



Takihyo

株主通信 第110期 2020.3.1 > 2021.2.28

固定観念に捉われず新たな発想を根付かせる

前期の業績について

2021年2月期は、連結売上高500億円、連結営業損失10億円と依然として厳しい状況が続き、株主の皆さまには深くお詫び申し上げます。新型コロナウイルスの影響もありましたが、現在の苦戦の要因は、市場が急激に変化している中で、前年踏襲型の商品企画に終始し、市場環境や消費者の嗜好を的確に捉えた商品企画ができなかったことにあります。

従来の手法から脱却すべく、ECを含めたB to Cに主眼を置いたブランドビジネスへの取り組みなどを進めて参りましたが、今までの経験によって染みついた先入観や固定観念を拭き切れず、盲目的に従来の手法に固執してしまった会社全体の体質的な問題を解消しきれなかったために、市場の変化に対して

迅速な対応を取ることができなかったと認識しております。

ブランディングの強化

今期は全社テーマとして「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」の4つを掲げ、業績回復と将来の成長へ向けて取り組んで参る所存です。また、今年1月に組織改編を行い、従来の縦割りの組織構造からよりフラットな組織とすることで、迅速な意思決定と組織横断的な取り組みを活性化させて参ります。

当社はこれまで、前年実績を基にした単品の商品企画を主な手法としてきましたが、ブランディングを強化していくためには、企画構想から店頭展開までのルーティンをすべて見直し、単品ではなく明確なコンセプトを持った商品群を展開してい

かなければならないと考えています。今までの固定観念を払拭し、新しい手法を社内に根付かせるために、社内の人材をフル活用するだけでなく、実績のある外部専門家と私自身も加わったチームを編成して取り組んでいるところです。

既に大手量販店の新ブランドの商品展開を全般的に取り扱うなど実績が出始めておりますが、既存事業の立て直し、小売事業の展開を進めていく上でも、ブランディングが重要な鍵となりますので、より実績を積み上げて磨きをかけていく所存です。

小ぶりの総合商社を目指す

繊維商社として繊維・アパレル製品を主力としながらも、一方で、異業種との協業を推進し、消費者の求めるものであれば、繊維にこだわらず事業を展開して参ります。将来

的に目指すところは、たとえ小規模であっても、衣食住のあらゆる分野で価値ある商品を提供する小ぶりの総合商社です。社内の潜在能力を最大限に発揮して、長期的な成長を見据えた事業を展開していきたいと考えています。

先行きが不透明な状況が続きますが、着実に業績の回復を目指します。従来の手法に固執することなく、新しく変わるための挑戦をして参りますので、株主の皆さまにおかれましては、これからも変わらぬご支援をいただければ幸いです。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫



従来の手法からの脱却と 次なる進化に向けて

今期の全社テーマについて 教えてください

今期は「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」の4つを全社テーマとして掲げています。

現在の厳しい状況を脱するためには、既存事業の立て直しが最優先となります。そのためには、既存事業で蓄積された経営資源を活かしながら、一方で現状を打開するために新たな取り組みの種を撒いていく、それが刺激となり、社員の仕事の進め方に至るまで変化をもたらす必要があると考えております。

また、既存事業の中でも「卸売」を立て直すためには、前年踏襲型やトレンド追随型・価格訴求型の

単品での商売ではなく、商品群を面で展開していかなければなりません。そのためには消費者の視点に立ち、当社にしか提供できないという価値と特徴を認めていただける企画を繰り返していく必要があります。

そして「既存事業の立て直し」、「小売事業の展開」、「ブランディング」は、密接に関連させ、業績底上げの手立てとしていきます。

「異業種との協業」についてはさまざまな技術を有する企業とタイアップし、新たな商材の開発により成長の芽を育てていこうとするものです。

ブランディングの取り組みについて教えてください

今年の1月には、新年度を待たず

にフラットな組織に改編しました。また、社内の人材だけではなく、外部の実績のある人材も加えて、ガーメントディレクショングループを新設しました。

ブランディングの入り口において重要になるのは、基本構想です。どのようなカテゴリーの商品群を消費者が求めているのか、マーケティングに基づき仮説を立てなくてはなりません。

