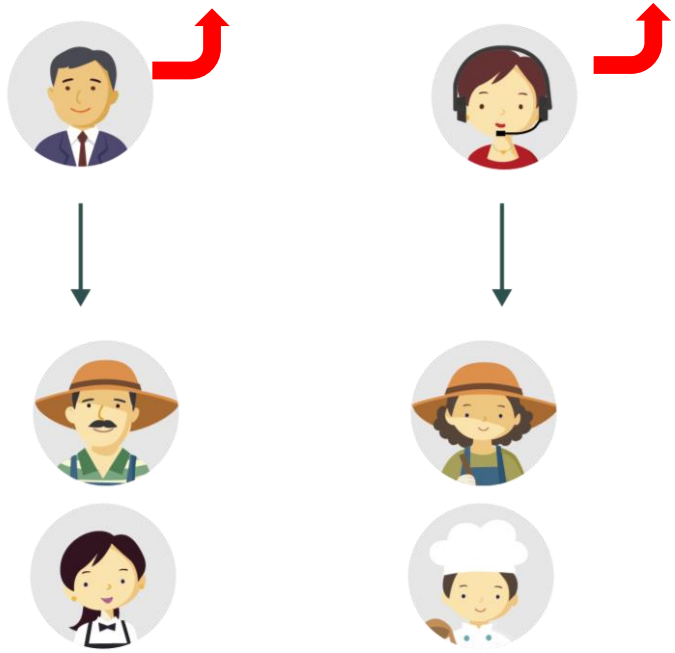
- 新たなドミナントエリアの拡大を推進

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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15名】

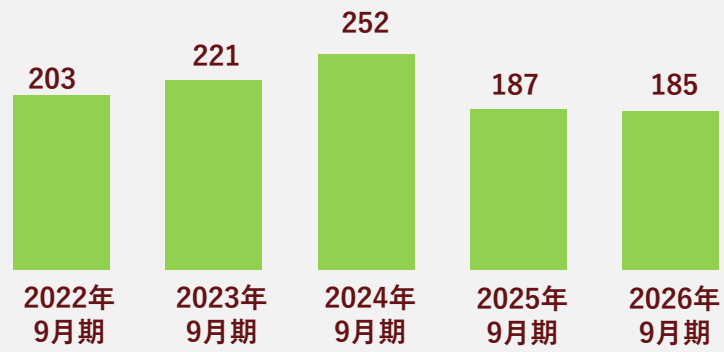
コールセンター
【現在約50名】



・ITツールを導入した
新規の生産者開拓の効率化を実施

・物流改革による、流通日数の短縮

月間登録生産者数（平均値）



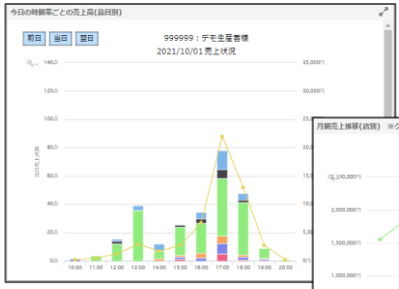
Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

