

A woman with short brown hair, wearing a black visor with 'WAG' on it, a black sleeveless top, and a black and white patterned skirt, stands on a lush green golf course. She is holding a golf club with a black grip and a white glove on her left hand, which is raised to her forehead. The background features a line of green trees under a bright blue sky with scattered white clouds.

Takihyo

株主通信 第109期 2019.3.1 > 2020.2.29

“ストーリー性”のあるものづくりを

前期の業績について

2020年2月期は、連結売上高602億円、連結営業損失1億円となりました。現在のアパレル業界は、各社の大胆な構造改革やECの台頭をはじめとした市場における勢力図の変化が起こっており、業界全体として大きな転換点を迎えていると認識しております。

このような状況下で、当社としても売上高の挽回に向け、コーディネートによる商品提

案、パターンの内製化によるシルエットからの企画の差別化を進めて参りましたが、逆境を跳ね返すには至らず、また1月以降の新型コロナウイルスの感染拡大によるサプライチェーンの混乱が影響し、減収・営業赤字となりました。株主の皆さまのご期待に沿う結果とならず、深くお詫び申し上げます。

“ストーリー性”のある商品企画の浸透

業績回復のためには、単なる価格の安さや前年実績、トレンドなどに立脚した従来の商品企画ではな

く、当社がそれぞれのお取引先の店頭での需要を捉え、色・素材・シルエットに当社の独自性を加えた商品企画を行わなくてはなりません。このような視座に立った商品企画は、必然的に、この店頭でこの仕様の商品をこの時期に投入するから売れるのだという強い主張を持った“ストーリー性”があるものとなります。

この“ストーリー性”のある商品企画によって、貿易部門やテキスタイルの素材開発部門は堅調に推移しており、また、コーディネートによる商品提案においても、大手お取引先と戦略的な取り組みを手掛けているところです。

今期からはコーディネート提案による商品群での訴求力強化と同時に、新設の専任部署が生産・品質管理を一括してコントロールし、品質の安定化を図る組織編成としています。この体制の下、“ストーリー性”のある商品企画をさらに各部門へ浸

透させることで、お取引先との関係性をより深めていき収益の確保に努めて参る所存です。

新たな商売を芽吹かせる

B to Cの分野では、現在ゴルフウェアブランドの「ZOY」やイタリアのメンズブランド「BOB」などが着実な成長を遂げておりますが、ここからより幅広い分野を手掛け、新たな商売を芽吹かせる試みを進めているところです。

3月には、女子プロゴルファーの伊・ボミ選手らが着用するゴルフウェアブランド「WAAC」とアパレルライセンス契約を締結し、全国の百貨店等へ展開して参ります。「ZOY」とは違った年齢層、テイストのブランドを取り扱うことで新たな顧客を創出することが狙いです。

また、新たな分野への挑戦として、日本の伝統美とサブカルチャーを集積した店舗「品^{しな}」も、銀座での



オープンを控えております。これらの事業は将来的にはECも展望して、今後の成長の足掛かりの一つとして参る所存です。

新型コロナウイルスの影響により、見通しが不安定な状況が続くと思われますが、その中で当社としての次なる施策を着実に打っていき、業績回復に努めて参ります。株主の皆さまにおかれましては、時節柄ご自愛いただき、また変わらぬご支援をいただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫



体制一新 苦境に打ち勝つ企業力を築く

岡本 智

SATOSHI OKAMOTO

取締役専務執行役員 営業副本部長

【略歴】タキヒヨーのベビー・キッズアパレルの根幹を築いた子ども服のプロフェッショナル。現在は、営業副本部長として営業を横断的に統括。

前期の総括をお願いします

2020年2月期は当初予測から大幅な減収・減益となり、株主の皆さまにはご心配をお掛けしていますことを深くお詫び申し上げます。

この結果の要因といたしましては、市場におけるコスト圧力が強まったことにより、利益率の改善が停滞してしまったこと、また冷夏、暖冬といった天候要因や、アパレル各社のブランド再編等による店舗減が相まって、それらの対応が後手に回ってしまったことによります。さらには1月下旬より中国における新型コロナウイルスの感染拡大・工場再開の遅れが生産や商品供給に大きな影響を与えました。

前期からの重点施策であるコーディネートによる商品提案は、お取引先からも一定の評価をいただき、またレディースのボトム部門に関してはQR対応(クイックレスポンス:店

頭の動きに合わせた迅速な商品供給)が奏功し、特に下期からは回復傾向となるなど好材料があったものの、業績を挽回するには至りませんでした。

主力事業の立て直しと新たな取り組みについて教えてください

主力のレディースアパレル部門では、コーディネートによる商品提案を今後も継続して、精度向上に努めて参ります。

今期はそのための組織編成を整えており、また大手お取引先との戦略的な取り組みもスタートさせております。適正利益の確保という面では、単なる価格競争に陥りやすい商品企画ではなく、お取引先の店頭での分析を行い、ターゲットとなる消費者へ向けた当社ならではの商品企画をさらに強化して、主力事業の収益体制の立て直しに努めて参ります。