その上で、パターン、素材、縫製などにこだわりを持ち、デザインはもちろん、着心地、機能性を備えた、特徴のある商品を企画していきます。そして、サンプルはできる限り丁寧に修正を重ね、展示会は、その商品が実際に店頭でコーナー展開されることを想定したレイアウトを提案し、明確にコンセプトを主張

MUTO
ATSUSHI

武藤 篤

取締役 上席専務執行役員
社長補佐 兼 新規事業案件担当

- [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 現任



できるようにします。

それに加えて、インフルエンサーを活用した事前の情報発信、ファン作りや、ECサイトによる販売、イベントの実施など、消費者へ訴求するためのプロモーションも私たちが

提供していくことになります。

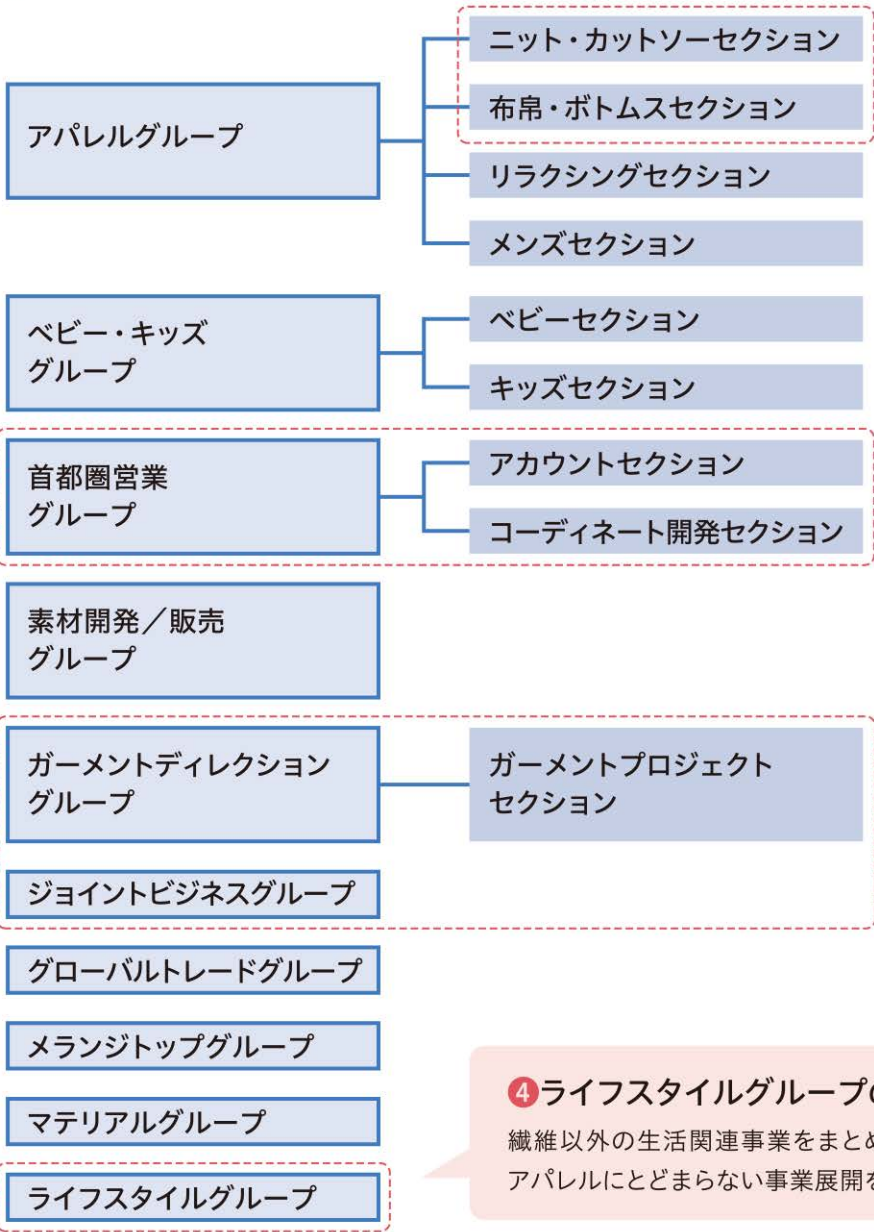
これらのプロセスは、世の中では当たり前になっていますが、商社であっても消費者に寄り添う取り組みをし続けなければ、業績の挽回はできないと考えています。現在、10数

