

Takihyo

株主通信 第108期 2018.3.1 > 2019.2.28



今こそ、未来を創る挑戦を。

前期の業績について

2019年2月期は、連結売上高648億円、連結営業利益1億円となったものの、ソフトウェアを主体とする固定資産の減損処理を行ったため、誠に遺憾ながら減収・最終赤字という結果となりました。

主力事業の収益力を取り戻すべく、低利益率商品を見直し適正利益の確保に努めました。その結果、連結売上総利益率が2.4%改善し、経費削減も寄与したことから連結営業利益は黒字転換しており、業績回復の兆しが見えておりますが、株主の皆さまのご期待に沿う結果とならなかったことを深くお詫び申し上げます。

収益体制の確立へ向けて

今期は強固な収益体制の確立に向けて、さらなる利益率の改善と

シェアの挽回に努めて参ります。この2つを両立させる鍵は、当社のものでづくりへのこだわりを全面に押し出すことです。服のシルエットを形作るパターンの内製化を推し進め、ボリュームゾーンの定番商品であっても、素材、色、パターンというものづくりの基本要素に対する当社のこだわりを網羅した、お客さまに対してより自信を持って提案できる商品作りを行って参ります。

また、3月よりコーディネート開発チームを新設し、単品提案にとどまらず、各アイテムのコーディネートで売場を構成する商品群の提案を強化して参ります。

昨年12月には、現在堅調に推移しているテキスタイルの海外販売強化のため、パリにショールームをオープンしました。現地に根差した商売をすることにより、当社とお客さまとのより強固な関係構築を図

り、販売拡大を目指して参ります。

中長期の成長を見据えた取り組み

一日も早く安定した収益力を回復すると同時に、将来の成長を見据えた新たな取り組みも進めて参ります。

一つは、天然繊維で高い独自性と機能性を強みとする素材メーカーと協業し、その糸を軸としたフルアイテムでの商品展開を現在進めております。

また、3月より新規事業開発の一環としてサステナブルチームを発足させ、世界的なテーマである持続可能な社会の実現に向けて、当社が事業を通して貢献するための基盤を構築して参ります。

これらに加えて、さらなる成長のためには、現業の枠に捉われずに、広い視野を持って事業領域の拡大

をしなくてはならないと考えており、現在、さまざまな角度から新たな成長の可能性を見極めております。

喫緊の課題である業績回復はもちろんのこと、当社の未来を形作る新たな挑戦もスタートいたします。株主の皆さまにおかれましては、今しばらく見守って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



さらなる強みを目指して

40年ぶりの赤字を受け、全社を挙げて「原点回帰」に取り完全復活に向けた今後の展望について、営業のトップに

組む中、復活の兆しが見えてきたタキヒヨー。迫ります。



前期の振り返りをお願いします

前期は、第一に利益率の改善に向けて、低利益率商品の見直しと、付加価値の高い商品企画を強化することで、低価格帯偏重の体質改善に取り組みました。

一方で、第2四半期以降は、天候要因に加え、レディースアパレルのヤング向けカットソーやボトムが苦戦を強いられました。結果として、連結売上総利益率は改善され、連結

岡本 智

SATOSHI OKAMOTO

取締役 専務執行役員
営業本部長 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、営業本部長として営業を横断的に統括。

営業利益は黒字化しましたが、減収となりました。着実に改善は進んでいるものの、当初予測を下回る結果となり、株主の皆さまに深くお詫び申し上げます。

今期さらに安定した 収益基盤を築くための 方策を教えてください

今期も、利益率の改善を継続し、さらに加速させる必要があります。コスト面では、品質安定化により製品不良や納期遅れなどのロスをなくすことはもちろんですが、現在まで継続した取り組みである、当社の主要な生産委託工場との協力関係をより強固にし、生産性の向上とコストの合理化を推し進めて参ります。

また、商品企画の面では、企画をさらに磨き上げ、従来より一段上の価格帯で売れる商品群を充実させていきます。前期に低利益率商品

の見直しを行ったことにより、定番商品等の低価格帯商品の収益は安定してきましたが、そこからさらに利益率を改善し、増収に転じるためには、中、高価格帯の商品企画を強化し、利幅の大きい高単価の商品を既存のお客さまにとどまらず、新規開拓も進めながら、より多く販売していかなければなりません。

当社には、多岐にわたる素材の調達背景や、素材の開発部署があり、また、今期からはコーディネートによる商品開発を行う、コーディネート開発チームを新設しました。これらの当社のリソースをフル活用することで、商品企画のさらなる充実のためにさまざまな角度からアプローチをして参ります。

将来に向けては どのようにお考えですか

当社はこれまで我々のお客さま

と、その先にいる消費者の皆さまに欲しいと思っていただける商品を生み出していくことを使命としてきました。それはこれからも変わることはありません。しかし、現在の卸売主体のB to Bビジネスでは取り扱いが難しい商品、つまり我々のお客さまにはコスト面での折り合いがつかない商品や、ターゲット層が限られている商品については、今まで積極的に扱ってきませんでした。