一方で、従来の商売とは異なった切り口で事業の幅を広げていく試みも行います。

一つは、ベビー・キッズアパレル部門で、雑貨類をメインとするセレクトショップへの販路拡大を行っております。商品企画の段階から従来とは異なる視点を要するため、専任のプロジェクトチームを設置しました。

レディースのニット部門では中・高価格帯のお取引先の開拓を継続して行っており、次第に成果が現れてきましたので、販路が重なるテキスタイル部門へ組み込むことでさらなる相乗効果を狙います。

また、これまでもECに対する施策の一環として、既存のECプラットフォームへ出店し、商品開発や運営ノウハウの蓄積を行って参りましたが、改めて専任の人員を配置しチームとして取り組むことで、より具体的な実績を生み出すための体制といたしました。



今期の組織編成について
詳しく教えてください

レディスアパレル部門については、先にも述べました通りコーディネートによる商品提案を強化するための組織編成としています。

単品のアイテムごとの組織編成から、ヤングとミセスという大きく2つのターゲット層別に部署を再編することで、ヤングとミセス双方でコーディネートによる商品群での訴

求力の向上を図って参ります。

また、ベビー・キッズアパレル部門では取り扱い商品ごとの組織編成から、新生児、ベビー・トドラー、スクールと3つのエイジ別に再編することで、従来以上にお取引先ごとに効率的な施策を打てる体制といたしました。

生産面についても、生産統括部を新たに新設し、これまで各部署が担っていた生産委託工場への発注および生産管理を一括して行える

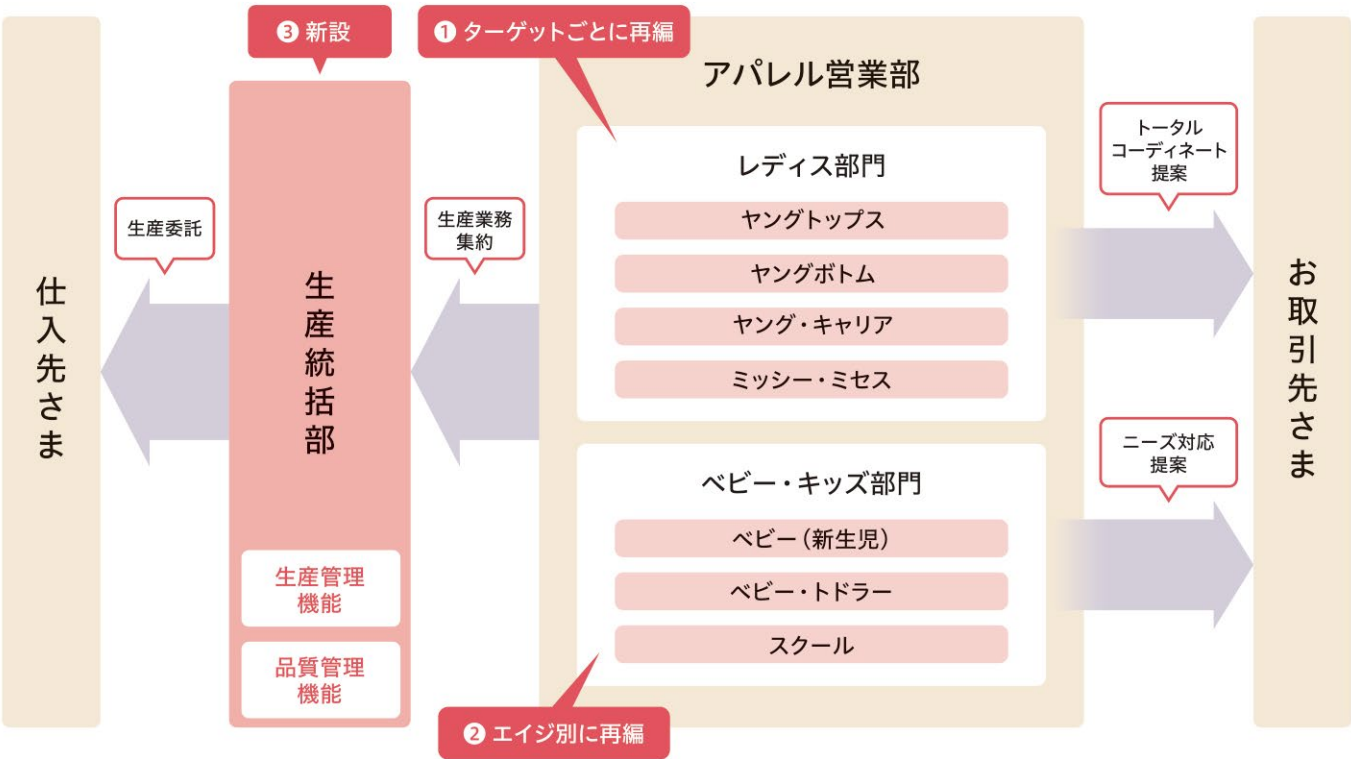
ようにいたします。全社の発注、生産管理を一つの部署に統合することにより、これまで継続的に取り組んでいた主要な生産委託工場との協力関係の強化と、これに伴うコスト・品質面での競争力向上を加速して参ります。

