



Takihyo

株主通信 第111期 2021.3.1 › 2022.2.28



着眼大局 着手小局で 完全復活への道を切り拓く

前期の業績について

2022年2月期は、連結売上高565億円、連結営業損失22億円となりました。前期比で増収となった

ものの、赤字決算の厳しい結果となり、日頃からご支援いただいている株主の皆さまには心よりお詫び申し上げます。

前期は、「既存事業の立て直し」

「小売事業の展開」「ブランディング（特徴ある商品群の開発）」「異業種との協業」を全社テーマに掲げて取り組み、大手量販店との協業や、主要取引先のシェア回復などにお

いては一定の成果を得ることができましたが、昨年夏以降、原料価格の上昇に始まり、海上運賃や工賃の上昇、円安の進行などが重なったことで利益を圧迫し、さらに売上の回復では吸収しきれない経費の増大となり、赤字幅の拡大という結果を招きました。

当社にとって新しい領域への挑戦となったコスメ事業の開始や、ゴルフウェアブランドの好調、テキスタイルの海外輸出の復調など、一部で明るい兆しが見え始めている事業はあるものの、本業である卸売事業で利益を確保するための抜本的な改革が急務であり、しっかりと地固めをする時期であると認識しております。

利益を残す仕事を最優先

今期も依然として厳しい外的環境が続くと予想される中、業績回復への足掛かりを築くためには、すべての行動の前提に「利益を残す仕事」を置かねばなりません。企画、

原価構成、生産、販売、管理に至るまで、そのすべての活動で利益を追求することが、企業が事業を継続するための使命です。

当社の現状に強い危機感を持ち、今年3月には組織面でも大きな改革を進めました。これまでの、単品の商品企画に立脚した組織は、専門性が高い反面、仕事に対する視野が狭くなりすぎていたのも事実です。そこで、従来の絶対単品による販売攻勢から脱却すべく縦割り組織を崩し、横断的な組織で、一つの部隊がすべてのアイテムを担い、面展開の提案を加速させるのが狙いです。仕事の領域を広げ、柔軟にオールアイテムの商品化を担当し、ものづくりの原理原則を深く理解した上で、消費者が本当に求める商品を自信を持って生み出していかなければならないと考えています。

広い視点かつ丁寧な行動で 一歩ずつ前進を

今期は特に若手人材を執行役員

に登用したほか、新たに「成長支援プロジェクト」を立ち上げました。若手の意見・アイデアを具体化し、企業の推進力に変えることを目的としたプロジェクトです。

今、当社は大きな転換点にあると考えています。当社が掲げる「美」を追求するという使命を広い視野から大局的に捉え、一つ一つの仕事を丁寧に積み重ねていく「着眼大局 着手小局」の姿勢で、全社一丸となって難局を乗り越える所存です。

完全復活への道のりは険しく、長期にわたりますが、改革への挑戦を継続して参ります。株主の皆さまには引き続き、当社へのご支援をいただきますよう心よりお願い申し上げます。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫



既存の常識にとらわれず前進を

収益構造の改革が急務

前期は増収でしたが、3期連続の営業損失となりました。外的環境の急激な変化に素早く対応できなかったことに忸怩^{じくじ}たる思いです。

現状から一刻も早く脱却し、回復軌道に乗せるため、まずは組織の在り方を見直す必要があります。営業活動のプロセスは、前工程の商品企画から、後工程の生産、物流、品質管理すべてにマネジメントが行き届いていなければなりません。すべての工程を熟知し、目配りができなければ収益構造の立て直しはできないと認識しています。

売上偏重の営業では、サプライチェーンのどこかに必ず歪みが出ます。1件ごとの商売でしっかりと利益を図っていかなければ筋肉質な企業体質への改革はできないと考えています。

少数精鋭による自己完結型の動きを加速させる

今年3月には従来の縦割り組織から、一つのチームですべてのアイテムを担う横断的な組織に向けて再編を図りました。これまでは、アイテムごと、年代別などに担当を分けて商品提供を進めてきました。しかし、仕事が細分化されすぎ、狭い視野でしか発想できていなかった反省があります。従来の領域や組織の枠にこだわらず、より柔軟に魅力ある商品を企画提案していく必要があります。