件のプロジェクトを並走させていますが、一つ一つ実現させて参る所存です。

株主の皆さまにおかれましては、引き続きご理解とご支援のほどよろしくお願い申し上げます。



組織改編のポイント



① レディスアパレルの再編

「ニット・カットソー」「布帛・ボトムス」の2セクションに括り、アイテム、年代を越えてより横断的にトータルで提案できる組織を目指す。

② 首都圏営業グループの新設

主要お取引先が多く所在する首都圏に特化したチームを新設し、営業の強化を図る。

③ 新事業担当部署の新設

面展開の企画を充実させるため、「ガーメントディレクショングループ」、「ジョイントビジネスグループ」を新設し、ブランディングの強化を図る。

④ ライフスタイルグループの新設

繊維以外の生活関連事業をまとめた「ライフスタイルグループ」を新設し、アパレルにとどまらない事業展開を強化していく。



2021年2月、株式会社ウィゴーの新しいファッションブランド「Romansual(ロマンシュアル)」が誕生しました。モデル・女優として活躍中の鶴嶋乃愛がプロデュースする「Romansual」は、「いつもの日常を少しだけ抜け出して、非日常を味わえる」をブランドコンセプトに、洋服を身にまとった人、それぞれが特別な気持ちになれるよう、シルエットにこだわったアイテムを展開しています。

当社は、この「Romansual」の生産を請け負い、ブランドの持つ世界観を形にする役割を担っています。アイテム横断的な生産コントロールが必要とされるため、従来とは異なるMD(マーチャンダイジング)の手法や生産背景を模索しながら挑戦をしているところです。単品の商品企画にとどまらない、お取引先との取り組みを通してノウハウを蓄積することにより、既存事業の強化を図ります。



2021 Spring collection



鶴嶋 乃愛
Tsurushima Noa

2001年5月24日高知県に生まれる。2013年に雑誌のモデルオーディションでグランプリを獲得し、モデルデビュー。2019年放送の「仮面ライダーゼロワン」のヒロイン・イズ役で女優デビューを果たし、注目を集める。

株式会社ウィゴーとは
What's "WEGO"?

1994年、大阪・アメリカ村の古着屋から始まった衣料品の輸入・製造・販売を事業とする企業。主力事業である「WEGO」は、個性的で最新のトレンドを発信するブランドとして、ファッション感度の高い10代、20代の若者から圧倒的な支持を集めています。

Romansualオンラインストア <https://wegoec.jp/shop/brand/romansual>



挑戦者

—未来のために今できること—

vol 6

「Labo Spec」

—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、お取引先の新ブランド「Labo Spec」のプロジェクトを通して、タキヒヨーが取り組む卸売でのブランディングを解説します。

