

Takihyo

株主通信 第112期 2022.3.1 > 2023.2.28



光の方へ タキヒヨー復活への第一歩

前期を振り返って

2023年2月期は、連結売上高618億円、連結営業利益9千4百万円となり、前期比で増収となり営業黒字化を果たしました。しかしながら、本業であるアパレル・テキスタイル事業では完全な復調とは言えず、特別損失を計上したために当期純利益の黒字回復には至りませんでした。もうあと一歩というところまでは来ているのですが、株主の皆さまのご期待に応えることができず、心苦しく思っています。

前期を振り返ると、コロナ禍が落ち着きを見せ、人々の生活が元に戻ろうとする一方で、それを妨げる

ように、世界情勢が不穏になり、あらゆる物の価格が高騰するなど、荒波に飲まれたかのような1年でした。本業の収益基盤の回復を目指しながら、このような厳しい環境への対応も求められる状況の中で、お取引先との丁寧な対話を重ね、一つひとつの商売を地道に積み上げることで、一定の成果を出せたと感じています。

その一方で、希望退職を募り、本社スペースの縮小、東京支店の移転、海外拠点の統廃合など、まさに身を切られるような決断も迫られました。固定費の削減という目的のためとはいえ、経営者として忸怩たる思いをしたのもまた事実です。

黒字体質の復活に向けて

ようやく光が見えてきた今こそ正念場であると認識しております。黒字化への道筋を確かなものにするべく策定したのが、「Revitalize Plan（黒字体質復活計画）」です。マネジメント層の若返りを図り、より現場に近いところから改革を進め、ゆくゆくは単品に特化した縦型の組織から脱却し、横断型の組織への再編成を実現するべく準備を進めています。組織改編と同時に、そこで働く仲間の成長支援も急務だと考えています。器を変えただけでは、本質は変わりません。本質を変えていくために何が必要か、丁寧に仮説と

検証を重ねて参ります。

社会にとって 必要であり続けるために

我々の利益の源泉は、お取引先から必要とされることです。お取引先が今どのような理由で、何を必要と

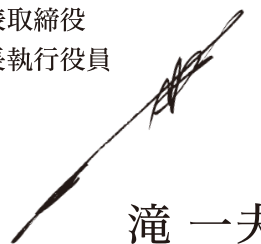
しているのかを常に考え、提案し続けることこそ、タキヒヨーという会社の存在意義だと考えています。

そのために、ファッションという事業領域に縛られることなく、自分たちにできることは何かを探し、挑戦していく必要があります。アパレ

ル・テキスタイルという本業を大切にしながら、第2、第3の柱を育てていくことが、今私に求められている責務だと認識しております。

株主の皆さまにおかれましては、厳しい状況の中でも当社を応援し続けていただけることに心からの感謝を申し上げますとともに、今後も変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役
社長執行役員



滝 一夫

未来を見据えた事業戦略と組織づくりを

板倉 秀紀

取締役 常務執行役員
ガーマント第1グループ マネジャー

ITAKURA HIDENORI

私が担当しているガーマント第1グループは、まさに現在のタキヒヨーの屋台骨とも言える部分です。この核となるところの不調が会社全体の不調を招いていたというのが、ここ数年の状況だと考えています。

そのために「業務改革アクションプラン」に取り組み、「企画」「販売」「生産」「人材」「IT」の5分野での業務改革を進めてきました。何が問題となっていて、どこを改革したら解決につながるのかを分析し、仮説と検証を繰り返し、成果が上がった

ものについては全社へと波及させるという流れを作ることができた1年だったと実感しています。

業務改革を進める中で、今後の事業戦略に欠かせないと考えて3月1日に新たに立ち上げたのが、「マーケティングチーム」と「サプライチェー

ン構築チーム」です。

ここ数年、当社がコンペチターに負けてしまっていた最も大きな要因は、情報の不足です。圧倒的な情報に基づいた企画提案こそがタキヒヨーの強みだったはずなのに、後追いの企画を続けてきた弊害でその強みがなくなり、お取引先の情報量にも劣るようになってしまいました。

各部署でそれぞれマーケティングを行うものの、それが検証されることもなく、全社横断的な知識として蓄積できていなかった。そこで、今回立ち上げたマーケティングチームが、社内に分散していた情報を集約し、業態別に精査した上で企画に落とし込むという役割を担う形にしました。