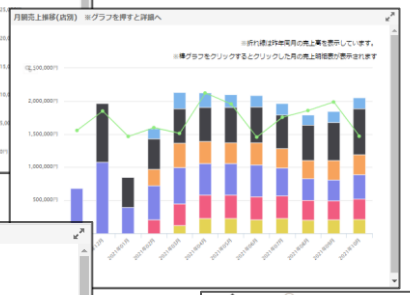
生産者のDXを実現した情報提供ツールを更に洗練

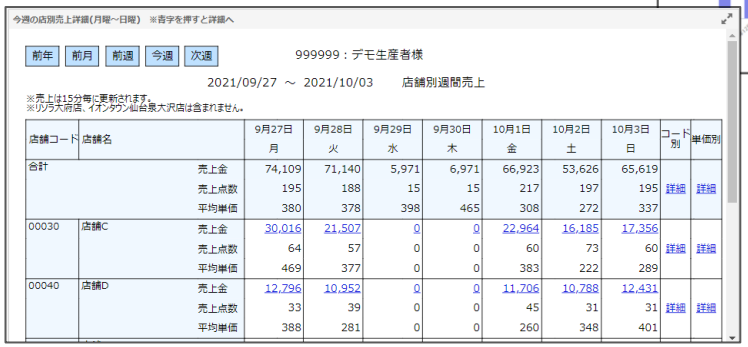
1 いつ/何が/いくつ売れているか確認できる

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







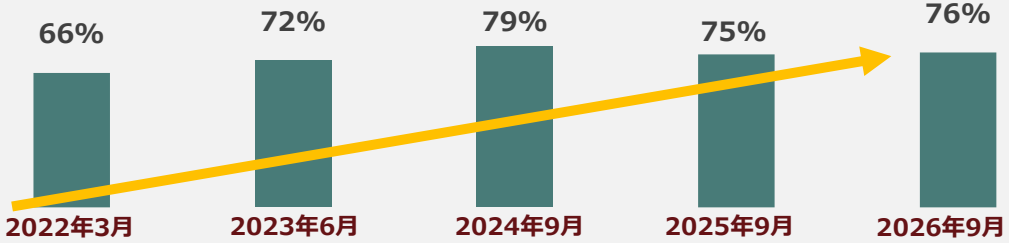
店舗コード	店舗名		9月27日 月	9月28日 火	9月29日 水	9月30日 木	10月1日 金	10月2日 土	10月3日 日	コード別	単価別
合計		売上金	74,109	71,140	5,971	6,971	66,923	53,626	65,619		
		売上点数	195	188	15	15	217	197	195	詳細	詳細
		平均単価	380	378	398	465	308	272	337		
00030	店舗C	売上金	30,016	21,507	0	0	22,964	16,185	17,356		
		売上点数	64	57	0	0	60	73	60	詳細	詳細
		平均単価	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		



店舗名	売上金		
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



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.



3.会社概要・事業の特徴

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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　髙品 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	2,763名（2026年９月末時点、パートタイム含む）（正社員・契約社員67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） 2024年　持株会社体制へ移行 株式会社タカヨシホールディングスへ商号変更

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

「地域を結ぶ直売広場」



→　店舗紹介動画（約10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

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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



