

Takihyo

株主通信 第109期 中間 2019.3.1 > 2019.8.31



再起と成長の両輪を 回すために。

上期の業績について

2020年2月期の中間決算は、連結売上高294億円、連結営業利益3百万円となりました。利益率の改善を施策として推し進めたことで、利益面は前年同期比で改善はされたものの、数年来の減収傾向を断ち切り、安定的な収益を確保するまでには至っておりません。

この状況を打開すべく、9月より

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫

私が営業を統轄する営業本部長に就き、売上高の挽回を推し進めることで盤石な収益体制を確立し、併せて、業界を取り巻く環境が目まぐるしく変化をしていく中で、当社の将来の成長を期した新規事業に着手いたします。

失地回復へ向けた 取り組み

収益体制の確立には、そのトップラインである売上高の挽回が急務です。そのために、取引規模や、深耕余地の有無の観点からターゲットリングをし、そのお取引先との取り組みを強化して参ります。

コーディネートによる売場の提案と、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は、期初からの取り組みとして徐々に成果を出し始めております。この施策をさ

らに推し進め、お得意先との戦略的な取り組みとして、当社が年間を通して素材や色やアイテムの選別と投入フローを組み立て、当社の商品で一つの売場を構成していくことに注力して参ります。これにより、各お得意先の中での当社のシェアを取り戻し、売上高を挽回していく所存です。

現業にとらわれずに 将来への布石を打つ

現業の枠にとらわれずに、事業の幅をB to BだけではなくECも展望したB to Cの領域まで広げて、将来の成長の足掛かりを作っていくための事業にも取り組みます。

まず、現業以外の分野での成長の可能性を見極める一つの試みとして、「品^{しな}」という小売事業をスタートさせます。これは、陶器などの伝

統工芸品からフィギュアまでさまざまな商品を取り扱うことで、日本の伝統美とサブカルチャーを掛け合わせた店舗を立ち上げる事業です。

また、ウェルネス、フィットネス、ビューティーなどの分野へ、自然志向のアプローチを行っている米国ブランドが日本へ進出するに当たり、当社も商品販売の面でそのプロジェクトに参加する準備をしています。これはブランドコンセプトへの賛同者によって形成された一つのコミュニティに対して商品販売を行っていくという、当社にとっても新しい挑戦となります。

現業の収益力の回復と将来の成長を見据えた取り組みを両立させ、着実に浮上に向かって邁進して参ります。株主の皆さまにおかれましては、今後も変わらぬご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

逆境に立ち向かい、新たな強みを創る

上期の総括をお願いします

2020年2月期の上期は、継続的な施策である利益率の改善を進めた結果、連結営業利益は前年同期比で125百万円改善したものの、売上高減少による収益への影響は大きく、その挽回が必須事項であると認識しています。

上期は、期初から発足したコーディネート開発チームを中心とした、フルアイテムでのコーディネートによる売場提案が、主要なお取引先で成果が出始めるなど、施策が実を結びつつある一方で、カットソー、ニットを中心としたレディースアパレル部門が、マーケット自体の低調も影響し、特に苦戦を強いられました。

下期以降の営業施策を教えてください

商品企画、販売面では、売上高を挽回するために、コーディネート企画のさらなる充実を図り、お取引先の売場の中で、当社がシーズンを通して商品構成を任せていただく取り組みを広げて参ります。併せて、各部門がお取引先ごとに提案しきれていないゾーンの分析を行い、それぞれのお得意先に特化した商品企画、販売施策へと精度向上を図って参ります。

また、生産面では、ものづくりの根幹である、素材調達から生産委託工場、検品体制の体系的な見直しと合理化による、商品ごとの最適なコスト構造の構築が、安定した収益体制確立の鍵となります。

現在も、継続的に主要な生産委託工場との取り組み強化や技術指導の浸透を進めており、検品コストの削減という目に見える成果として出始めております。

この取り組みは、最終的には、品質のさらなる向上はもちろんのこと、検品コストを半減させる段階まで引き上げることを目指しております。

マーケット環境が厳しい中でどのような成長を見据えていますか

確かに、我々が強みとしているボリュームゾーン（一般的な価格帯）のマーケットは厳しい状況が続いております。

ここについては、先に述べた施策の実行による合理化で、いかに勝

ち組として残っていくかが重要です。一方で、将来的に当社のさらなる発展を期するためには、現業を基軸としながらもB to B事業だけではなく、B to Cの分野にも目を向けた動きをしなくてはならないと考えています。