もう一つの新チームであるサプライチェーン構築チームは、近年急速に対応が求められるようになってきたサステナビリティの観点か

ら、当社のサプライチェーンを国際認証でつないでいく役割を担っていきます。

欧米では既に国際認証を取得している生産背景が必須になってきています。日本のマーケットはまだそこまでは到達していませんが、今手を打っておかなければ、本格的に日本にサステナブルの波が押し寄せたときに対処できません。3年後、4年後を見据えて、今から準備をしておく必要があります。

当社は商社であり、生産背景を自社で有しているわけではないので、当然、仕入れ先に国際認証の取得をお願いすることになります。予測に基づいて投資をお願いすることになるので、丁寧に根気強く対話をし、納得していただいた上で進める必要があります。

容易なことではありませんが、将来的には川上から川下まで、国際認証でサプライチェーンをつなぐこと

を目標にして取り組んでいきます。

商社であるタキヒヨーが置かれている状況は厳しいと言わざるを得ませんが、その中にこそ、チャンスもあると考えています。未来を見据えた事業戦略と組織づくりを着実に推進していくことが、私の役割だと考えています。



ものづくりを理解し、 強みを取り戻す

家富 聡史

ガーメント第1グループ
ボトムセクションリーダー

IETOMI SATOSHI

私は、ボトムセクションのリーダーであると同時に、「業務改革アクションプラン」の中の「企画」部分を担当しています。自社で企画をした商品をお取引先に提案し、受注をいただくという当社のビジネススタイルにおいては、企画が最も重要で他

社との差別化を図れる部分でなければなりません。しかし、市場で売れているものを後追いで企画してQR（クイックレスポンス）で回すという受け身の企画に終始した結果、当社ならではの企画提案ができずに価格競争に巻き込まれ、この数年の業績

悪化を招いたと考えています。

この「企画」の部分をもう一度立て直し、タキヒヨーの強みに戻していくために、まずは商品をお取引先にお披露目する展示会への準備スケジュールから変えました。従来は、展示会の1カ月前からスタート

していた企画のスケジュールを思い切って前倒しし、半年前からスタートさせることにしました。その上で、マーケット情報を徹底的に分析し、それに基づく仮説を立てて、企画の大枠を作ります。そこから展示会に向けて、市場を見ながら企画のブラッシュアップを行い、少しずつ完成形に仕上げていきます。

企画の立て方を変えることで、タキヒヨーにしかできないオリジナル性の高い商品が増える上に、企画に携わったデザイナーやMDもなぜその商品を作ったのかという裏付けがあるゆえに、自信を持ってお取引先に提案することができるようになります。この自信が、お取引先に提案するときの説得力となってくるわけです。

もう一つ、私が行ったのは社員の意識改革です。利益を生み出す商売をするためには、お取引先との丁寧な対話が重要になってきます。さ

まざまな原料が高騰する中で、当社が利益を残すためにはお取引先にも価格転嫁の必要性をご理解いただかなくてはなりません。

そこで重要になってくるのが、ものづくりを理解することです。どの工程で、どれだけのコストがかかり、どの部分をご負担いただかなければいけないのか、こちら側がものづくりの工程を理解して初めて、お取引先に説明できます。この部分をおろそかにしては、説得力のある

商談はできません。現在、あらゆる物の価格が上がっている中で、衣料品も例外ではないということを丁寧に説明することをこの1年徹底してやってきました。逆境であるはずのこの状況が、かえって社員の意識改革を促した側面はあると考えています。

この1年で、社員の意識が大きく変わってきたという実感があります。この流れを切らさないよう、邁進していきたいと思っています。



もっと強いタキヒヨーに

現状を開き、再度タキヒヨーのあるべき姿を取り戻すため、今のタキヒヨーの“ありのまま”を分析し、未来に向けた成長さらに強くなるために、私たちは一丸となって取り組んでい

Revitalize Plan (リバイタライズ プラン) を策定しました。
の布石を打つために、今、私たちは何をしなければならないのかを示したのがRevitalize Planです。
ます。