❶ 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

❷ 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納品・値付け・陳列

❸ 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

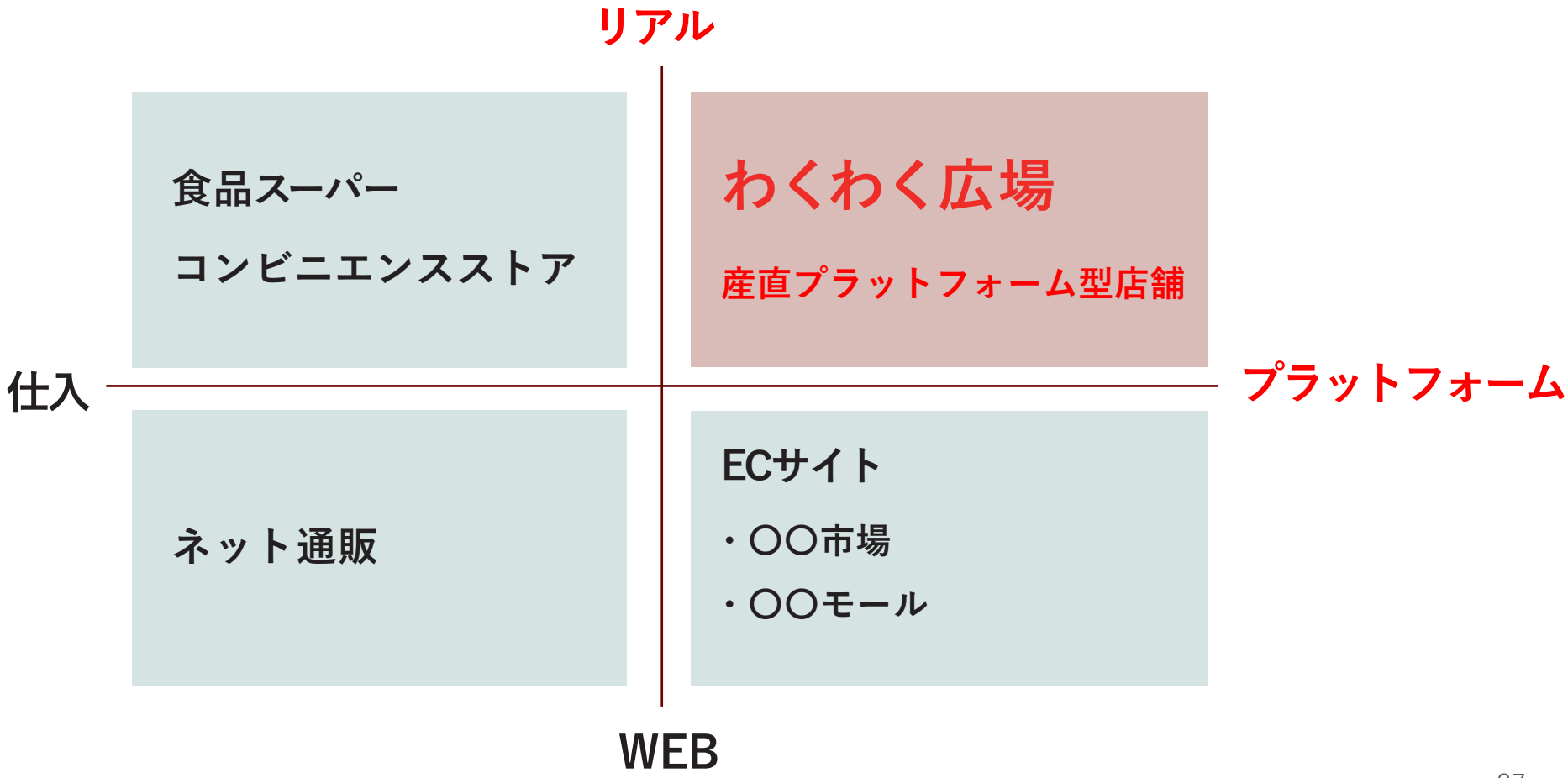
❹ 生産者へは、お客様が買われた商品の分のみを翌月当社からお支払い

❺ 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）

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

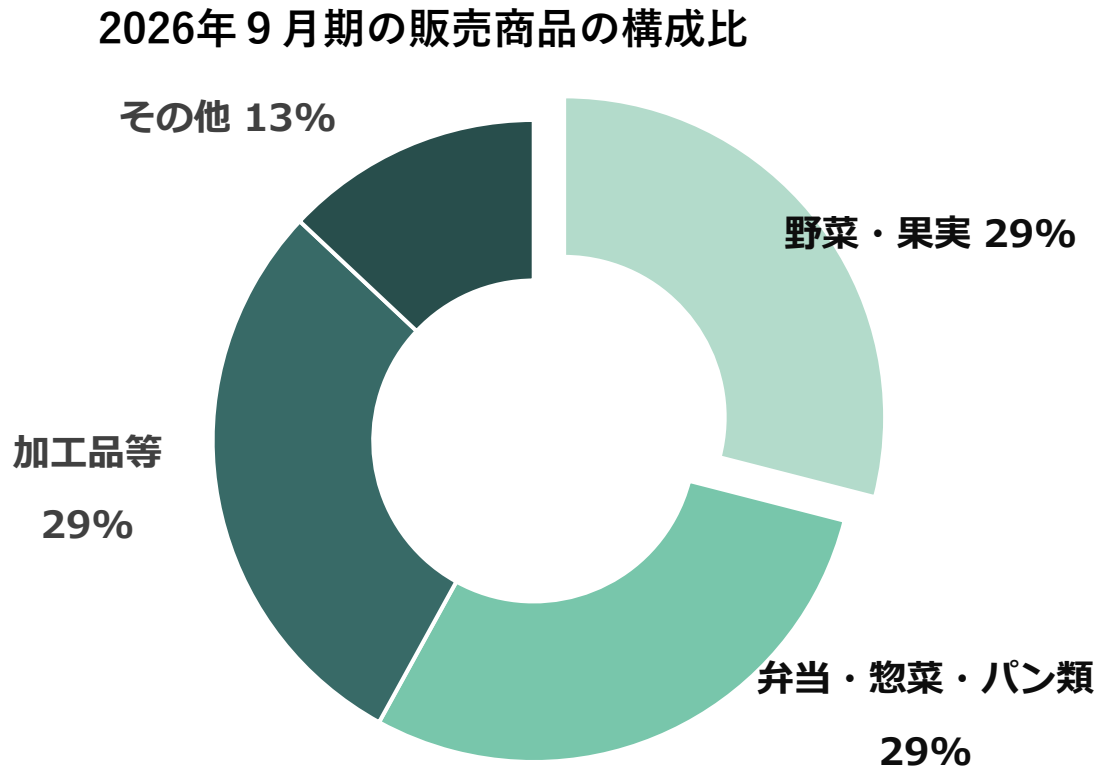
わくわく広場は、小売業ではなく、

“リアル×プラットフォーム”のサービス業



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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”