大量生産・大量消費の時代は過ぎ去り、多品種少ロットで付加価値のある商品が求められています。一つ一つの市場はニッチでも、少数精鋭のチームが自己完結する形で企画提案からものづくりまでを担い、特徴が明確な商品群をトータルで提案できる体制を整えることが不可欠です。

固定観念を捨て、広い視野で

販路についても、大手量販店や専門店などの既存取引先だけでなく、ホームセンター、ドラッグストアな

ど、集客のあるところに視野を広げ、新しい商材をもって開拓していく必要があります。

商売の範囲を従来の延長線上で決め込むのではなく、商品はもちろん、売場の見せ方、販促方法を含めてお取引先ごとにプランを立て、提案を続けていくことが求められています。

今期は業績挽回の布石の年になると思います。厳しい環境は続きますが、株主の皆さまには、これまでと変わらぬご支援をいただければ幸いです。

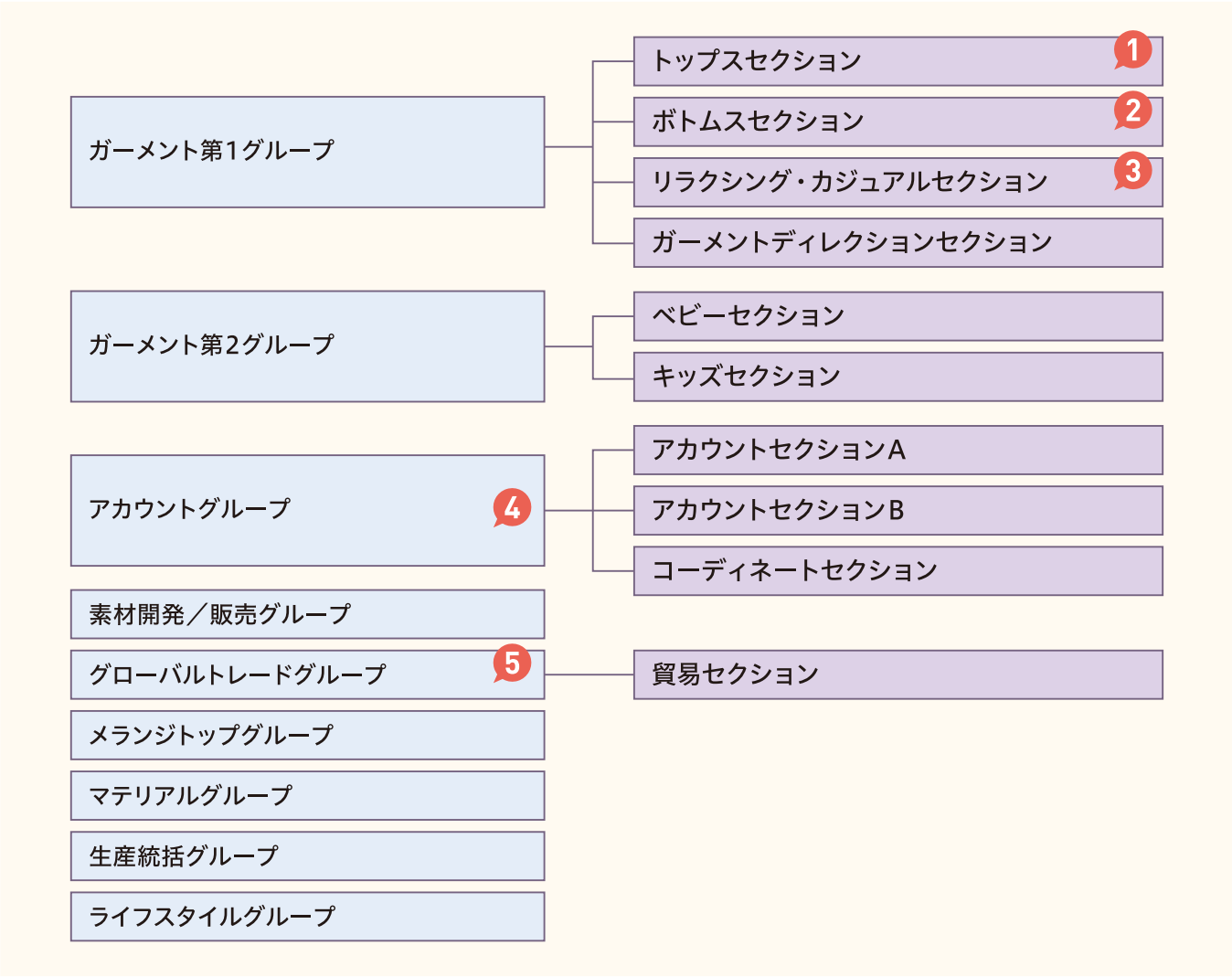
武藤 篤

取締役 上席専務執行役員
社長補佐 兼 スタッフ担当

- 【略歴】 2006.4 当社入社 執行役員 特命担当 兼 スタッフ部門担当
2006.5 取締役 特命担当 兼 スタッフ部門担当
2009.3 常務取締役 特命担当 兼 スタッフ部門担当