取り組み課題と進捗

既存卸売ビジネス (B to B) の挽回

- 品番ごとの適正な原価見極めと卸売価格への適正な価格転嫁交渉を本格化
- 単品からトータル、面展開での提案強化に着手

小売ビジネス (B to C) の強化

- ゴルフウェア3ブランドの認知度向上
- 新規投入ブランドの順調な推移

ブランディング (特徴ある商品群の企画・提案) の強化

- GMS向け商品群の展開を開始し、売場空間のVMD (ヴィジュアルマーチャндаイジング)、MD、販売手法も併せて提案

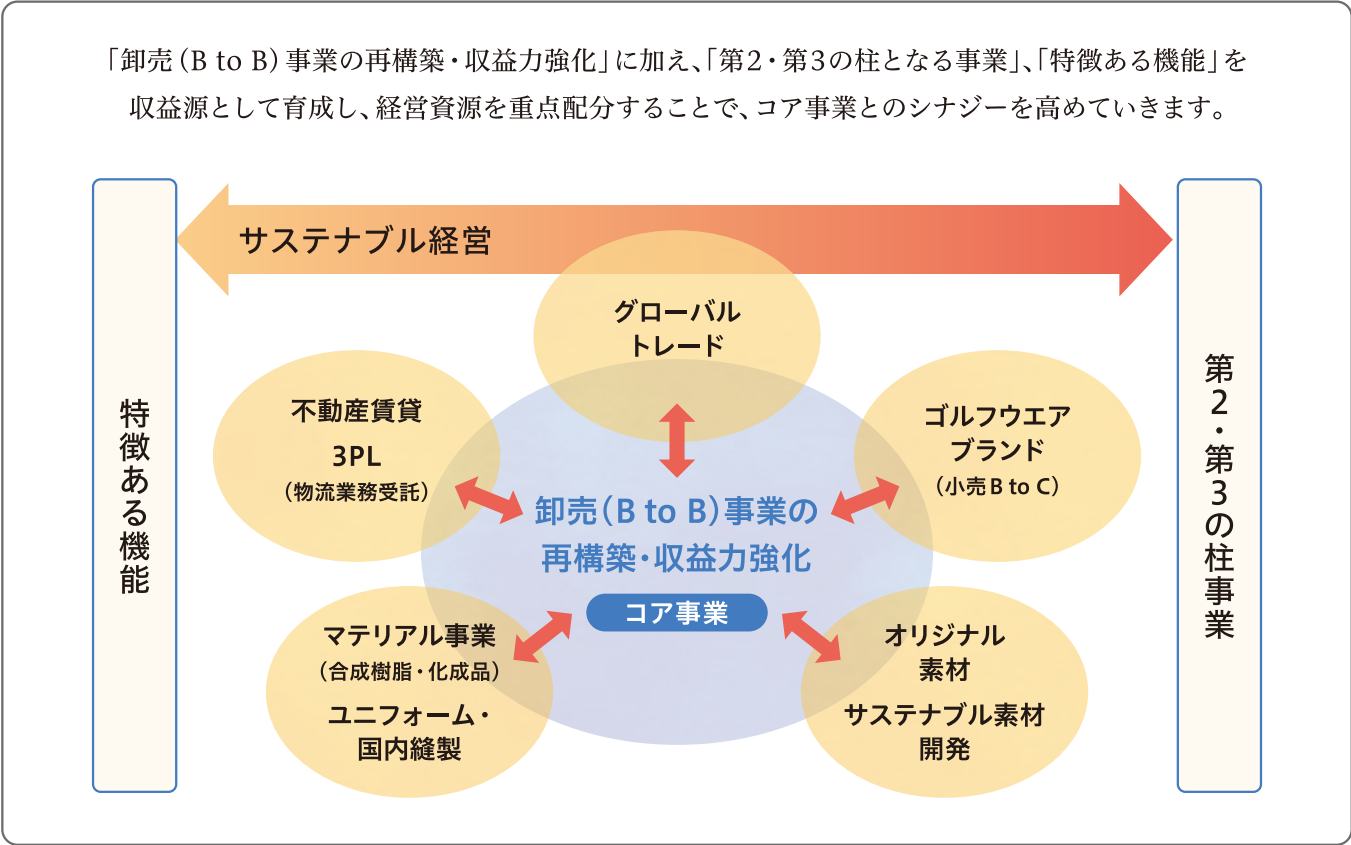
異業種コラボ (協業) の推進

- サステナブル素材開発で国内外のメーカーと協業し、飲食、アウトドア、自動車メーカーなどの異業種に販売実績

赤字脱却と黒字体質確立に向けたステップ



収益基盤安定化に向けた重点課題



Revitalize Planは、私たちが正常に利益を生み出す企業体になるための第一歩に過ぎません。
さらに強くなったタキヒヨーの姿をお見せできるよう、当たり前のことを丁寧にやり続けます。