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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・・・



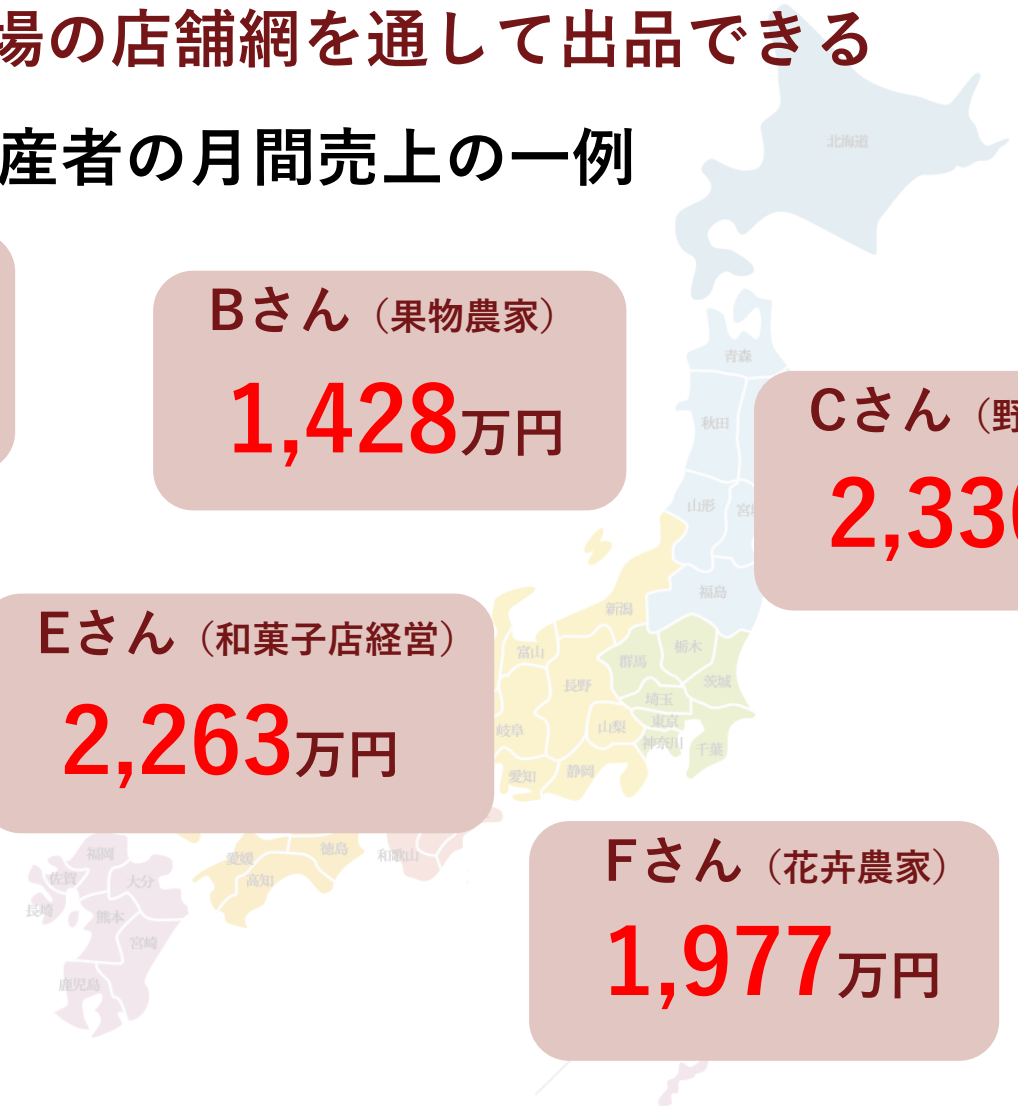
生産者登録に際して、**登録料・保証料・年会費は不要**

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**

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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）
3,072万円