その一環として現状は、主要なECモールへの出店をすることによって、商品開発や運営ノウハウの蓄積を行っている段階ですが、将来的には当社の小売事業の集合体となるECのプラットフォーム構築を目指しております。

直近の課題である収益の安定化とともに、今後のさらなる当社の発展も見据えた取り組みを進めることで、一日も早く株主の皆さまのご期待に応えられるよう尽力して参ります。



岡本 智

取締役 専務執行役員
営業副本部長 兼
アパレル第二営業部担当 兼
QC統括室担当

【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。



Melangetop

INTERNATIONAL

2018年3月に始動した当社の新たな小売事業“Melangetop”。
その成り立ちから今後の展望について聞きました。

Melangetopの コンセプトを教えてください

Melangetopは当社のゴルフウェアブランドZOYをはじめとして、イタリアのメンズブランドBOBなど欧州各国のブランドを取り揃えたセレクトショップですが、コンセプトの根底にあるのはZOYです。ZOYがだん

だんと売上を伸ばし、多くのお客さまに認知していただけるようになってきた中で、ZOYのお客さまと、ゴルフ以外のあらゆるシーンでもつながりを持ちたいという思いから生まれた、セレクトショップの出店構想がMelangetopの原形となっています。
Melangetopという名前は、色とりどりの綿を撚り合わせて作る糸に

由来します。ZOYが30年以上の歴史の中で培ってきた「上品・シンプル・クラシック」というコンセプトをメインフレームとして、その枠にさまざまな国の感性を持つブランドを取り入れることにより、Melangetopの糸のように店内のブランドが組み合わせり、引き立て合うことで、新しい魅力の創出につなげたいという

思いが込められています。

今後の事業戦略について 教えてください

まずは、東京、大阪、名古屋といった主要都市に旗艦店を出す計画です。主要都市を直営店で押さえつつ、他の地域では、トレンドセッターとなる現地の有力なセレクトショップへの卸売も拡大していきます。それにより旗艦店をブランドの発信源としながら、全国各地で私たちの商品を買っていただけるようにしていきます。

加えて、現在ZOYが各地に店舗

展開しているように、Melangetopの中にあるブランドで、単体でも収益の確保が見込めるものは、そのブランドを中心に扱った店舗の展開もしていきます。現在集客に最も貢献しているブランドは一日の長があるZOYですが、本年9月に大丸心斎橋店にオープンしたBOB for Melangetopは初めてZOYを一切取り扱わず、BOBを前面に押し出した商品構成となっており、今後はBOBの旗艦店としての役割を担っていくことを期待しています。

この様に、Melangetopだけではなく、単体のブランドにフォーカス

した店舗も広げていくことで、事業の柱となるブランドを次々に生み出し、もし一つの柱が折れても、他の柱が支えられる盤石な基盤を作っていきます。

そして、中期的な事業戦略の完成形は、実店舗とECが連動した体制の構築です。単にECを導入しても、知名度がなければ、無数にあるブランドの中に埋もれてしまうでしょう。そのため、まず実店舗の戦略として、旗艦店の都市圏展開と、プレス活動を通して、実生活の中で消費者と接点を持ち続け、ブランドの認知度向上と新たな顧客を創出し、マーケットにおける存在感を高めます。

その上で、ECのプラットフォーム構築やECモールへの出店によって、ECの強みである買い物の利便性によるお客さまとの継続的な関係構築と、広範な商圈を活用した販売拡大により、事業の発展を目指していきたいと考えています。Melangetopはまだ大きな成長余地のある事業であり、今後さらなる飛躍を遂げて参りますので、株主の皆さまもぜひご期待ください。