併せて、生産統括部へ品質管理や工場への技術指導機能も組み込むことにより、生産体制と品質のさらなる安定化を図って参ります。

今期は新たな組織編成の下、主力事業の収益体制の立て直しによる業績の挽回と、また当社の今後の成長のために、従来型の商売とは異なるアプローチで事業の幅を広げていく施策を遂行して参ります。

新型コロナウイルスの感染拡大もあり、当社のみならず株主の皆さまにおかれましても厳しい環境が続くと思われませんが、そのような状況の中でも、必要な施策を丁寧に進め、一日も早く株主の皆さまにご安心いただけるよう尽力して参ります。

主力事業における組織改編のポイント



- POINT**
- 1 レディス部門の再編**
単品アイテムごとの組織を再編し、ヤング・ミセス双方のターゲット層にトータルコーディネートで訴求できる商品企画の強化を図る。
 - 2 ベビー・キッズ部門の再編**
お取引先さまの組織に合わせ、エイジ別の組織にすることで、お取引先さまのニーズに対応した商品提案の強化を図る。
 - 3 生産統括部の新設**
これまで営業部署が各々で担っていた生産関連業務を集約し、品質管理や技術指導機能を組み入れることで、生産の一層の効率化と品質水準の安定化を図る。



WAAC日本上陸！

当社は、韓国の人気ゴルフウェアブランド「WAAC」の日本における独占販売権を取得し、2020年3月より店舗展開をスタートしました。これまで日本のゴルフウェアには見られなかった個性豊かなデザインが一際グリーンで目を引く「WAAC」。今回は、日本に初上陸したばかりの「WAAC」の魅力をご紹介します。

イ・ボミ選手



What's "WAAC"??

「WAAC」は2016年に韓国で誕生したゴルフウェアブランドです。ブランド名は、『Win At All Costs (どんな犠牲を払ってでも勝つ)』の頭文字をとったもの。「どうして天使のような人になって負けなきゃいけないの？ WAACになって勝とう！」をスローガンに、挑戦的な攻めのブランドを目指しています。2020年からは、日本でも人気の高い・ボミ選手とウェア契約を締結し、認知度が急上昇しています。



ブランドキャラクター
『ワッキー』

シルエット

ぴったりとフィットしたデザインは、動きやすいだけでなく、体のラインをきれいに見せます。

ポップでキュート！
WAACの魅力



キャラクター

シーズンやアイテムによって、さまざまな姿に変身するメインキャラクターの「ワッキー」。コミカルな表情が魅力的です。

デザイン

グラフィカル(絵画的)で個性的な要素を大胆にプリントに落とし込んだデザインがグリーンによく映えます。

機能性

伸縮性素材の使用や、スカートの中にインナーショーツをつけるなど、プレー中の動きを妨げない工夫をしています。

ポロシャツ¥16,000/スカート¥26,000/ヘッドカバー¥10,000

日本第1号店 OPEN！

3月28日に新宿小田急ハルクに日本第1号店がオープンしました。また、神戸大丸店もオープンを控えており、今後10店舗まで拡大を計画しています。来期からは、企画力や素材調達力に定評のあるタキヒヨーが企画・生産にも参画していく計画のWAAC。今後の展開から目が離せません。

3/30
OPEN!

WAAC 小田急ハルク店
〒160-0023
東京都新宿区西新宿1-5-1
小田急百貨店ハルク館1F
ゴルフウェア売場
TEL: 03-3340-0002

近日
OPEN!