Takihyo
Material
Group



挑戦者

—未来のために今できること—

vol 10

「マテリアルで創る非衣料の強み」

—夢のあるおもしろい企業を創り 心の豊かな社会を目指します—
これがタキヒヨーの経営理念です。

「おもしろい」って何だろう? 「心の豊かな社会」ってどんな社会?
それを実現するために今、私たちは何をしなければいけないのだろう?
私たちは、その答えを見つけるために、これからのタキヒヨーのあるべき姿を考え、さまざまな挑戦を続けています。

今回は、非衣料分野におけるマテリアルグループの挑戦をご紹介します。

タキヒヨーの非衣料分野への挑戦

タキヒヨーにおける事業の大きな柱を担ってきたのは衣料・ファッションの分野ですが、長い歴史の中では非衣料の分野にも挑戦してきた過去があります。今回ご紹介するマテリアルグループは、タキヒヨーのアパレル製品に関連するハンガーなどを商材とした卸売からスタートし、規模の拡大とともに関連会社として独立しました。その後、効率化とグループとしての一層のシナジーを発揮することを目的としてタキヒヨー本体の中に取り込み現在に至ります。

現在は主に自治体のごみ袋・店舗用レジ袋・フィルム原反などの化成品と、プラスチック製品の原料となる合成樹脂を取り扱っています。



事業の成長と マテリアルが抱える課題

タキヒヨーのマテリアルグループは、お取引先のニーズにきめ細かに応え、お取引先が欲しい商材を「いつでも」「必要なだけ」お届けするという商売で信頼を得て事業の成長を図ってきました。

一方で、近年世界中でサステナブルが叫ばれ、地球環境や生態系への影響という点から、マテリアルグループで取り扱うプラスチックへの風当たりが強くなりつつあります。

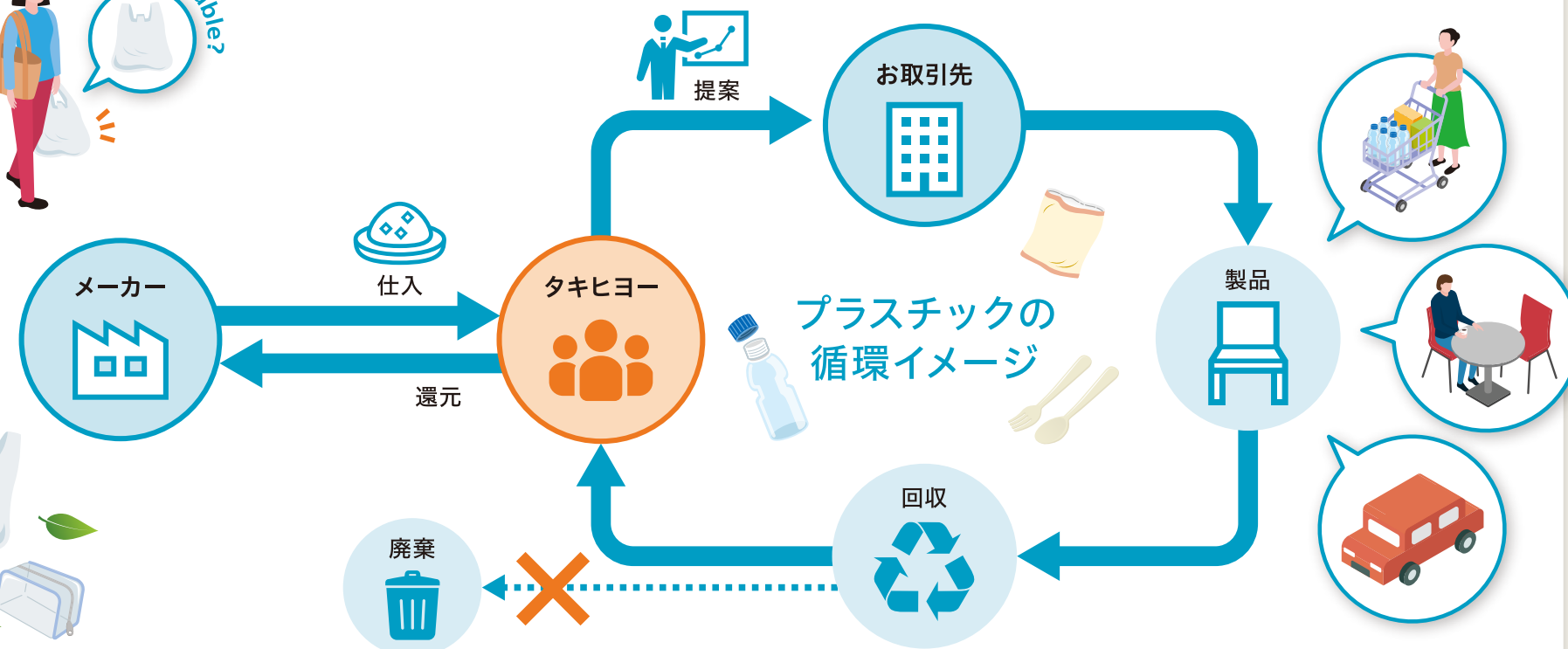
主たる収益をプラスチックで得ている事業の構造上、今後必ずこの問題に向き合わなければなりません。私たちは、事業の成長とサステナビリティをどのように両立させるかを日々考えています。