滝 元志郎

メランジトップ営業部
担当



NEXT PAGE

Melangetopが提案する、大人の上質カジュアル

新たなステージに入ったMelangetopがお勧めする
2019年秋冬コーディネートをご紹介します。



SHIRTS(BOB) ¥26,000
VEST(BOB) ¥23,000
PANTS(BOB) ¥21,000
HUNTING-CAP(BOB) ¥16,000
SCARF(BOB) ¥20,000
BELT ¥15,000
SHOES(Fracap) ¥59,000

SHIRTS(BOB) ¥31,000
JACKET(BOB) ¥50,000
VEST(BOB) ¥26,000
PANTS(Roy Roger's) ¥36,000
HAT(BOB) ¥15,000
BELT ¥15,000
SHOES(LO-WHITE) ¥56,000

SHIRTS(BOB) ¥26,000
VEST(BOB) ¥25,000
JACKET(BOB) ¥45,000
PANTS(BOB) ¥26,000
SCARF(BOB) ¥20,000
SHOES(Florence) ¥29,000

2019 AUTUMN&WINTER

ブランド紹介



[ゾーイ]

1988年9月に誕生したゴルフウェアブランド。「上品」「シンプル」「クラシック」がコンセプトのお洒落なウェアは、大人のゴルフアールから支持されています。



[ボブ]

2006年イタリアで生まれたメンズウェアブランド。Made in Italyとハンドワークにこだわった商品は、ファッション感度の高い層で人気急上昇中です。



[ロイロジャース]

1949年に生まれたイタリア最古のデニムブランド。ヴィンテージ感とハンドメイドにこだわったものづくりが特長です。



[ウオムシュ]

イタリア発のスニーカーブランド。こだわりのデザインだけでなく、地球に優しい素材を使用する姿勢も支持されています。



[ロブ]

イタリア発のハイエンドシューズブランド。厳選されたソールや素材を使用。大人の遊び心をくすぐるデザインが魅力です。

店舗情報



Melangetop
名古屋店
〒466-0826
愛知県名古屋市昭和区滝川町54
TEL: 052-835-5748
OPEN: 10:00-19:00



Melangetop ZOY
福岡Vioro店
〒810-0001
福岡県福岡市中央区天神2-10-3
Vioro B1階
TEL: 092-707-1366
OPEN: 11:00-21:00



NEW BOB for Melangetop
大丸心斎橋店
〒542-0085
大阪市中央区心斎橋筋1-7-1
大丸心斎橋店新本館 6F
TEL: 06-4708-3806
OPEN: 10:00-20:30



Pattern

挑戦者

—未来のために今できること—

vol 3

「パターン」

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、タキヒヨーが目指すものづくりにおいて重要な役割を担う
「パターン」について紹介します。

お客さまにとっての 理想の一枚を作り上げるために

生活に欠かせない衣料品ですが、消費者の節約志向や天候の変化、人口の減少など、衣料品業界を取り巻く環境は逆風ともいえる状況にあります。

その厳しい状況の中で、消費者の皆さまにタキヒヨー製品を選んでいただくためには何が必要なのか。私たちが考え続け、導き出した答え、それは「ものづくりへのこだわり」です。

素材や生産背景、価格などが限られた条件の中では、どのように商品を組み立てるのかという設計がものづくりの鍵になってきます。洋服づくりにおける設計、それがパターンなのです。

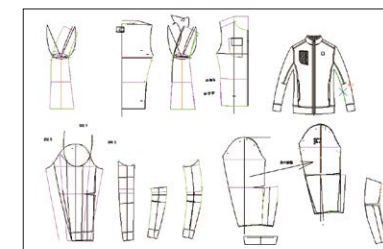


📖 パターンって何?