WAAC 大丸神戸店
〒650-0037
兵庫県神戸市中央区明石町40
大丸神戸店5F ゴルフ売場
TEL: 078-332-0025

6月末
まで
POP-UP

WAAC 松坂屋名古屋店
〒460-8430
名古屋市中区栄3-16-1
松坂屋名古屋店北館4F
ゴルフウェア売場

※新型コロナウイルス感染拡大により、営業自粛の可能性があります。店舗にご確認の上、ご来店ください。



挑戦者

—未来のために今できること—

しな vol.4
「品 shina」

—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、新しい小売事業に挑戦する「品 shina」についてご紹介します。

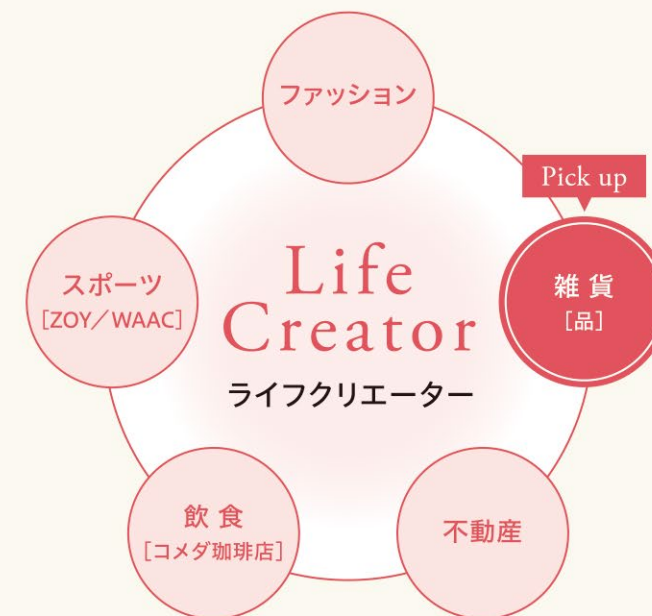
ライフクリエーターを 目指して —「品 shina」の挑戦—



私たちタキヒヨーは、ファッションに限らず、消費者の皆さまの生活すべてに関わることをご提案する「ライフクリエーター」を目指しています。

生活の中の「こんなものがあつたらいいな」を形にして、毎日が豊かになるお手伝いをする。それがタキヒヨーの考える「ライフクリエーター」です。

現在、私たちが「あつたらいいな」と思うものを集めた新しい小売事業「品 shina」をスタートすべく準備を進めています。



日本の伝統を守り、世界に向けて発信したい

日本には長い歴史があり、その中でさまざまな技術が生まれ、現在まで受け継がれてきました。すばらしい技術に、そのものづくりに携わる人々の想いが込められ、世代を超えてつながっていくことで、「伝統」に昇華していきます。

われわれが挑戦する「品」は、この「伝統」を守り、支える存在であると同時に、発信者でありたいと考えています。日本の伝統には、国境を越えて世界中の人をとりこにする魅力があります。

さらに、来年には東京オリンピックを控え、日本に対する注目はどんどん高まっていくと考えています。

「品」を日本文化の発信地として、世界中にファンが広がっていく大きな可能性を感じています。



生活関連事業開発室 「品」課長
伊藤 敏基

日本の中心から、日本の文化を発信

古来日本には、すばらしい伝統が数多く存在し、脈々と受け継がれてきました。さらに近年では「クールジャパン」と称されるように、新しい文化も次々に生まれています。これらすべてを誇るべき日本の「文化」として捉えて大切に守り育て、日本だけでなく世界へ発信していこうというのが「品」のコンセプトです。

日本の中心、東京の銀座から世界へ。「品」の挑戦が始まります。

右／都会の喧騒から切り離されたような、非日常的で美しい空間が、訪れる人に癒しのひと時をご提供します。

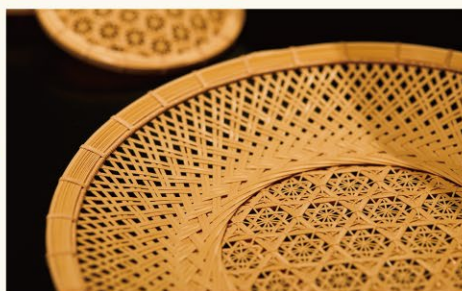


日本の伝統美



日本の伝統的な手法に新しい感性を注ぎ込むことで、今までにない斬新な美しさを纏った逸品の数々を取り揃えました。長い間受け継がれてきた技術や精神を次世代につないでいく力を持った作家を中心にご紹介しています。

左／九谷焼では珍しい黒を基調とし、掻き落としと呼ばれる独特の技法を用いて描かれた絵が、水墨画のような美しさを生み出します。【作者：井上雅子】



わずか数ミリの細い竹ひごを丁寧に編むことで生まれる緻密で繊細な美しさは、見る者を圧倒します。【作者：小倉智恵美】

伝統 × ファッション



日本の民族服である着物のリメイクや、日本古来の文様をデザインに落とし込んだ服など、伝統とファッションの全く新しい融合美をご提案します。

日本の伝統柄を日本発祥のファッションであるスカジャンにあしらった完全オリジナルの一着。丁寧な職人技が光ります。



アニメや特撮物など海外でも認知度が高く、根強いファンがいるものから、新進気鋭のクリエイターとのコラボレーションによる一点ものまで、選りすぐりのものをご紹介します。