2015.3 専務取締役 スタッフ部門統轄
2020.3 取締役 専務執行役員
スタッフ部門統轄 兼 アパレル第一営業部担当
2021.1 取締役 上席専務執行役員 社長補佐 兼 新規事業案件担当
2022.3 現任

組織改編の狙いとポイント

2022年3月1日、本業における利益改善を目指し、タキヒヨーの強みをさらに生かせる組織への改革を図りました。組織改編の主なポイントを解説します。



ポイント

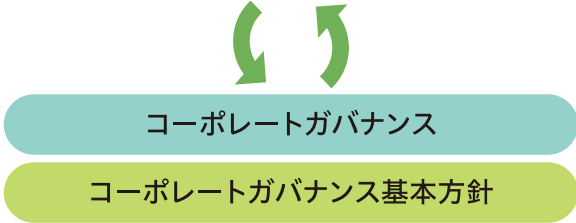
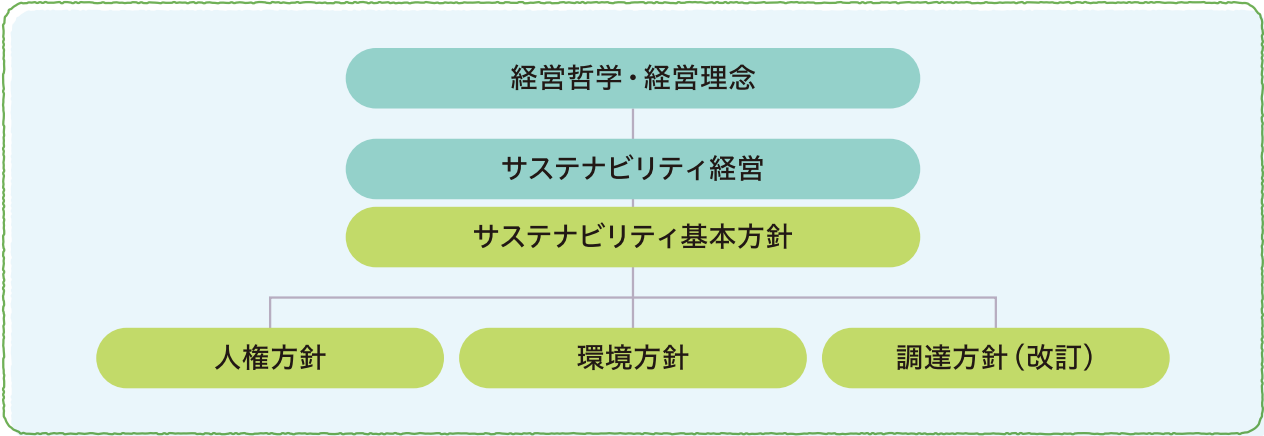
- 1 カットソー・ニット・布帛を集約し、**アイテムによらず横断的にトータルでの企画を強化**
- 2 ヤング・キャリア・ミッシーという年齢セグメントを改め、**年齢軸にとられない企画を強化**
- 3 「リラクシングセクション」と「メンズセクション」を統合し、これまでの部屋着、メンズといったカテゴリーにとられず、**オンとオフ、ジェンダーの境界を越えたカジュアル商品の企画を強化**
- 4 既存のアカウントグループを再編し、**主要得意先へ面展開の企画提案を強化**
- 5 EU・アメリカ・アジアの地域別組織とし、輸出・輸入双方で**地域ごとの営業展開を強化**