パターンとは服を作る際の型紙のこと。デザイナーが仕上げたデザイン画から、それぞれのパーツの型紙を起こす人のことをパタンナーと呼びます。

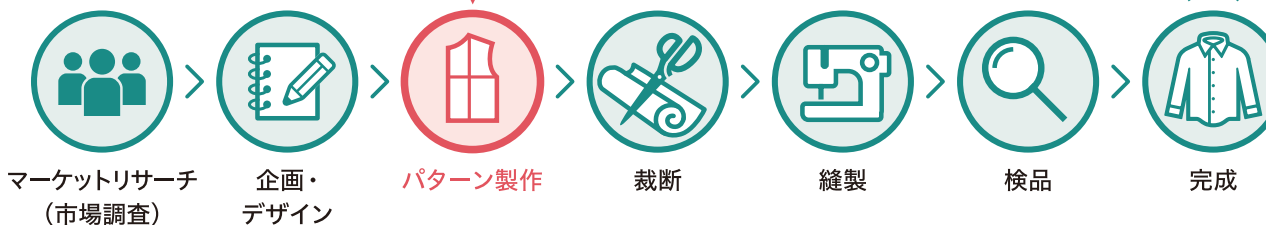


デザイン画



パターン

服ができるまで



ものづくりの要「パターン」

パターンを起こすということは、デザインという2次元のものを、3次元の立体にするという意味を持ちます。どんなに優れたデザインでも、実現できるかどうかはパターン次第。1ミリ違うだけで、最終的な商品の仕上がりが変わってくるため、パターンの作図には多くの専門知識と経験が必要とされます。

パターンルームにお邪魔しました！

パターンができるまで



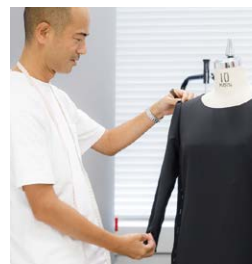
2. トワル

パターンに合わせて裁断した仮縫い用の布で、ボディ（マネキン）の上でピン留めし、ターゲット層の骨格などを意識しながらシルエットの確認と修正をする。



3. パターンの完成

縫い代つきのパターンと縫製仕様書を作成し、できあがったサンプルを見て、再度修正を加え、最終のパターンを作成する。



1. 作図

デザイナーが起こしたデザイン画に基づき、生地の特性や縫製方法を考慮して、CADで型紙を作図し、出力する。



タキヒヨーの挑戦 ①

ものづくり力の強化

企画にパタンナーの技術を取り入れることにより、タキヒヨーのものづくりの強化を図っています。デザインの段階で、立体になったときのイメージを持つことで、商品のクオリティの底上げが可能となります。

パタンナー×デザイナー
でクオリティUP



パターンで広がる ものづくりの可能性

タキヒヨーでは、こだわりのものづくりへの取り組みの一環として、パタンナーの強化を図っています。新たにパタンナーを増員するとともに、アイテムの垣根を越えて活発なコミュニケーションが取れる環境を整えることで、パターン発の新しい魅力の創出を目指しています。

シルエットにとことん
こだわった商品群

タキヒヨーの挑戦 ②

パターンの魅力が光る商品の開発

女性のさまざまな悩みを、パタンナーならではの視点と技術で解決することをコンセプトにした新しい商品群を生み出す取り組みを進めています。開発した商品は、将来的にB to Cで発信していく構想です。



日本が誇るものづくりの魂を守りたい

日本の専門学校でパターンの勉強をした後、立体裁断の技術を学ぶためにパリへ留学しました。そこで改めて気付いたのは、日本人のものづくりの圧倒的な正確さ。誰にもまねできない武器だと思います。

海外生産の波に押され、外注傾向が強くなっていたパターンを、あえて自社の強みにしようという試みは、タキヒヨーのも

のづくり全体を底上げし、ひいては日本のものづくりを守ることにもつながるはずです。

現在、パタンナー発信の新しい商品開発に携わっていますが、私が今まで培ってきたノウハウ、技術を部署や職種を越えて共有していくことで、お客さまに支持される魅力ある1枚を生み出していきたいです。



アパレル第一営業部
婦人II部 パタンナー
穴戸 景子

こだわりのオリジナルギフト

8月末日現在、当社株式を**200株**以上お持ちの株主さま対象

作り手の折れない信念

信じてやりぬくこと。簡単そうに聞こえても実践するのは難しいものです。

株主の皆さまからご好評をいただいているこのタオルも、実は、開発当初はなかなか売れず、大変苦しい状況が続いたそうです。

苦境から一転、人気商品に成長できたのは、他ならぬ「信念」があってこそだと思います。どんなに辛くとも、自らのものづくりに誇りをもち、いつか誰かに伝わるといふ作り手の強い想いが漣の^{さざなみ}ように広がり、今につながっているのです。