「品」限定のオリジナルソフビ(ソフトビニール)人形。若きクリエイター、タケヤマ・ノリヤの作品には、日本人特有の「カワイイ」が詰まっています。



サブカルチャー

店舗情報

品 shina(しな)

〒104-0061
東京都中央区銀座5丁目5-6 三平ビル1階・2階
(東京メトロ銀座駅B3出口より徒歩1分)
TEL: 03-5962-8030



※新型コロナウイルス感染拡大のため、オープンを自粛しております。収束次第、改めて当社ウェブサイトオープン日をお知らせします。

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

“もったいない”から新たな価値を

「潮目が変わった」と肌で感じています。サステイナブル（持続可能）という新たな価値が生まれ、それを無視した経済活動は許されない時代がすぐそこまできています。

振り返ってみると、日本にはもともと「もったいない」というすばらしい概念があり、これがサステイナブルの基本ではないかと私は思います。今回ご紹介する「THE NEW DENIM PROJECT」の理念も、「もったいない」に通じるものがあり、ここに私たちは強く共感しました。

株主の皆さまにも、バッグに込めたタキヒヨーの未来への想いを感じていただければ幸いです。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫

6月中旬
発送「THE NEW
DENIM PROJECT」トートバッグ便利な
内袋付き

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

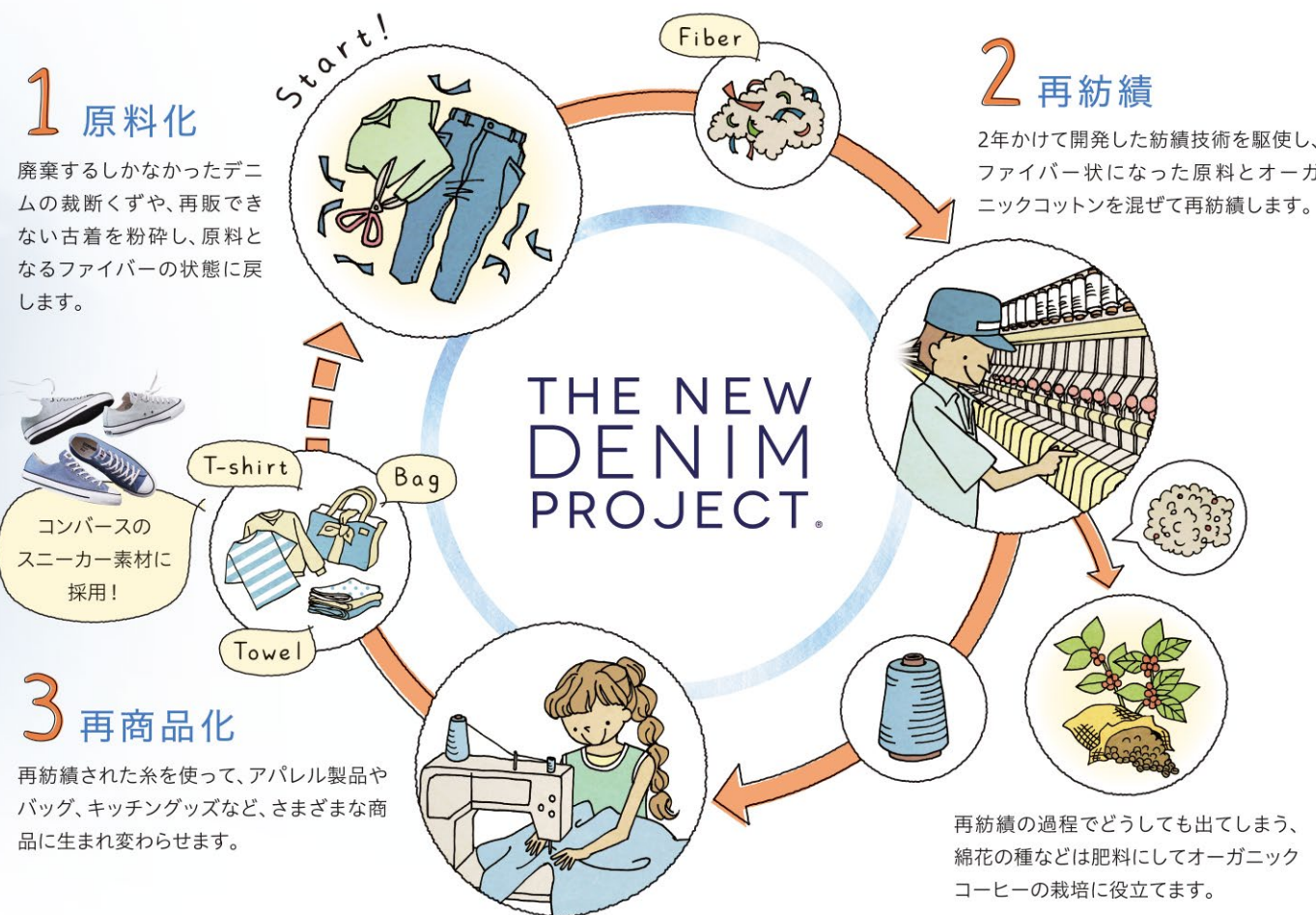
抽選

8月末日基準

社長こだわりの
オリジナルギフトTHE NEW DENIM PROJECTが目指す
「無駄にしない」循環型システム