Bさん（果物農家）
1,428万円

Cさん（野菜農家）
2,330万円

Dさん（加工食品業）
1,626万円

Eさん（和菓子店経営）
2,263万円

Fさん（花卉農家）
1,977万円

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

タカヨシ流のキャッシュリッチモデル

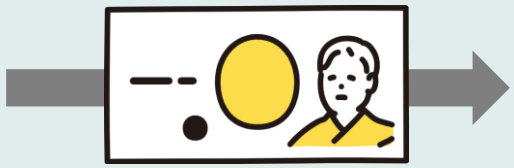


“企業から個人への販売や、企業間、個人間取引などの形態がある。アマゾンは自ら商品を販売する以外に、「アマゾン・マーケットプレイス」として外部の出品者にも売り場を提供。米国で2000年からサービスを始め、日本では02年に開始した。出品者にとっては、アマゾンの販売商品と並んでサイト上に表示されたり、代金回収を代行してもらったりするメリットがある。”

出典：共同通信社 共同通信ニュース用語解説

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

～タカヨシ流のマーケットプレイスの特徴～



売上代金を先にお預かりし
手数料を差し引いた金額を
生産者に支払う

登録制の委託販売方式であり
販売代金を一旦当社が受取るしくみ



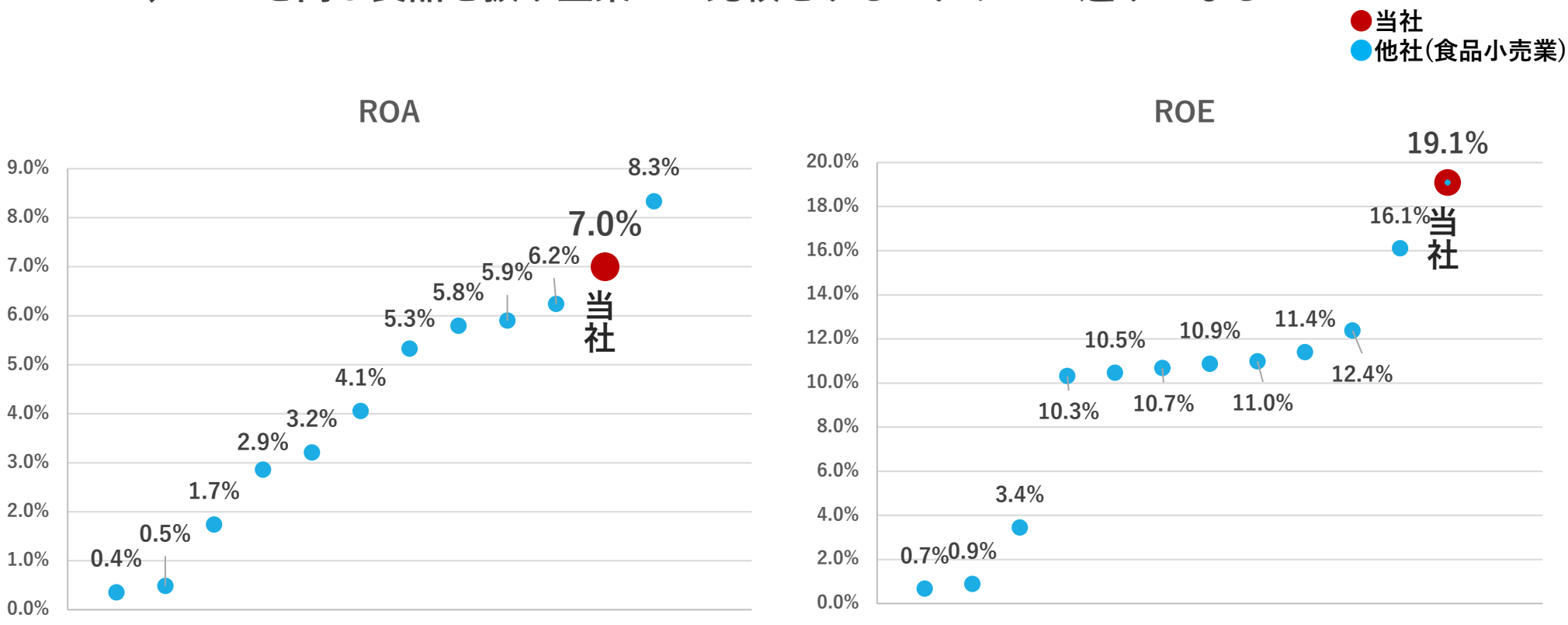
先行投資額が
少なく、かつ小さい

・在庫を持たず商品はすべて預かり
・出店投資額が小さく、投資回収が早い

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

直近決算期末の各社比較

当社特有のビジネスモデル(プラットフォーム)であるため、
ROA、ROEを同じ食品を扱う企業との比較をするとグラフの通りとなる



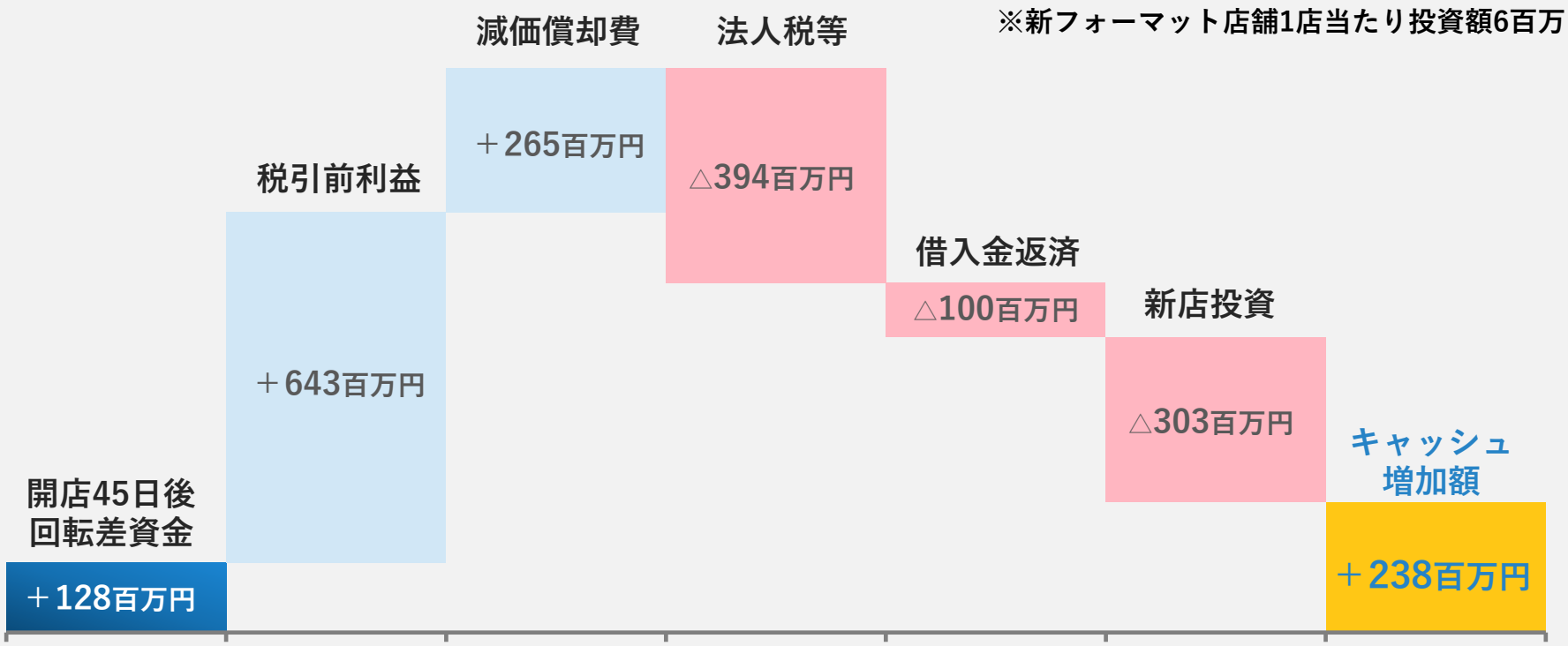
Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

キャッシュフローの強み

・1店当たりの投資額が小さい
・「営業キャッシュフロー＋回転差資金」で「投資＋税金」の支払いを賄える

【50店の新規出店をした場合】

「条件」※初年度店舗直接利益0円と仮定
※56期上期の数値の年換算で算出
※新フォーマット店舗1店当たり投資額6百万円と仮定



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.