皆さまがこのタオルを手にとるとき、その背景にも思いを馳せ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

11月中旬
発送「魔法の撚糸」
バスタオルセット

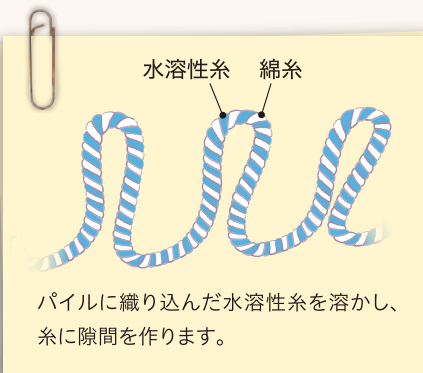
魔法の撚糸「スーパーゼロ」徹底解剖！

株主さまの人気の高さから、何度も優待品に採用されている浅野撚糸株式会社製のタオル。
今回は、改めてその優れた機能性を生み出す魔法の撚糸「スーパーゼロ」の秘密に迫ります。

スゴさの秘密 1

脅威の吸水・速乾性

元撚り（通常方向に撚る）にした糸を、水溶性の糸と合わせて逆方向に2倍撚った後で、水溶性糸を溶解させ、逆撚りが元撚りに戻ろうとする性質を利用して多くの隙間を作ることで、今までにない吸水・速乾性を実現しています。



スゴさの秘密 2

抜群の軽量感

空気をたくさん含むことで、一般的なタオルと同じ重さでも約2倍のボリュームを実現しました。耐久性にも優れ、洗濯しても毛羽立ちが少なく、ふんわりとした風合いが持続します。

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

とき
つむ

時を紡ぐ

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

〜タキヒヨー歴史探訪 7〜

謙虚な心で繁栄を願う「子安弘法大師」(愛知・蒲郡)

三河湾を見下ろすように南方山(愛知県蒲郡市)にそびえ立つ「子安弘法大師」。信心深いことでも知られた五代目 信四郎は、子孫繁栄の願いを込め1934年、子安弘法大師像建立に着手しました。すると翌年、後の七代目となる富夫が誕生。1938年に完成の後は、地域住民から霊験あらたかなありがたい弘法大師として、信仰を集めました。人智の及ばない大きな力を信じる心は、常に謙虚であれと説く経営理念「謙虚利中」にも相通じるものがあります。

子安弘法大師像には、現在でも子宝・子授かりを願って全国から参拝客が訪れ、三谷町のシンボルとして多くの人に愛されています。

住所：蒲郡市三谷町南山14
交通：JR三河三谷駅より徒歩30分

弘法大師像の高さは、空海の世寿が62歳であったことにちなみ、62尺(18.7m)、釈杖の長さは竹島の標高と同じ22m。山頂に立つ像は、新幹線の車窓からも見ることができます。

タキヒヨーの
社会貢献

ファッションで子どもたちに笑顔を！
Happiness 実施のご報告

名古屋市内の児童養護施設で生活する子どもたちに、タキヒヨー製のカジュアル服をプレゼントしました。子どもたちに、ファッションの楽しさを感じてもらえるよう、トートバッグづくりやファッションショーなどのワークショップも開催し、参加した子どもたちには笑顔が広がりました。

今回は572名の
子どもたちにHappiness
を届けました！

株式の状況

2019年8月末日現在

発行済株式の総数

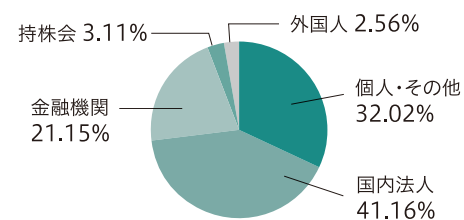
9,600,000株

(うち自己株式272,717株)