その他のポイント

- **サステナブル経営推進チームの新設**
業績挽回と環境・社会課題の解決が両立できる経営に取り組む
➡サステナビリティ経営についてはP08へ
- **成長支援プロジェクトの発足**
社員や組織の成長に向けて、組織横断的に現場の情報を収集し、社員一人一人の想いや考え、意見を組織の知恵にし、実行する力に変えることで本業での利益改善を図る

サステナビリティ経営を目指して

世界的に事業活動にサステナビリティの観点を取り込むことが求められる中、当社でも取締役会における議論を経て、2021年12月に「サステナビリティ基本方針」とともに重点分野として「人権方針」「環境方針」「調達方針」を策定しました。



タキヒヨーグループサステナビリティ基本方針 (Sustainability Policy)

タキヒヨーグループは1751年の創業以来、「信用第一」、「謙虚利中」(常に謙虚に周りの意見を受け止める)、「客六自四」(相手の立場に立ち、その利益に貢献する)、を普遍的な経営哲学として、長年にわたり事業を展開してきました。

また経営理念である「われわれは夢のあるおもしろい企業を創り心の豊かな社会をめざします」に基づき、自然と文化へ貢献すること、社会に夢とゆとりを贈ること、一人一人を大切にし才能を活かすことなどを経営の中心に置いて参りました。そしてこれらの経営哲学や経営理念は、サステナビリティ経営にもつながるものと考えています。



取り組みに当たっては、重要課題として

- 製品の輸入依存度が高い上に、長く複雑で分業化されたサプライチェーンにおける、環境影響や人権問題への配慮
- 環境に配慮した製品の開発と提供および国際認証取得に向けた環境整備
- 製品のリサイクルやアップサイクルを通じた循環型経済への貢献
- デジタルを積極的に実務に取り入れ、非効率な仕事を軽減していくとともに、在宅勤務やリモート手段の活用などによる社員の働き方改革の推進

を挙げています。

併せて、「人権方針」「環境方針」「調達方針」を策定し、全社を挙げてサステナビリティ経営の実現に取り組みます。

サステナビリティ経営の詳細については右記をご覧ください。
<https://www.takihyo.co.jp/sustainability/>





挑戦者

—未来のために今できること—

vol 8

「グローバルトレードグループ」

一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—
これがタキヒョーの経営理念です。

「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、これからのタキヒョーのある
べき姿を考え、さまざまな挑戦を続けています。

今回は、オンリータキヒョーの生地を世界へ発信するグローバルト
レードグループの取り組みを紹介します。

徹底した情報分析と ものづくりで世界へ

タキヒョーの事業には、“アパレル製品の企画・生産・卸売”、“生地
の企画・生産・卸売”、“アパレル製品の小売”の
三つの柱があります。グローバルトレードグループは、タ
キヒョーが企画し、委託生産をした生地を国内外のさま
ざまなブランドに提案する輸出入専門の生地部隊です。

生産設備を持たないタキヒョーが、世界の名だたるブラ
ンドからパートナーとして信頼を勝ち得た理由は、徹底し
た情報分析とものづくりの知識があるからに他なりません。
世界中のお取引先さまへの提案と改善を繰り返す年月
の中で積み重ねた経験を基に作り上げた企画提案サイク
ルこそが、グローバルトレードグループの強みなのです。



お取引先さまにとってのオンリーワンに

私たちは世界中の情報を収集、分析し、独自の仮説に基づいて開発した生地をお取
引先ブランドに提案することを使命としています。私たちの提案がお取引先さまが
自分でも気づいていなかった課題解決や潜在的な需要を掘り起こすものになり、お
取引先さま自身が持つ理想と現実のギャップを埋められれば、それが付加価値とな
り、私たちの存在意義を高めていくことにつながります。
長年にわたり「タキヒョーにしかできない」ものを提案し続けることにより、お取引先
さまからの「タキヒョーならできる」という信頼が蓄積され、それがまた次の商売に
つながる好循環を作り出してきました。
この循環はコロナ禍でも失われることなく、むしろ私たちの存在を際立たせるものにな
ったと実感しています。この強みを生かし、より一層の飛躍を目指します。