4.Appendix

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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**

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

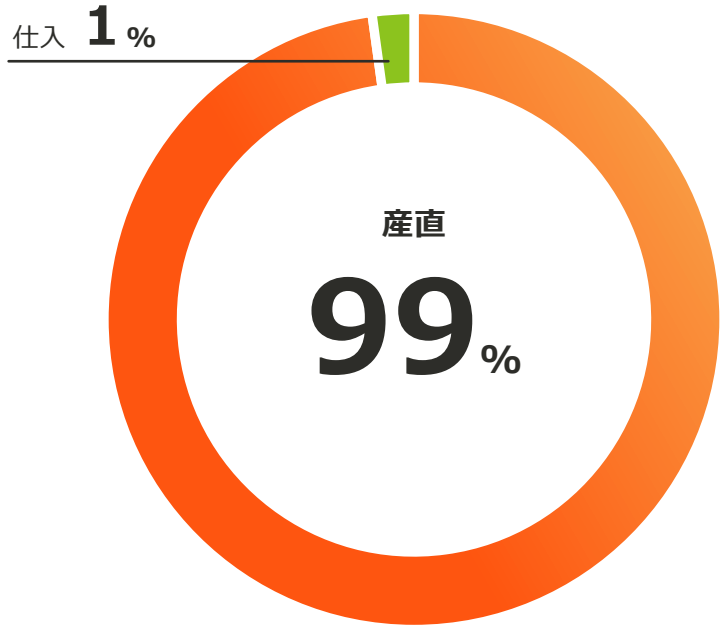
調達形態別構成比

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）

▲16.3日 ※1

2026年９月期の店頭で消費者に販売された商品（金額）の内訳



※1 2026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

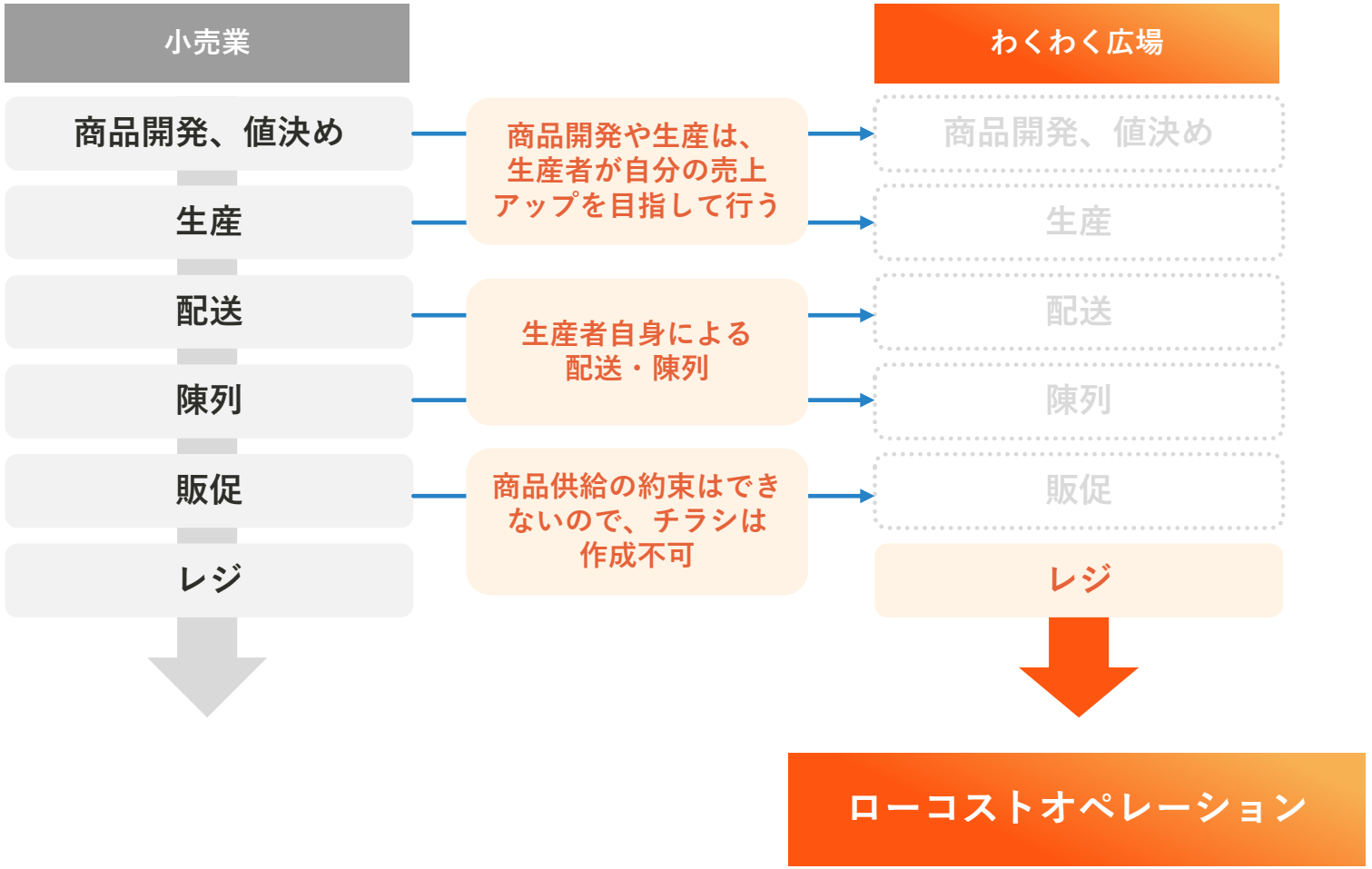
Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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