株主数

5,858名

所有者別株主分布

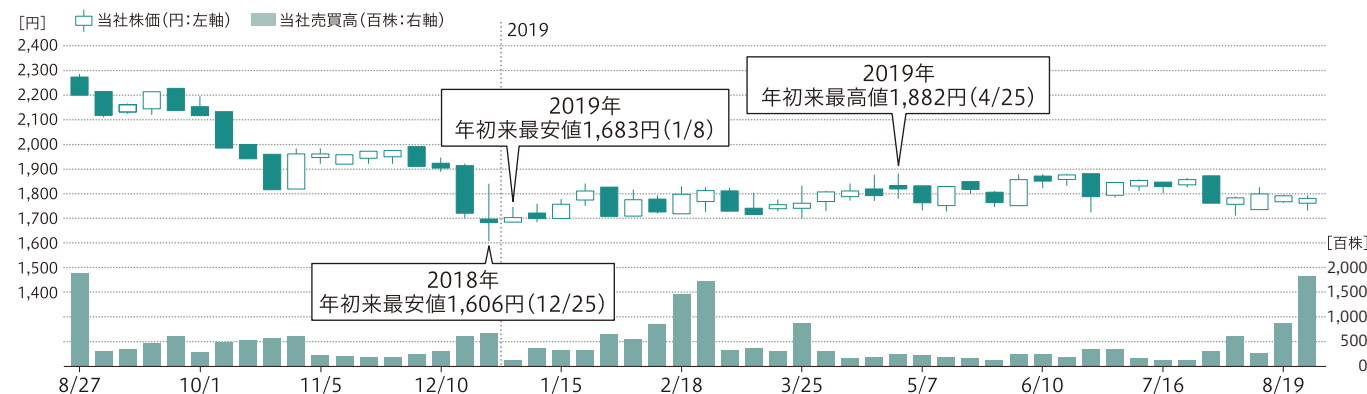


大株主一覧

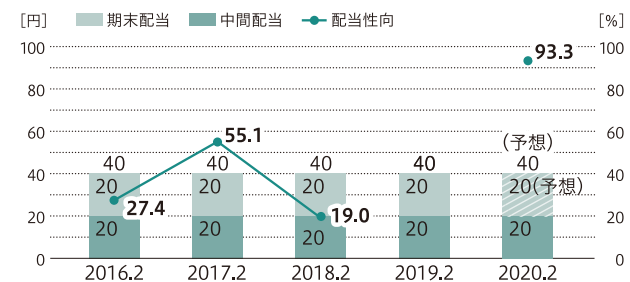
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	25.73
株式会社旭洋興産	420,600	4.50
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.76
第一生命保険株式会社	240,000	2.57
タキヒヨー取引先持株会	214,064	2.29
滝 茂夫	167,690	1.79
日本生命保険相互会社	164,992	1.76
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	122,800	1.31
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.28
株式会社中京銀行	114,480	1.22

※当社は、自己株式株を272,717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(2018年9月～2019年8月)



株主還元



2020年2月期 配当予想

中間 1株当たり 20円 | 期末 1株当たり(予想) 20円

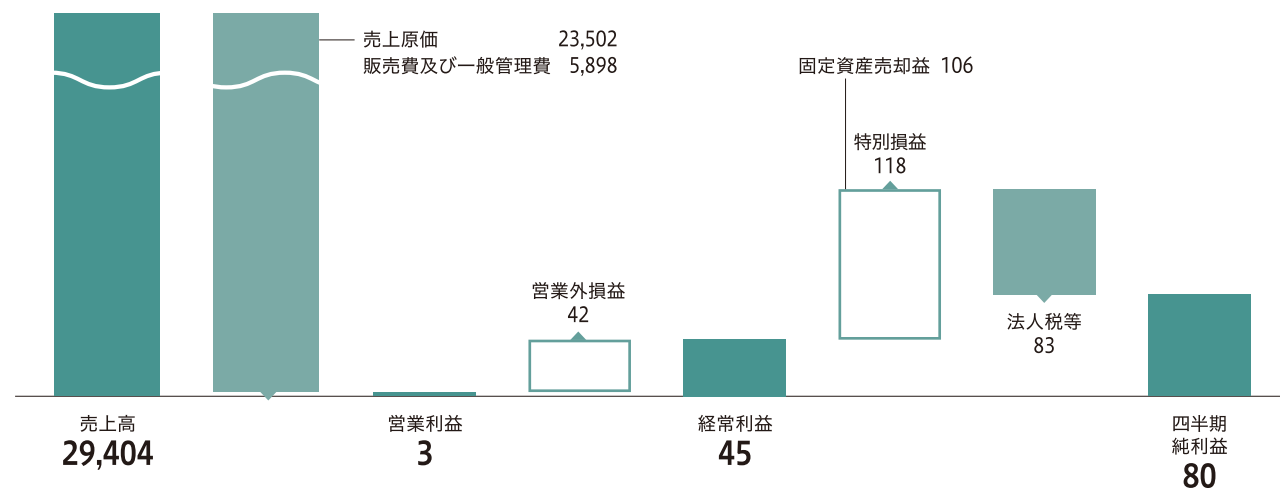
当社は2017年9月1日付で普通株式5株につき1株の割合で株式併合を実施しております。1株当たり配当金につきましては、2016年2月期の期首に当該株式併合が行われたと仮定して算出しております。