課題解決のための挑戦

私たちが抱えている課題は、同時に、お取引先が抱える課題でもあります。

特に私たちは、自治体など立場上地球環境への配慮が強く求められるお取引先とも大口の取引をしているため、早急な対応が必要です。課題を抱えるお取引先と共に考え、解決のための方策をタキヒヨーが提案することが、さらにお取引先から必要とされるチャンスを広げるのです。

プラスチックで考える サステナビリティ



現在、マテリアルグループが取り組んでいるのは、プラスチックの循環スキームです。通常、タキヒヨーがメーカーから仕入れたプラスチックの原料をお取引先に販売し、そこで成形されたものが流通します。

その後、物の寿命がくれば廃棄されてしまいますが、タキヒヨーが回収し、再度原料に還元することで、プラスチックの循環が可能になります。

お取引先が直面している課題に寄り添い、一緒に考え、解決方法をご提案する。それは、アパレル製品でもマテリアルでも全く同じです。タキヒヨーは、商材を右から左に流す単なる商社ではなく、より川上に近いところでお取引先が本当に求めているものをお取引先と一緒に創り上げていく存在を目指しています。

こだわりのオリジナルギフト

2月末日現在、当社株式を**200株**以上お持ちの株主さま対象6月下旬
発送「魔法の撚糸」
バスタオルセット株主優待制度
のご案内2月末日に200株以上保有の株主の皆さまに、
右記の株主優待をご用意しております。社長こだわりの
オリジナルギフト

+

10名さまに
50万円分の旅行券

抽選

始まりの、白

白、それは何色かに染められる前の特別な色。

あと一歩というところまできた今、私たちがしなければならないのは、
原点に戻って、己と、そして己の進もうとする道の先を見つめ直すことです。私たちは、長い歴史の上にあぐらをかくのではなく、
常に挑戦者の心で挑み続けなければなりません。

始まりの、白。株主の皆さまには生まれ変わったタキヒョーの姿をお見せします。

代表取締役
社長執行役員

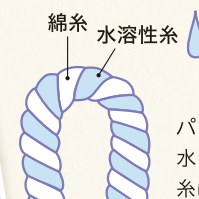
滝 一夫

世界最高水準の撚糸技術 × 日本を代表するタオルの産地「今治」

品質の高さと使い心地の良さから、株主さまの人気も高い魔法の撚糸のタオル。

今回は「魔法の撚糸」を使用し、日本を代表するタオルの産地「今治」での生産が実現しました。

1 浅野撚糸が誇る「スーパー ZERO®」

綿糸に水溶性糸を合わせて元撚りと逆方向に再び撚りをかけた後、水溶性糸を溶解するという特殊な撚糸方法で作られる魔法の撚糸「スーパー ZERO®」。
この技術により、繊維一本一本に微細な空間が形成されることで、驚異的な吸水性・速乾性を生み出しています。パイルに織り込んだ
水溶性糸を溶かし、
糸に隙間を作ります。

2 日本最高峰のブランドに進化した「今治」

愛媛県今治市は、120年以上の歴史があるタオルの生産地ですが、安価な外国製品に押され、苦境に立たされていました。起死回生を図り、吸水性などに厳しい独自基準を課すなどブランディングに取り組み、「安心・安全・高品質」というイメージを確立。今では、タオルと言えば「今治」と言われるまでに産地ブランドとして浸透しています。

今治タオルブランド
認定マーク

NEWS

サステナブルに特化した新しいウェブサイト「TAKIHYO FOR GOOD」OPEN

2023年4月4日、社会の課題解決のためのソリューションを提供するべく、サステナブルに特化したウェブサイト「TAKIHYO FOR GOOD」を新たに開設しました。

サイト名である「TAKIHYO FOR GOOD」には、世の中を少しずつでも良くしていきたいという想いが込められており、当社が取り扱うさまざまなサステナブル素材のほか、当社独自の素材循環スキーム「NO WASTE」などの提案を通して、企業の皆さまや社会が抱える課題解決のきっかけづくりを目指して参ります。

TAKIHYO
FOR GOOD

FOR GOOD.