270年目の挑戦「既存事業の改革」

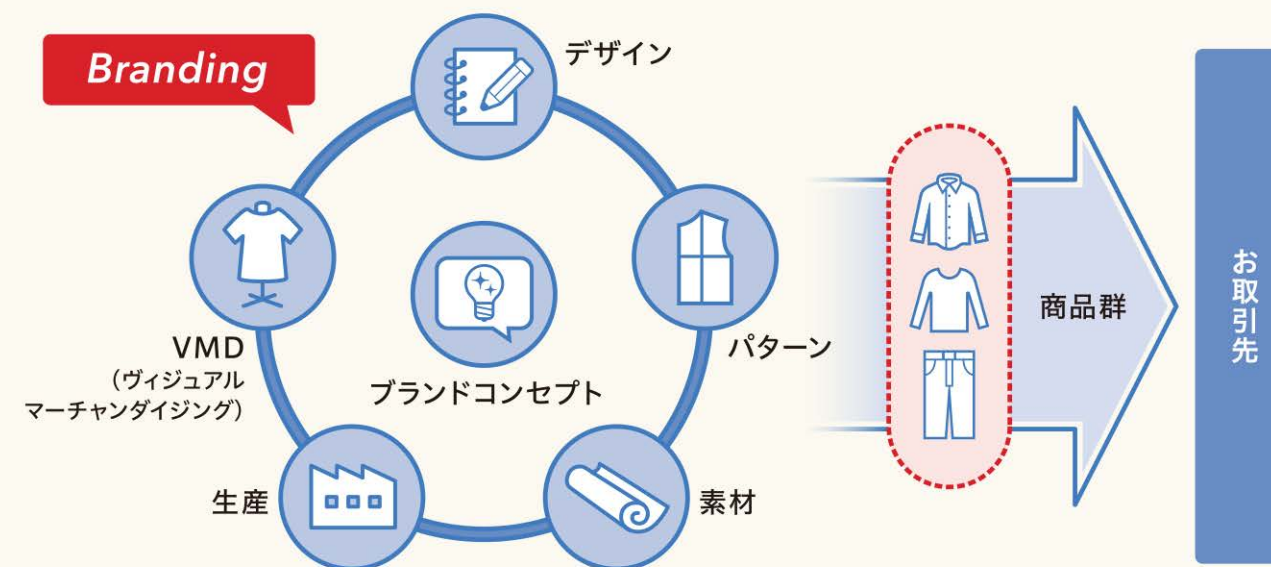
創業から270年、タキヒヨーは繊維に携わってきました。1962年に取扱商品を和装から洋装に大転換してからは、既製服の卸売を事業の柱とし、圧倒的な単品アイテム提案を武器に、成長を続けてきました。

ところが近年、市場の著しい変化に対応しきれず、当社が最も得意としてきた卸売事業で、厳しい状況が続いています。そこで当社は、従来通りのやり方をこれまでのように続けていては企業としての成長がないという強い危機感を持ち、全社を挙げての改革をしています。

これまで中心となっていた単品アイテムの提案は、商品の一つ一つが素晴らしくても、点の商売にしかなりま

せん。点の集合体として結果的に規模が大きくなるのではなく、商品企画の段階から商品「群」として提案できるようにアイテムを構成していくこと、それがこれからタキヒヨーが目指す卸売の手法なのです。

これまでの長い歴史で培ったノウハウやネットワークという財産を最大限に生かし、核となるブランドコンセプトを具現化していく「ブランディング」こそ、私たちが生き残っていくための新たな武器となります。この考えに基づき、第一弾として大手お得意先との取り組みを始めたのが、2021年2月に新たに誕生した「Labo Spec」です。



「Labo Spec」の誕生

現在の難局を乗り越えるべく、新たな試みとしてスタートした「Labo Spec」。ブランド名には、研究に研究を重ねて、自分たちの理想の一枚を作り上げていくという想いが込められています。

ブランディングに当たり、タキヒヨーの社員だけでなく、お得意先や社外のプロが一体となった専門チームを結成し、コンセプト作りから商品企画、売場作りに至るまで、すべての工程を一つ一つ丁寧に構築し、約1年をかけて自信を持って消費者の皆さまにお勧めできる「商品群」を作りました。

タキヒヨーの新たな可能性が詰まった「Labo Spec」のこだわりポイントをご紹介します。

ブランドコンセプト

～“丁寧と暮らし服”丁寧に作りこまれた服は、暮らしを丁寧に考える～
大量生産・大量消費の時代は終わりを迎えようとしています。気に入ったものを大切に着続ける、そんな新しい時代に求められる服を提案したいという想いからコンセプトが生まれました。



デザイン

大人が普段着として着られるジーン・ングカジュアルが基本。
トレンドに流されず、着回しができるよう計算されています。さらに、性別・年齢を問わず着られるアイテムを多く取り揃え、誰でもファッションを楽しめるようにしました。

パターン

誰が何を着てもきれいに見えるシルエットを実現するため、何度も試作を繰り返しました。
あらゆる生活シーンを想像し、どんな時にも動きやすい、着る人に寄り添った理想のパターンを作り上げました。

Patterner's comment

キーアイテムのジーンズだけでなく、平面製図で作られることの多いTシャツまでも立体製図でパターンを起こしました。シルエットを立体的にすると、着心地、動きやすさが格段に良くなります。着れば絶対に違いがわかっていただくと自負しています！

Labo Spec Project



新たな強みを獲得し、次の挑戦へ

「Labo Spec」プロジェクトは、当社にとって大きな挑戦でした。

メンバーがブランディングとは何かを一から学ぶことで蓄積されたノウハウは、当社にとって新たな強みになります。今回、お得意先と一緒に一つ一つのブランドを作り上げた経験と自信が、第2、第3の「Labo Spec」を生み出す原動力になると確信しています。



取締役 執行役員
ガーマントディレクショングループ
マネジャー 兼 首都圏営業グループ
副マネジャー
柚木 健太郎

Point!