2013年、グアテマラの紡績会社「アイリステキスタイル社」がサステイナブル（持続可能）な素材開発を目的としてスタートしたのが「THE NEW DENIM PROJECT」です。商品を将来的な廃棄物とすることなく、新たな価値を

与えて再商品化するという取り組みに賛同したタキヒヨーは2018年に日本における独占販売権を取得。現在、パートナーシップ企業として、さまざまなブランドへの啓発活動を通してプロジェクトの浸透を図っています。



時を紡ぐ

～タキヒヨー歴史探訪 ⑧

ゆかり
所縁の建造物やその跡地を巡りながら
脈々と受け継がれる理念を紐解きます

温故知新の体現「一宮工場」(愛知・一宮)

古きに学び、新たな価値を生み出す「一宮工場」。ものづくりの原理原則を理解しない者には、本当に良いものは生み出せないという10代目 滝一夫の信念から2014年に設立されたこの工場では、原料から糸・生地までの一貫生産が可能となっています。

タキヒヨーのものづくりの拠点となった本工場に導入したのは、産業革命の初期に活躍した旧式の英式紡績機。

操作が難しく、メンテナンスに手間がかかることから、今ではほとんど残っていないこの機械をあえて導入したのは、自分たちで動かすことでものづくりのノウハウを蓄積し、タキヒヨーにしかできない生地を世界に発信するため。タキヒヨーを新たなステージに導く挑戦は、これからも続きます。



70年以上前に作られた英式紡績機は、現存するものがほとんどない希少なもの。ゆっくりと撚りを入れることで、糸に柔らかな風合いが生まれる。



住所：一宮市西萩原字若宮前100
交通：名鉄萩原駅より徒歩約24分、または名鉄二子駅より徒歩約27分

株式の状況

2020年2月末日現在

発行済株式の総数

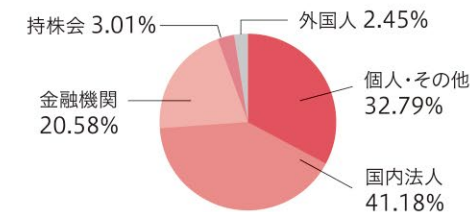
9,600,000株

(うち自己株式272,117株)