世の中を「もうちょっと」良くしたい。
その想いがこの言葉には込められています。

私たちが目指すのは
“サステナブルソリューションカンパニー”。

素材で、製品で、スキームで。
タキヒヨーはものづくりを通して
企業の、消費者の、そして社会や世の中の課題解決を
「あなたと一緒に」目指します。



<https://takihyo.jp/>

～TAKIHYO FOR GOODのロゴについて～

私たちがずっと大切にしてきた「客六自四」という経営哲学。お客さまが6で、タキヒヨーが4。対等な商売でありながらも、少しでもお客さまに多く利益を受け取っていただくという意味です。TAKIHYO FOR GOODのロゴも、この「客六自四」の精神で、社名より“FOR GOOD”を大きくした6:4のデザインになっています。



株式の状況

2023年2月末日現在

発行済株式の総数

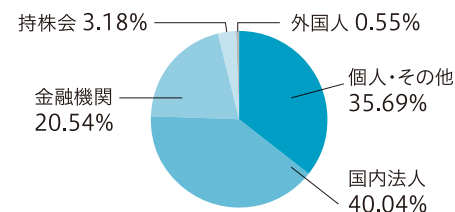
9,500,000株

(うち自己株式297,868株)

株主数

5,978名

所有者別株主分布

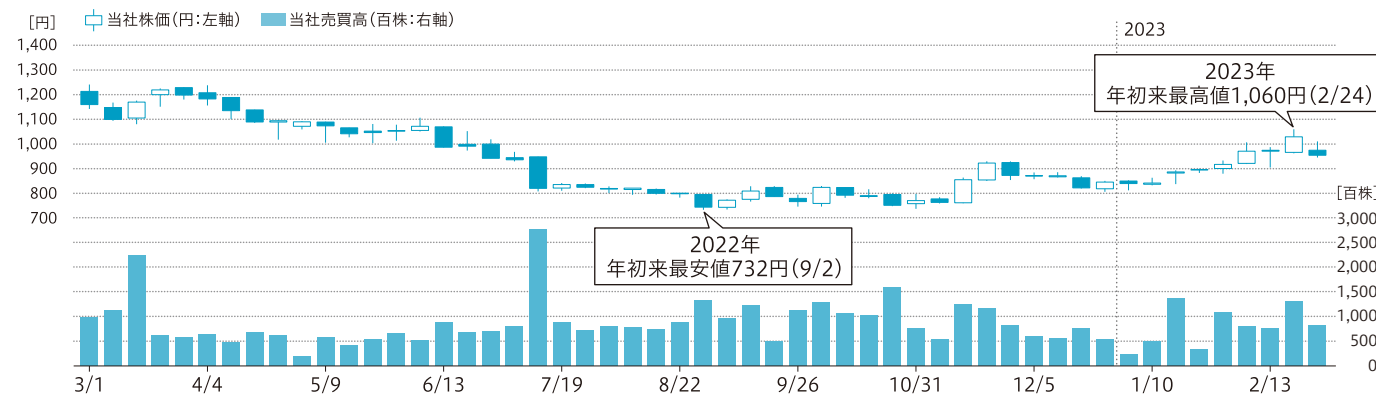


大株主一覧

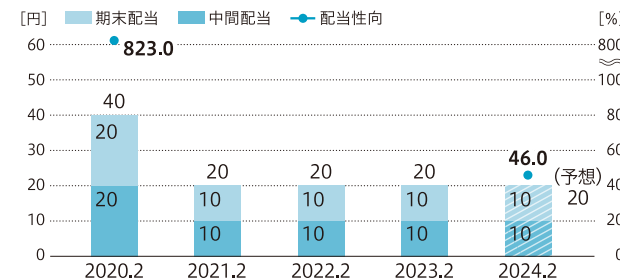
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	26.08
株式会社旭洋興産	420,600	4.57
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	342,100	3.71
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.80
第一生命保険株式会社	240,000	2.60
タキヒヨー取引先持株会	236,964	2.57
滝 茂夫	223,590	2.42
佐藤 宏樹	171,400	1.86
日本生命保険相互会社	164,992	1.79
SMBC日興証券株式会社	138,100	1.50