メンズ・レディースともに
カーディガン:4,268円
シャツ:4,268円
パンツ:6,380円
(税込)

素材

着心地を大切にするため、天然素材を多く採用しています。当社独自の素材開発技術や、ネットワークを活用した素材調達が可能です。
今後は当社が取り扱うサステナブル素材を使用したアイテムも増やしていきます。

生産

これまで中国や東南アジアなどで培ってきたネットワークを武器に、デザイナー・パタンナーの世界観を具現化するために最適な生産工場を選定します。



VMD

(ヴィジュアルマーチャンダイジング)

商品が店頭と並ぶところまで綿密な計画を立てます。お客さまが売場を見たときに、「このコーディネートを着てみたい!」と思っていただけるような商品の見せ方を、お得意先と一緒に考えます。

wear new
your
Labo Spec

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

歩みを止めず、一歩ずつ前へ

タキヒヨーは今年で創業270周年を迎えました。

これまで我々がやってきたのはただ一つ。歩みを止めないこと。歴史というのは、残そうとしてできるのではなく、一歩ずつ前に進み、ふと振り返った時に自分の後ろにできているものだと思います。一歩が無理なら半歩でも前へ、転ぶとしても前へ、ということの積み重ねが今のタキヒヨーを形作っています。

今回のハンカチをお願いした「千總」には460余年もの歴史があります。「美」に真摯に向き合い、一心に追い求める日々を重ねて今がある。その一貫した姿勢には、尊敬の念を抱きます。

受け継ぎ、続け、繋いでいく。これから10年、100年先も皆さまに必要とされる存在でありたいと強く思います。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫

6月下旬
発送千總
友禅柄ハンカチ
2枚セット

1555年創業

美の追求を続ける「千總」

1555年に京都烏丸三条で創業した千總は、時代の変遷とともに形を変えながら、美の追求を続けてきたブランドです。

京都のまちに深く根付き、文化に携わってきた歴史が培った伝統と職人技、そして新たな感性によって、きものをはじめとした人生の特別なひとときを彩る美を生み出しています。



明治期の社屋



chiso.co.jp

受け継がれる伝統と美へのこだわり

千總が大切にしている「伝統と美へのこだわり」を今回のハンカチに込めました。そのポイントをご紹介します。

時代を超えて蘇る美しい柄

千總には「図案家」と呼ばれるデザイナーが在籍しており、現在でも手描きで図案を制作しています。今回は、千總が所蔵するアーカイブの中から、明治から昭和初期にかけての型友禅の染め見本を選んで図案家がリデザインし、柔らかく爽やかな配色で表現しています。

瑞鳥である「鳳凰」の周りには果物がたわわに実る様子が描かれ、豊穡への祈りも込められています。



細かなところまで手を抜かない美しさ

ハンカチの生地にはジャカードで細かな七宝柄を入れています。地紋のある生地に柄を重ねることで、きものように奥行きを感じられるデザインに仕上げました。日本に古くからある染織品の美しさを取り入れています。

七宝は、吉祥文様として広く愛されてきた伝統柄で、その形に由来して円満を意味します。



株主優待制度のご案内

8月末日、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。

2月末日基準

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

8月末日基準

社長こだわりの
オリジナルギフト

NEWS

ゴルフウェアブランド 公式ECサイトOPEN！

コロナ禍で、「密」を避けて、屋外で運動ができるゴルフの人気の高まっています。特に、これまでゴルフをしたことがない20代、30代で新たにゴルフに挑戦する層が増えています。

この好機を逃さずタキヒヨーでは、ゴルフブランド「ZOY」「WAAC」「G/FORE」の訴求力を高めるため、2021年4月20日に新たに公式ECサイトをオープンし、ブランドごとに魅力を発信しています。個性が輝く3ブランドの今後の成長にぜひご期待ください。