1	登録型委託販売スタイル	→	キャッシュ先行/在庫リスクなし
2	生産者が値付け、陳列	→	流通コスト ↘
3	店舗構造、店舗運営は極めてシンプル	→	店舗運営コスト ↘
4	「欠品は悪ではない」ため、チラシは打てない	→	広告宣伝費 ↘
5	ローカルサプライチェーン	→	売上は徐々に上がる ↗

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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



Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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

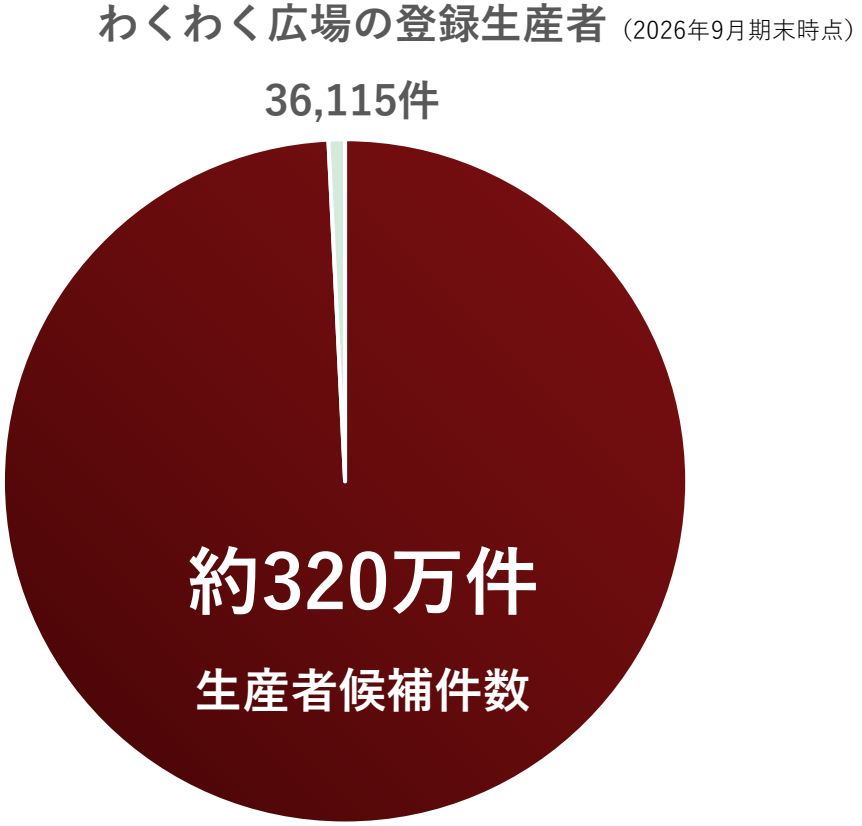


オープン後３年間で
店舗の流通総額は３倍に

※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

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

生産者の拡大余地は大きい



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）

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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%**

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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%

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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)

フードバンク FB埼玉

長くつ下の PiPPi食堂

特定非営利活動法人 シャイニング Shining

FOODBANK GIFU

ami ami seed

※2026年9月末時点で214団体と提携

～活動の様子～








Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

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、商圏人口、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ります。

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.

ディスクレーマー

- 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。

Copyright (c) TAKAYOSHI Holdings, INC. All Rights Reserved.