※当社は、自己株式を297,868株保有しておりますが、上記上位10名の株主から除いております。
※持株比率は自己株式を控除して計算し、表示未満の端数を切り捨てて表示しております。

株価・売買高の推移(2022年3月～2023年2月)



株主還元



2024年2月期 配当予想

中間 1株当たり 10円

期末 1株当たり 10円

当社は、株主の皆さまに対する利益還元を経営の重要課題と認識しております。業績の動向、配当性向、配当利回り、市場ニーズに応える商品開発及び将来を展望した事業展開の投資に必要な内部留保等を総合的に勘案して、積極的かつ安定した配当を継続することを基本方針としております。

※当期純利益がマイナスになった期は、配当性向を記載しておりません。

2023年2月期 業績のご報告

連結損益計算書の概要 [単位:百万円] ※百万円未満は切り捨てています。

	2022年2月期	2023年2月期
売上高	53,753	61,813
売上原価	44,809	50,024
売上総利益	8,943	11,788
販売費及び一般管理費	11,174	11,694
営業利益又は営業損失(△)	△ 2,231	94
営業外収益	272	316
営業外費用	57	107
経常利益又は経常損失(△)	△ 2,015	303
特別利益	305	402
特別損失	195	868
税金等調整前当期純損失(△)	△ 1,905	△ 162
法人税等合計	121	120
親会社株主に帰属する当期純損失(△)	△ 2,027	△ 282

連結貸借対照表の概要 [単位:百万円] ※百万円未満は切り捨てています。

資産合計 47,087		たな卸資産 6,267	負債・純資産合計 47,087		流動負債 14,556	固定負債 3,379	株主資本 27,455	その他の包括利益累計額 1,463	新株予約権 231
流動資産 21,638	固定資産 25,449	有形固定資産 20,806	無形固定資産 67	投資その他の資産 4,574	流動負債 14,375	固定負債 4,876	株主資本 27,058	その他の包括利益累計額 682	新株予約権 127
2022.2	2023.2		2022.2	2023.2					

資産合計 47,121		たな卸資産 6,267	負債・純資産合計 47,121		流動負債 14,375	固定負債 4,876	株主資本 27,058	その他の包括利益累計額 682	新株予約権 127
流動資産 22,912	固定資産 24,208	有形固定資産 20,010	無形固定資産 59	投資その他の資産 4,138	流動負債 14,375	固定負債 4,876	株主資本 27,058	その他の包括利益累計額 682	新株予約権 127
2022.2	2023.2		2022.2	2023.2					

Point 連結損益計算書

売上高

世界情勢や物価の上昇により、個人消費における衣料品の慎重な購買行動が継続する中、収益力の挽回に向け、品番ごとの適正利益確保、原価上昇分の販売価格への反映に取り組むとともに、商品企画からデザイン、生産までトータルで提案できる体制づくりを進めた結果、前期比15.0%増収の61,813百万円となりました。

営業利益

第1四半期には前期に受注した相対的に利益率の低い売上が残ったものの、その後は売上総利益率が改善したことに加え、今期からスタートさせた「Revitalize Plan (黒字体質復活計画)」に基づき、希望退職者の募集、本社オフィスの縮小、東京支店の移転、海外拠点の統廃合などにより固定費削減に取り組んだ結果、前期から2,325百万円増益の94百万円となりました。