※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 第2四半期業績のご報告

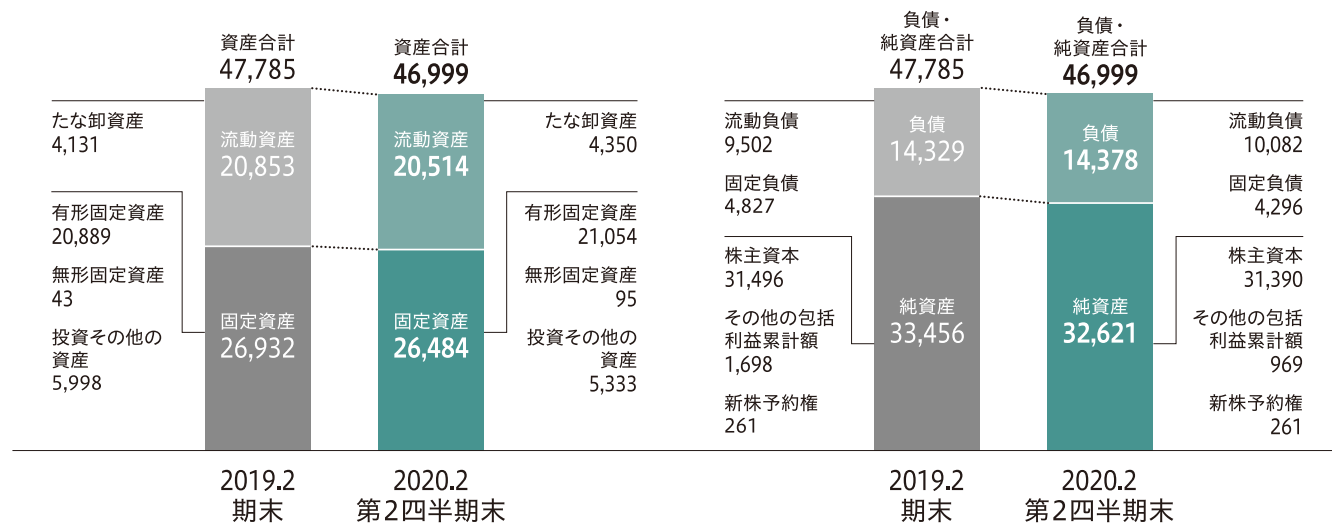
連結損益計算書の概要 [単位:百万円]

※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

天候の影響で夏物商品の売れ行きが低調に推移したことに加え、専門店チェーンやGMSの発注において「引き付け型」(店頭の状況を見て慎重に商品を発注すること)の傾向が強くなったことにより受注が苦戦し、前年同期比9.0%減収の29,404百万円となりました。