株主数

6,470名

所有者別株主分布

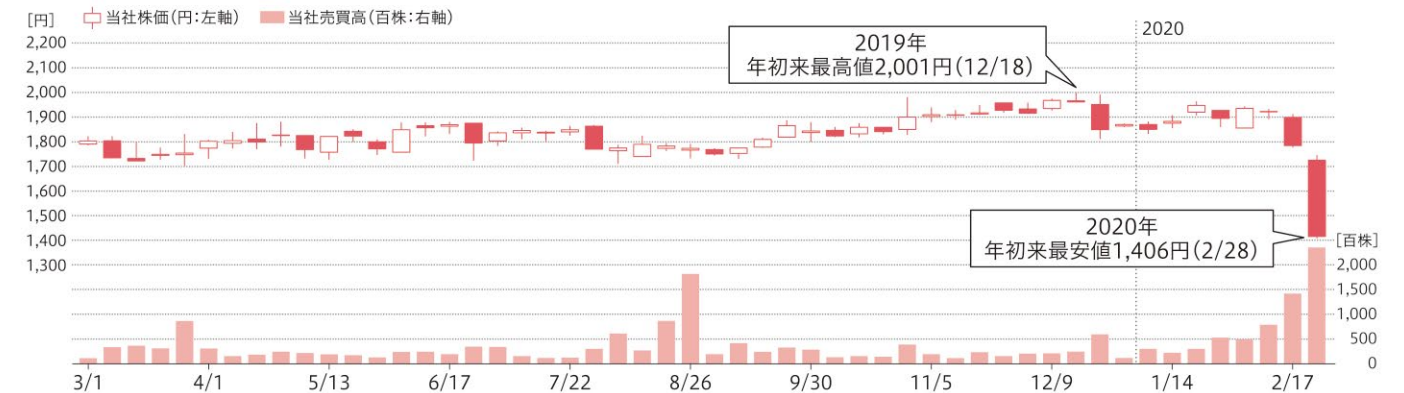


大株主一覧

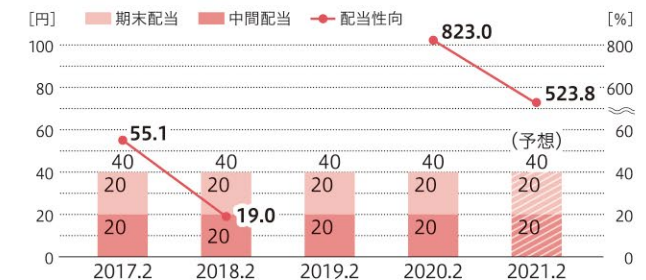
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	25.72
株式会社旭洋興産	420,600	4.50
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.76
第一生命保険株式会社	240,000	2.57
タキヒヨー取引先持株会	210,264	2.25
滝 茂夫	170,590	1.82
日本生命保険相互会社	164,992	1.76
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	124,100	1.33
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.28
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	115,300	1.23

※当社は、自己株式272,117株を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(2019年3月～2020年2月)



株主還元



2021年2月期 配当予想

中間 1株当たり 20円

期末 1株当たり 20円

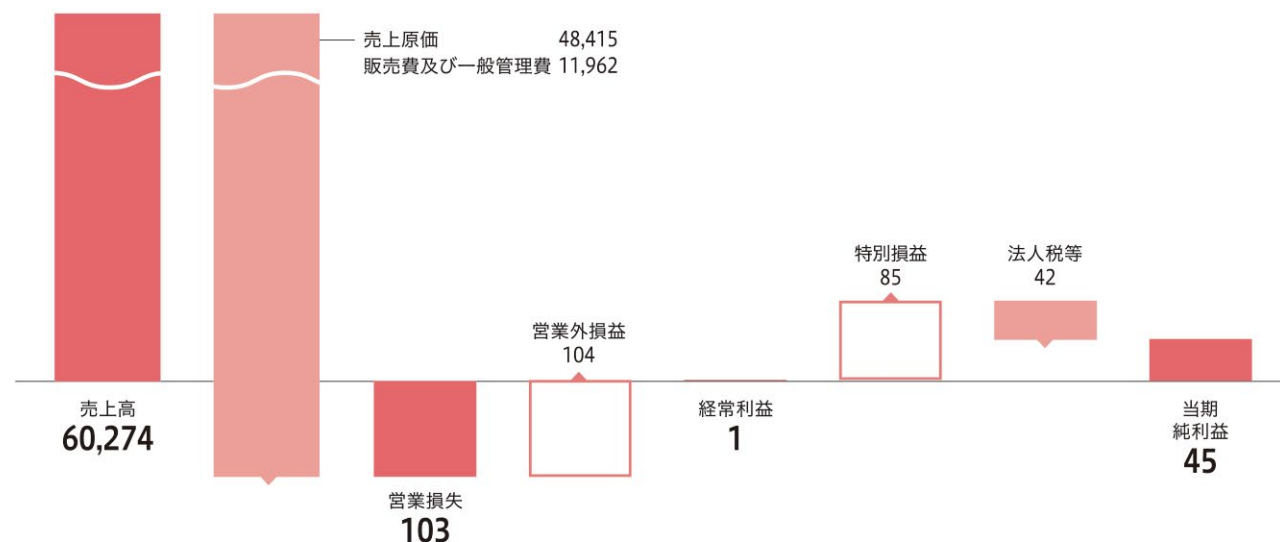
当社は2017年9月1日付で普通株式5株につき1株の割合で株式併合を実施しております。1株当たり配当金につきましては、2017年2月期の期首に当該株式併合が行われたと仮定して算出しております。