[ZOY]

1988年の誕生以来、「シンプル」「上品」「クラシック」がコンセプトのゴルフウェアブランド。厳選した素材、美しさと動きやすさを両立させるシルエットで、ゴルフアークからの支持を集めています。
<https://www.zoy-online.jp>



[WAAC]

2016年に韓国で生まれ、当社が2020年より日本における独占販売権を取得したゴルフウェアブランド。ブランドキャラクター「ワッキー」やグラフィカルで機能的なデザインが人気です。
<https://www.waac-online.jp>



[G/FORE]

2011年、ロサンゼルス発のゴルフブランドで、2020年より当社が日本における代理店として展開を開始。機能性だけでなくファッション性を追求し、カラフルなカラーを取り入れたデザインが魅力です。
<https://www.gfore-online.jp>

株式の状況

2021年2月末日現在

発行済株式の総数

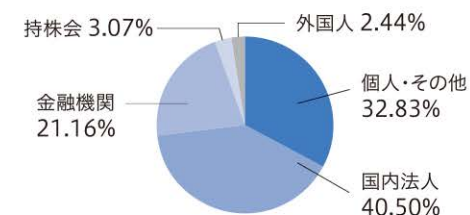
9,600,000株

(うち自己株式315,891株)

株主数

6,686名

所有者別株主分布

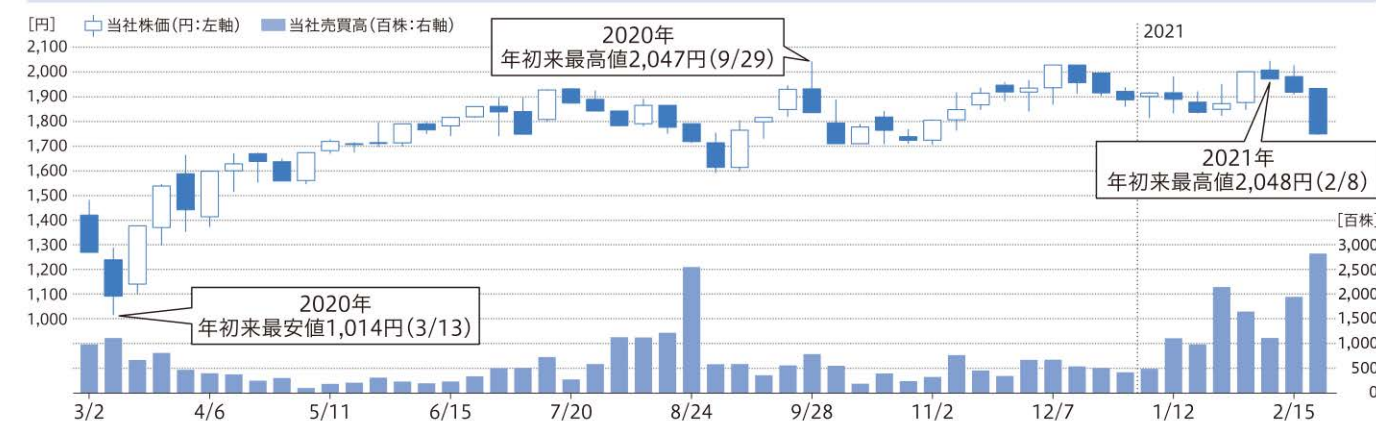


大株主一覧

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	25.85
株式会社旭洋興産	420,600	4.53
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.78
第一生命保険株式会社	240,000	2.58
タキヒヨー取引先持株会	224,864	2.42
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	204,800	2.20
滝 茂夫	173,590	1.86
日本生命保険相互会社	164,992	1.77
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.29
株式会社中京銀行	114,480	1.23

※当社は、自己株式を315,891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(2020年3月~2021年2月)