グローバルトレードグループ
貿易セクションリーダー 兼
アジアチームチーフ
花澤 昌洋

コロナを成長のきっかけにしたグローバルトレードの取り組み

世界にとって未曾有の災厄となったコロナ禍では、人の流れが止まり、経済も停滞しました。

タキヒヨーの生地輸出も、ここ数年堅調に推移してきたものの、お取引先ブランドの経済活動自体が止まったことによる影響を受けざるを得ませんでした。しかし、このような逆境にあっても、これまで構築してきた循環を最大限に生かすことによって影響を最小限にとどめ、2022年2月期には大幅に売上を回復させました。

特に、近年急速に求められるようになったサステナブルの分野で存在感を発揮することができています。ここでは、どのように危機をチャンスに変えたかを解説します。



ブルミエール・ヴィジョン・ファブリックで展示した生地

情報収集

2015年に初めて世界最高峰の素材見本市であるブルミエール・ヴィジョン・ファブリック（以下、PV）に出展。厳しい審査を通った企業のみが出展を許可されるPVには、世界中から名だたるブランドのバイヤーが勢ぞろいするため、世界の最先端の情報が手に入ります。

分析

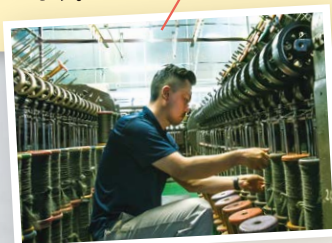
PVで得た情報だけでなく、これまでの取引実績やブランドのコレクションの傾向、CEOのメッセージに至るまでターゲットとするブランドについてのあらゆる情報を分析します。

仮説

これから世界中でサステナブルの波がくると仮説を立てます。ただし、サステナブルだけではブランドの感性には響きません。サステナブルとクリエイティビティをどのように両立させるか、仮説に基づいた研究を積み重ねます。

さらにPOINT!

ものづくりのシンクタンク・宮工場や、サステナブルに特化した専門チームの知識などがクリエイティビティを下支えします。



Only Takihyo FABRICS

企画生産

日本、アジア、ヨーロッパ…世界中に有する生産ネットワークを駆使し、どこで何をどのように作るか、最適な素材と生産背景を組み合わせ、タキヒヨーにしかできない生地を生み出します。

提案

相手先ブランドの拠点に行くこともできないコロナ禍で大きな役割を果たしたのは、各地に設けたショールーム。直接商談ができなくても、バイヤーがショールームに行けば最新のタキヒヨーコレクションを見ることができます。

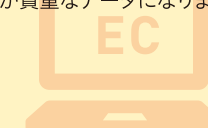


パリのショールーム

オンリー
タキヒヨーで
次のステージへ

さらにPOINT!

一部の生地はECでも取り扱いを開始。時間や場所の制約を超えて取引が可能になっています。ECでの取引実績は次の提案への情報の一つ。取引に至らなくても、今ブランドが何を探しているかという情報自体が貴重なデータになります。



デジタルへの挑戦で新たなステージを拓く

これまでグローバルトレードグループでは、企画から提案までを合理化し、システム化することで成長を続けてきました。このシステム化がコロナ禍では大きな力を発揮し、売上減の抑止、新規のお取引先さまの開拓につながったと考えています。今後は、この仕組みをさらにデジタル領域で展開する計画を進めています。そして、人はより創造性の高い仕事に注力することで、さらなるオンリータキヒヨーの創出の原動力にする。この取り組みが成功すれば、私たちは別の次元のステージに進めると確信しています。



執行役員 社長付 兼
グローバルトレードグループマネージャー 兼
メランジトップグループマネージャー
土屋 旅人

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

1本のフォークから、遠くの未来に思いを馳せる

「サステナブル」と聞くと、私が思い浮かべるのは「バタフライエフェクト」という言葉です。今、私が選択した一つの行動が、未来に大きな影響を与えるかもしれないと思うからです。

少し前に、サステナブルなのは、本物のファーかフェイクファーかという論争がありました。サステナブルをどう捉えるかは、往々にして、その人の立場によって変わります。どちらが正しかったのかは未来になってみないとわからないこともたくさんあります。大切なのは、よく聞き、よく考え、自分で選択することなのではないでしょうか。

洋服を作る側としての責任と同時に、私にも消費者としての責任があります。今回の優待品であるカトラリーを使うときに、私は捨てなかったプラスチックのフォークのことを考え、その一つの小さな選択で変わったかもしれない未来のことを考えようと思います。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫

6月下旬
発送

エコカトラリーセット



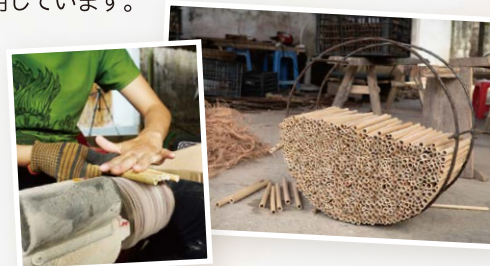
大地の恵みを感じられる優しいカトラリー

近年、使い捨てのプラスチック製ストローやフォークの問題がニュースで盛んに取り上げられるようになりました。無料だからとついついもらいがちですが、少しずつでも今の世界を良くするためには、私たち一人一人が意識を変えていかなければなりません。

できることから一歩ずつ。そんな気持ちを込めて、今回のエコカトラリーセットを作りました。

素材が優しい

原料となっている竹は、植物の中でもCO₂を多く吸収する特性があり、サステナブルな素材として注目されています。さらに、今回の優待品には、国際認証を取得したベトナムのオーガニック竹を使用しています。



使う人にも優しい

カトラリーには、防腐剤・防カビ剤・防虫剤を一切使用せず、天然素材の特質を生かしオリーブオイルコーティングで仕上げていますので、安心して使っていただけます。



ケース、ストローブラシ付き

作った人の顔が見える

ハノイから150km南に位置している「ニンビン」という地域の、三世帯家族が営む竹農家で一本一本丁寧に手作りしています。原材料の竹の生産・加工から製品仕上げまで、同じ工場で行っているため、生産背景に透明性があり、信頼できる製品です。

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

TOPICS

株主優待制度変更のお知らせ

当社ではこれまで年に2回(2月末・8月末)のオリジナルギフトの贈呈および2月末の株主さまから抽選で10名さまに50万円分の旅行券の贈呈を実施しておりましたが、株主優待の在り方を慎重に検討した結果、2023年2月期より下記のとおり株主優待制度を一部変更させていただくことといたしました。

株主の皆さまにおかれましては、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

変更前

株主優待の内容	対象となる株主さま	基準日
オリジナルギフト【年2回】	200株以上保有	2月末・8月末
50万円分旅行券【抽選で10名さま】		2月末

変更後

株主優待の内容	対象となる株主さま	基準日
オリジナルギフト【年1回】	200株以上保有	2月末
50万円分旅行券【抽選で10名さま】		2月末

株式の状況

2022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323,438株)

株主数

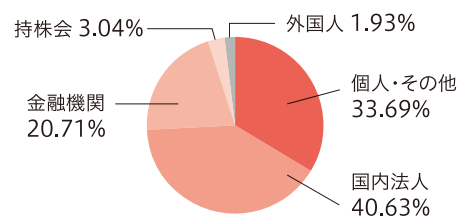
6,709名

大株主一覧

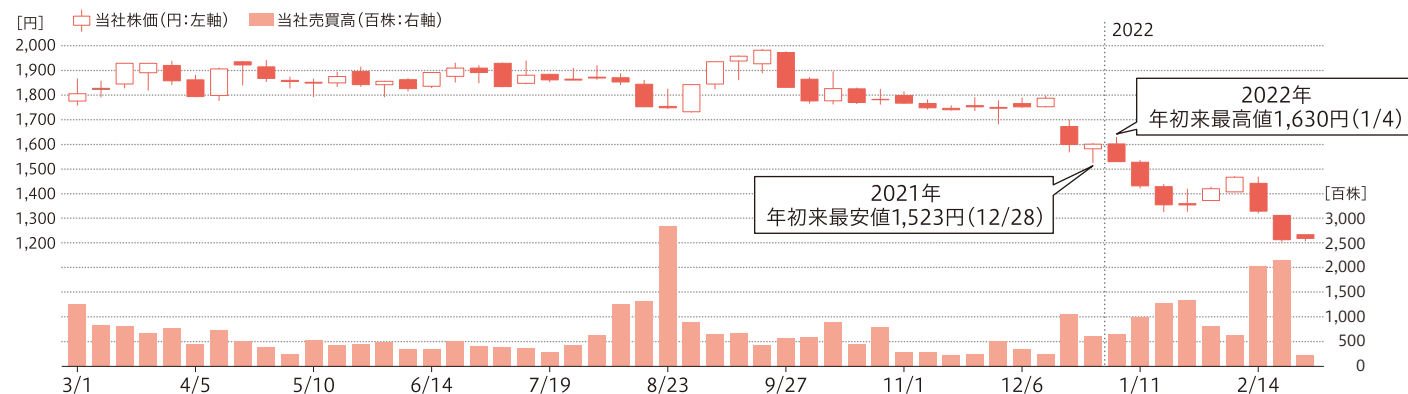
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	26.15
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	500,400	5.45
株式会社旭洋興産	420,600	4.58
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.81
第一生命保険株式会社	240,000	2.61
タキヒヨー取引先持株会	216,964	2.36
滝 茂夫	176,690	1.92
日本生命保険相互会社	164,992	1.79
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.30
株式会社中京銀行	114,480	1.24