※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。

2020年2月期 業績のご報告

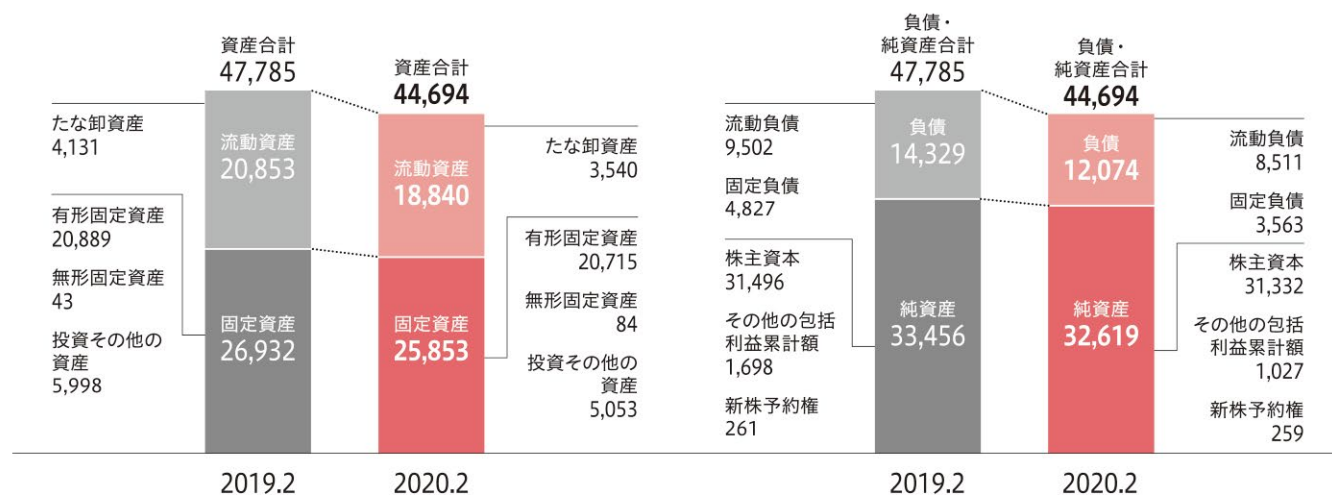
連結損益計算書の概要 [単位:百万円]

※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

夏以降の天候要因や、お得意先の発注傾向の変化により、苦戦したことに加え、1月下旬以降の新型コロナウイルス感染症の発生を受けた、中国の生産協力工場の操業停止に起因する納期遅延により、前期比7.0%減収（うち新型コロナウイルスの影響で7億4千万減少）の60,274百万円となりました。

営業利益

売上総利益率の改善や、販売管理費の削減が進んだものの、売上高減少の影響が大きく、前期比205百万円減益の103百万円の営業損失となりました。

当期純利益

前期に計上していた減損損失1,507百万円の影響がなくなり、前期比1,666百万円増益の45百万円となりました。

Point 連結貸借対照表

総資産は、主として、受取手形及び売掛金、商品及び製品、投資有価証券が減少したことにより、前期末に比べて減少しました。負債は、主として、未払金が増加した一方で、支払手形及び買掛金、長期借入金が増加したことにより、前期末に比べて減少しました。純資産は、主として、利益剰余金、その他の包括利益累計額が減少したことにより、前期末に比べて減少しました。

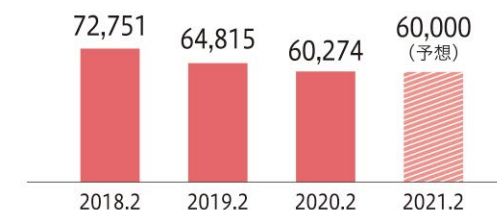
2021年2月期 業績予想について

連結業績予想につきましては、売上高60,000百万円（前期比-0.5%）、営業利益100百万円、経常利益200百万円、当期純利益70百万円を見込んでおります。

※業績予想については新型コロナウイルス感染拡大を受け、アパレル・テキスタイル関連事業の受注減が上期中継続するとの仮定に基づくものであり、終息時期に応じて変動する可能性があります。

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

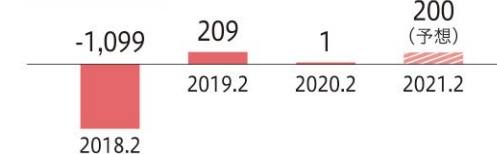
売上高



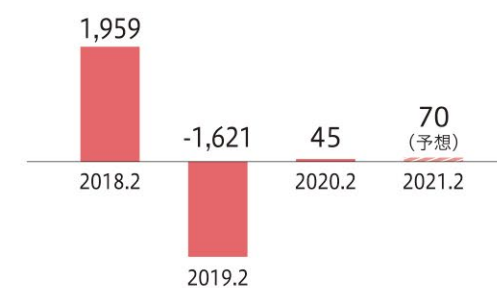
営業利益



経常利益



当期純利益



※予想は2020年4月14日公表

会社概要		2020年5月27日現在		
商号	タキヒヨー株式会社			
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 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 専務執行役員	武 藤 篤	取締役(監査等委員)	鷲野直久
	取締役 執行役員	池 田 雅 彦	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	663名〈男330名 女333名〉		(2020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

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】総務部 IR課 tel.052-587-7030

今号の表紙

「タキヒヨーのある暮らし」

今年の3月に日本に上陸した「WAAC」のゴルフウェア。スタイリッシュでグラフィカルなデザインは、グリーンで注目を集めること間違いなし。プレーを妨げない機能性もゴルフアから好評です。



サンバイザー:7,000円/グローブ:3,500円/トップス:16,000円
ボトム:24,000円 (P08~P09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/>



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。



タキヒヨー株式会社