株主還元



2022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

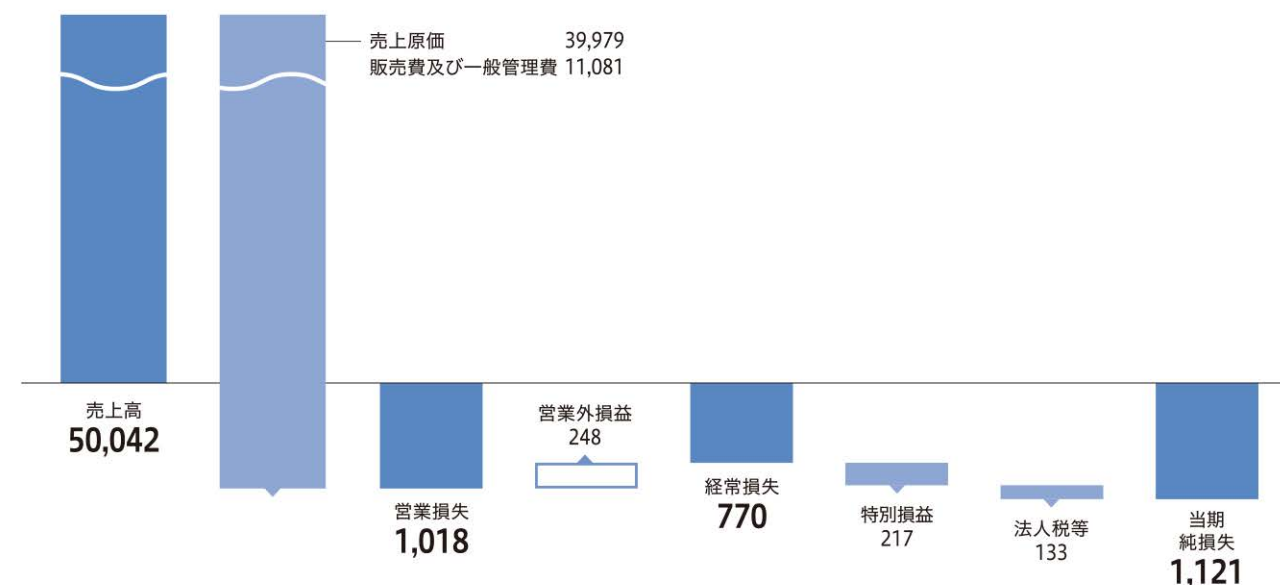
当社は2017年9月1日付で普通株式5株につき1株の割合で株式併合を実施しております。1株当たり配当金につきましては、2018年2月期の期首に当該株式併合が行われたと仮定して算出しております。

※2019年2月期および2021年2月期は、当期純利益がマイナスになったため、配当性向を記載しておりません。

2021年2月期 業績のご報告

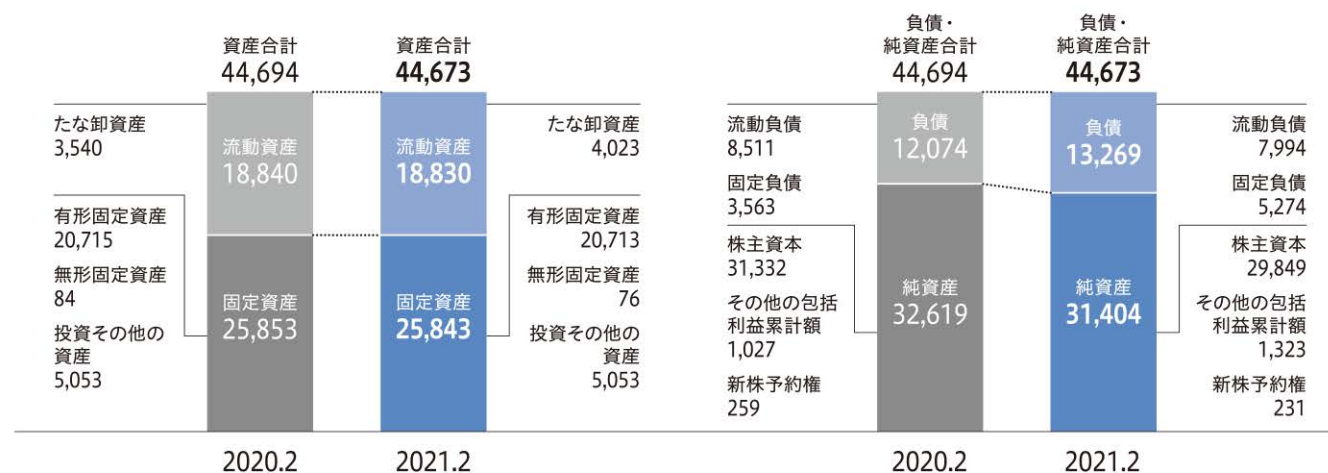
連結損益計算書の概要 [単位:百万円]