営業利益

商品利益率の向上や販売管理費の削減を進めたことにより、前年同期比125百万円増益の3百万円となりました。

四半期純利益

関連会社の所有不動産売却による特別利益を計上したことに伴い、前年同期比145百万円増益の80百万円となりました。

Point

連結貸借対照表

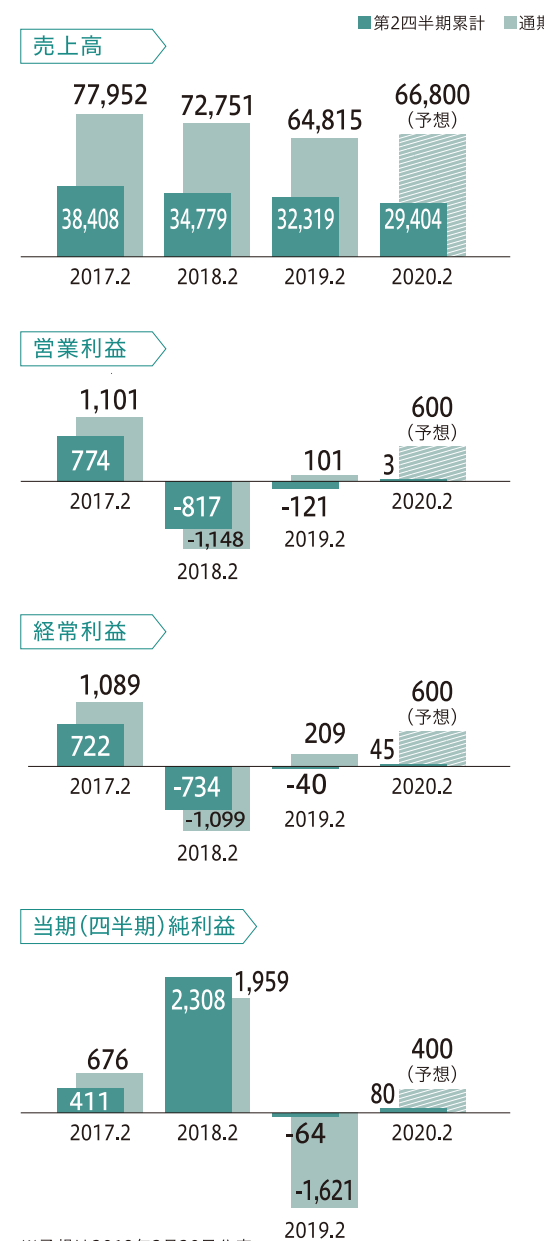
総資産は、主として、たな卸資産や有形固定資産が増加した一方で、受取手形及び売掛金、未収入金、投資有価証券が減少したことにより前期末に比べて減少しました。負債は、主として、支払手形及び買掛金が減少した一方で、未払法人税等、短期デリバティブ債務が増加したことにより、前期末に比べて増加しました。

2020年2月期 下期以降の取り組み

“バックホーム”(原点回帰)のテーマのもと、付加価値の高い商品群の提案を強化し、売上の挽回、収益力の向上、底上げに全力を尽くして参ります。

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2019年3月28日公表

会社概要		2019年8月末日現在	
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 前川 明
	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	岡 本 智	常勤監査役 加藤佳彦
	取締役 専務執行役員	武 藤 篤	常勤監査役 丹羽卓三
	取締役 執行役員	滝 祥 夫	社外監査役 鷲野直久
	取締役 執行役員	池 田 雅 彦	社外監査役 末安堅二
	取締役 執行役員	柚木健太郎	
従業員数	687名〈男335名 女352名〉		(2019年8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

社長 滝一夫による個人投資家向け会社説明会

〈東 京〉 **11/5 火** 14:10 ~ 15:10
会場：全電通ホール

野村IR資産運用フェア2019【ブース出展】

〈東 京〉 **12/20 金 21 土** 10:00 ~ 17:00
会場：ベルサール渋谷ガーデン

【お問い合わせ先】 総務部 IR課 tel.052-587-7030

今号の表紙

「タキヒョーのある暮らし」

イタリア発のBOBは、シルエットはもちろんのこと、ディテールにもこだわります。さりげなく刺繍をほどこす遊び心は、人とは違うファッションを楽しみたい大人の男性にぴったりです。



セーター:20,000円/ジャケット:39,000円
帽子:16,000円/スカーフ:20,000円 (P06~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。



タキヒョー株式会社