※当社は、自己株式を323,438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。

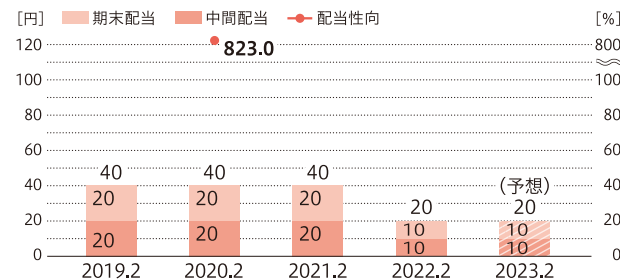
所有者別株主分布



株価・売買高の推移(2021年3月~2022年2月)



株主還元



2023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。

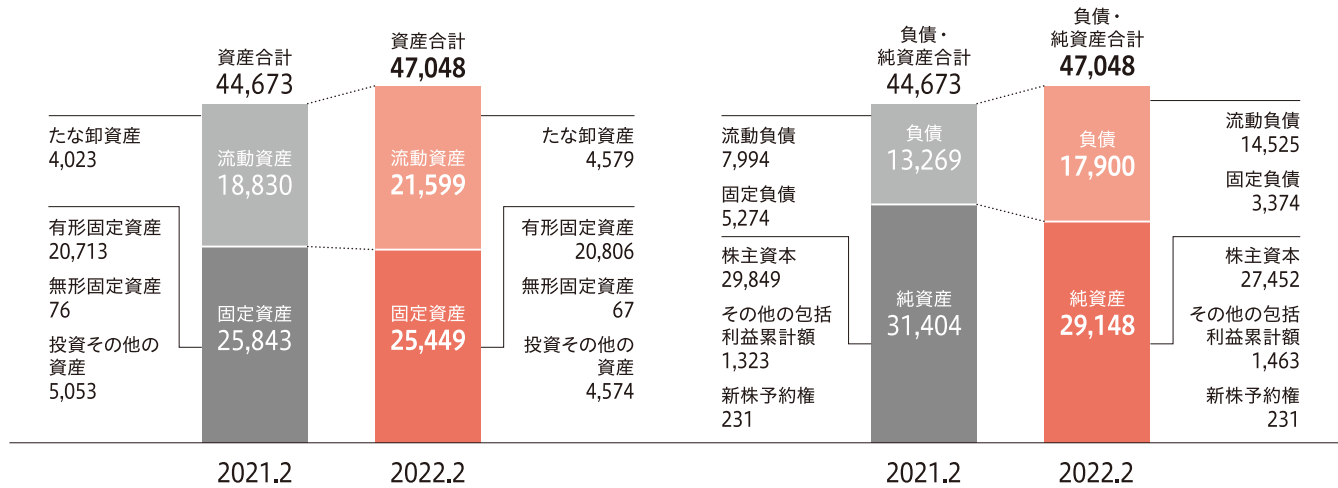
※当期純利益がマイナスになった期は、配当性向を記載しておりません。

2022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。

	2021年2月期	2022年2月期
売上高	50,042	56,572
売上原価	39,979	46,793
売上総利益	10,063	9,779
販売費及び一般管理費	11,081	12,007
営業損失(△)	△ 1,018	△ 2,228
営業外収益	343	272
営業外費用	95	57
経常損失(△)	△ 770	△ 2,012
特別利益	61	305
特別損失	278	195
税金等調整前当期純損失(△)	△ 988	△ 1,902
法人税等合計	133	122
親会社株主に帰属する当期純損失(△)	△ 1,121	△ 2,025