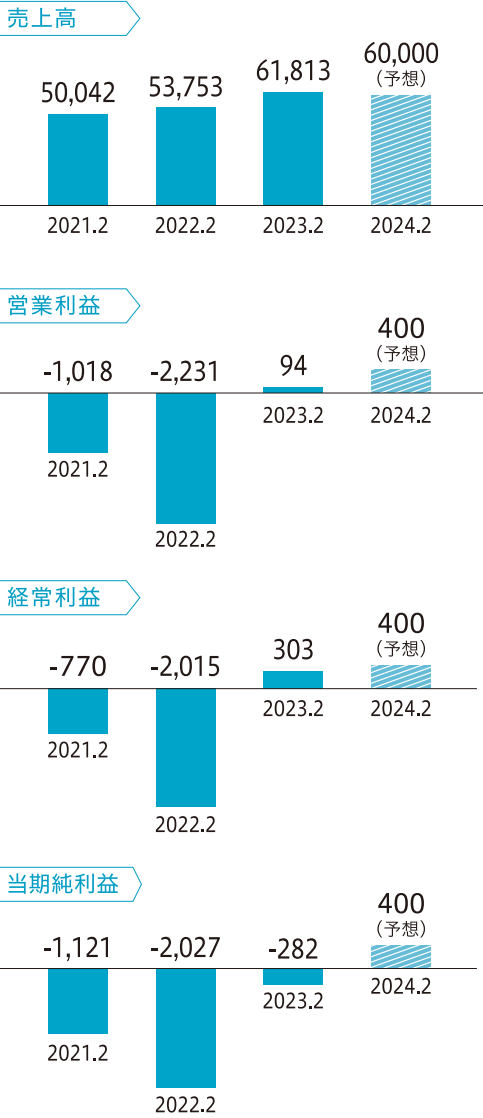
当期純利益

特別損失として減損損失および希望退職関連費用を計上したことなどに伴い、282百万円の純損失となりました。

Point 連結貸借対照表

総資産は、主として、現金及び預金、有形固定資産、投資有価証券、長期差入保証金が減少した一方で受取手形及び売掛金、商品及び製品が増加したことなどにより、前期末に比べて増加しました。負債は、主として、借入金が増加した一方で支払手形及び買掛金が増加したことなどにより、前期末に比べて増加しました。純資産は、主として、利益剰余金、繰延ヘッジ損益が減少したことなどにより、前期末に比べて減少しました。

連結業績の推移・予想 [単位:百万円] ※百万円未満は切り捨てています



※予想は2023年4月14日公表
※2022年2月期から「収益認識に関する会計基準」を適用した数値に修正しています。

会社概要		2023年5月24日現在		
商号	タキヒヨ株式会社			
創業	宝暦元年(1751年)5月			
設立	大正元年(1912年)11月15日			
資本金	36億2,225万円			
役員	代表取締役 社長執行役員	滝 一夫	社外取締役	今井 博
	取締役 専務執行役員	武藤 篤	社外取締役	小笠原剛
	取締役 常務執行役員	板倉 秀紀	取締役(常勤監査等委員)	丹羽 卓三
	取締役 執行役員	土屋 旅人	社外取締役(監査等委員)	鷲野 直久
			社外取締役(監査等委員)	菊間 千乃
従業員数	559名〈男259名 女300名〉		(2023年2月末日現在)	

株主メモ	
事業年度	3月1日から翌年2月末日
定時株主総会	毎年5月
単元株式数	100株
基準日	定時株主総会の議決権/2月末日 期末配当金/2月末日 中間配当金/8月末日
株主名簿管理人・ 特別口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	名古屋市中区栄三丁目15番33号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
公告の方法	電子公告の方法による 公告掲載URL https://www.takihyo.co.jp ※ただし、電子公告によることができない事故、 その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載
証券コード	9982
上場証券取引所	東京証券取引所スタンダード市場 名古屋証券取引所プレミアム市場
株主優待制度	【年1回 2月末 200株以上】 社長こだわりのオリジナルギフトを贈呈 抽選で10名さまに、50万円分の旅行券を贈呈

IRイベントのお知らせ

〈名古屋〉名証IRエキスポ 2023【ブース出展】

9/8金 10:00~17:00

9土 10:00~16:30

会場：名古屋市中心小企業振興会館（吹上ホール）

【お問い合わせ先】

広報・IRチーム tel.052-587-7030

今号の表紙

「タキヒヨーのある暮らし」

タキヒヨーはアパレル・テキスタイル分野だけでなく、非衣料分野でも挑戦し続けています。マテリアルグループは、主にごみ袋などの化成品や、プラスチック製品の原料となる合成樹脂を取り扱っており、皆さまの生活を形作るお手伝いをしています。



(P10 ~ P13関連情報)

株式の諸手続きに関するお問い合わせ

株式のご所有状況によってお手続き窓口が異なります。

証券会社等の口座をご利用の場合

お取引の証券会社等

「特別口座」に記録されている場合

三井住友信託銀行株式会社 証券代行部  0120-782-031

※支払期間経過後の配当金に関するお問い合わせは、
三井住友信託銀行株式会社にお問い合わせください。

最新のIR情報はこちら <https://www.takihyo.co.jp/ir/>



サステナブルサイト
「TAKIHYO FOR GOOD」
<https://takihyo.jp/>



UD
FONT 見やすいユニバーサル
デザインフォントを
採用しています。