※百万円未満は切り捨てています。



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収束が見通せない中、緊急事態宣言発令などに伴う諸施設の営業時間短縮や外出の自粛などにより、衣料品の個人消費は大きく落ち込み、当社も年間を通じて厳しい状況が続いた結果、前期比17.0%減収の50,042百万円となりました。

営業利益

売上総利益率の改善や販売管理費の削減に取り組んだものの、売上高減少の影響が大きく、前期比915百万円減益の1,018百万円の営業損失となりました。

当期純利益

固定資産を減損したことによる特別損失を205百万円計上したことなどにより、前期比-1,166百万円減益の-1,121百万円となりました。

Point

連結貸借対照表

総資産は、主として、現金及び預金、商品及び製品、投資有価証券が増加した一方で、受取手形及び売掛金、長期貸付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。負債は、主として、未払金が減少した一方で、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。

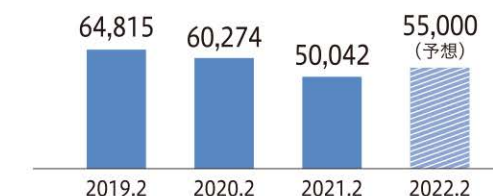
2022年2月期 業績予想について

連結業績予想につきましては、売上高55,000百万円(前期比+9.9%)、営業利益220百万円、経常利益320百万円、当期純利益200百万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

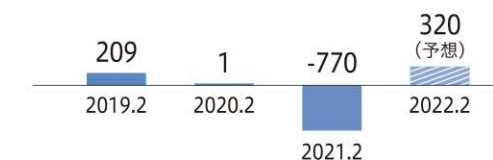
売上高



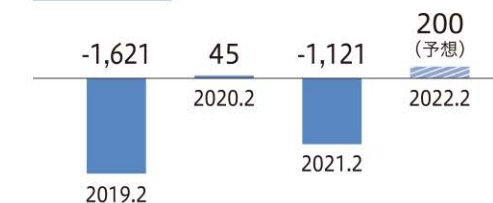
営業利益



経常利益



当期純利益



※予想は2021年4月14日公表

会社概要		2021年5月26日現在		
商号	タキヒョー株式会社			
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 会長執行役員	滝 茂 夫	社外取締役	今井 博
	代表取締役 社長執行役員	滝 一 夫	社外取締役	小笠原剛
	取締役 上席専務執行役員	武 藤 篤	取締役(常勤監査等委員)	丹羽卓三
	取締役 専務執行役員	岡 本 智	社外取締役(監査等委員)	鷲野直久
	取締役 執行役員	池 田 雅 彦	社外取締役(監査等委員)	菊間千乃
	取締役 執行役員	柚木健太郎		
従業員数	680名〈男341名 女339名〉		(2021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	東京証券取引所市場第一部 名古屋証券取引所市場第一部
株主優待制度	【年2回 2月末・8月末 200株以上】 社長こだわりのオリジナルギフトを贈呈 【年1回 2月末 200株以上】 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2021【ブース出展】

9/10(金) 11(土) 10:00~17:00(予定)

会場:吹上ホール

※新型コロナウイルス感染症の状況により、イベントが中止になる
可能性があります。

【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

「タキヒョーのある暮らし」

「Labo Spec」は、“丁寧と暮らし服”をブランドコンセプトに、
今年の2月に誕生しました。
デザインはもちろん、素材、パ
ターンに至るまでこだわり抜い
た一枚は、どんな人の生活にも
寄り添います。



【写真左】トップス:3,168円/パンツ:6,380円

【写真中央2名】トップス:2,068円/パンツ:6,380円

【写真右】トップス:3,168円/パンツ:6,380円

(すべて税込) 靴:参考商品 (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/>



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。



タキヒョー株式会社