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。



Point 連結損益計算書

売上高
新型コロナウイルス感染症の影響が続き個人消費、とりわけ衣料品支出が厳しい状況で推移する中、大手量販店との協業による新ブランドのスタートやゴルフウェア小売事業での売上増加、生地輸出の復調など売上回復に向けた取り組みの結果、前期比13.0%増収の56,572百万円となりました。

営業利益
第3四半期以降に急ピッチで進んだ、原料価格の上昇、円安進行、海上運賃の値上がり、生産委託工場の工賃上昇などの影響が大きく、売上総利益率が前期比2.8ポイント低下したこと、売上高増加に伴い物流費や物件費等の販管費が増加した結果赤字幅が拡大し、2,228百万円の営業損失となりました。

当期純利益
前期から赤字幅が拡大し、2,025百万円の純損失となりました。

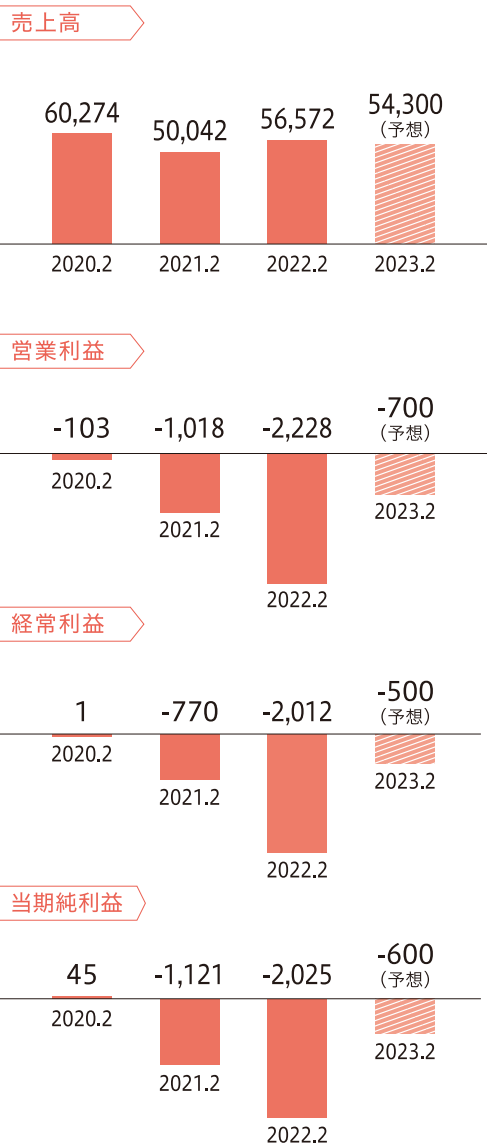
Point 連結貸借対照表

総資産は、主として、現金及び預金、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。

2023年2月期 業績予想について

連結業績予想につきましては、売上高54,300百万円、営業損失700百万円、経常損失500百万円、当期純損失600百万円を見込んでおります。

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2022年4月14日公表

会社概要		2022年5月25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 上席専務執行役員	武藤 篤	社外取締役	小笠原剛
	取締役 専務執行役員	岡本 智	取締役(常勤監査等委員)	丹羽卓三
	取締役 執行役員	板倉 秀紀	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	658名〈男322名 女336名〉		(2022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

今回のIRセミナーは、新型コロナウイルス感染症の状況を見極めながら開催時期等検討しております。決定次第、弊社ウェブサイトでご案内いたします。

<https://www.takihyo.co.jp/ir/seminar/>

【お問い合わせ先】

総務セクション 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」

生地を輸出を担うグローバルトレードグループでは、蓄積されたノウハウやものづくりの知識、豊富な生産背景を駆使して、オンリーワンの素材を生み出しています。

名だたるブランドから信頼を集めるタキヒヨーの生地は、世界中の人々の生活を彩っています。 (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  0120-782-031
証券代行部

※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/>



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。



タキヒヨー株式会社