今後は、主力事業である卸売の収益力回復を進めるのはもちろんのこと、商品開発を進め、将来的には当社から直接消費者の皆さまへ買っていただけるB to Cビジネスの体制作りも行っていきたいと考えております。今期は前期までの取り組みを引き続き継続し、業績挽回を図りながら、さらなる飛躍となる1年にできるよう邁進して参ります。

営業の現場に
聞く！

タキヒヨーが描くホームウェアの未来図

紳士、婦人、子どものパジャマ、ホームウェア（部屋着）を中心に、子どもの肌着や、クッション、ラグなどのインテリアの企画、販売を担うのがホームウェア部です。主力商品のパジャマ、ホームウェアは国内の専門店、量販店を主要なお取引先としながらも、海外へも目を向け、昨年韓国から韓国専門店の販売を開始。年間の出荷枚数は約350万枚、卸売金額ベースでは業界3位を誇ります。今期からは、部内で扱うアイテムの企画、販売を一本化し、幅広いアイテムでのライフスタイル提案が可能になった、本チームの若きリーダーに、ホームウェアが持つ可能性について聞きました。

HOME WEAR

部署の強みやこれまでの 取り組みを教えてください

MDやデザイナーが海外まで足を運びリサーチすることで、欧米の最先端のトレンドを企画に落とし込めるのが強みです。これにより情報収集の段階から他社との差別化ができ、説得力のある企画の打ち出しができる場所をお客さまに評価いただいています。この強みが活かされ、ある大手量販店のお客さま

からは、単なる商品提案ではなく、売場作りを全面的に任せていただいており、売場に展開する全ての商品企画・生産から、投入時期や価格、そしてキーヴィジュアルとなる商品のコーディネートなど、商品の見せ方に至るまで、毎月の売場の作り方を提案しています。

また、海外を情報収集の場だけではなく、ビジネスの場にしていくため、当社のニューヨーク支店と連携し、北米のパジャマブランドへのア

プローチも始めたところです。生地や縫製など、ものづくりのクオリティに対して、これまでの経験をはるかに超える高い要求に直面しましたが、多くの海外ブランドと取引実績のある貿易部門と、生地の調達背景の情報を共有するなど、部署横断的に課題解決に当たりました。この経験は、自分たちの企画の幅を広げるだけでなく、海外の高級ブランドへ売り込むことで、メンバーのモチベーションアップにもつながってい

ます。これからも、新たな強みの獲得につながる取り組みに精力的に挑んでいきます。

将来に向けて描いている ヴィジョンを教えてください

現在は、パジャマ、ホームウェアを中心に扱っていますが、将来的にはアパレルだけではなく、家具や照明、香りなど、「家」にまつわるあらゆるアイテムを、トータルで展開するライフスタイル提案をしたいです。

普段、あまり意識することはないかもしれませんが、仕事をしている人でも1日平均12時間、つまり人生の半分は家にいて、睡眠時間を8時間とすると人生の3分の1は眠っています。人生の半分以上を占め、その多くは休息や睡眠という人間の本質的な欲求を満たす場である家の中の生活に対して、たくさんの人たちがもっと価値を見出し、より充実さ

せていってもらえるようにしたいと考えています。ここに特化した取り組みをしているところは、業界を見渡してもまだあまりないように見え

ますが、だからこそタキヒヨーの新たな取り組みとして挑戦し、世の中のライフスタイルをより豊かなものにしていきたいです。



大場 雅仁 MASAHITO OHBA

ホームウェア部 課長



挑戦者

—未来のために今できること—

vol ②

「サステイナブルチーム」

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。

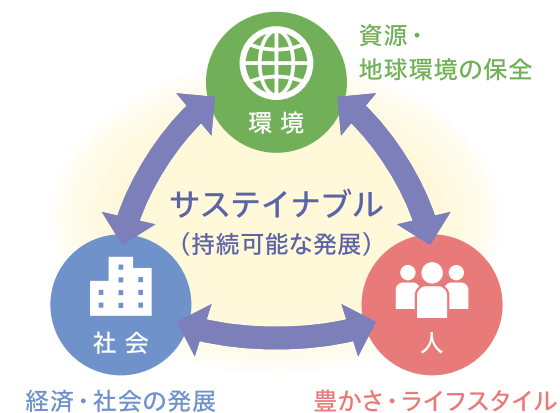
今回は、「サステイナブルチーム」にスポットを当て、タキヒヨーの考
えるサステイナブルについて紹介します。

サステイナブルって何だろう?

サステイナブルは「持続可能な」という意味です。

1987年に国連総会に提出された「環境と開発に関する世界委員会」の報告書で初めて「持続可能な開発」という文言が使われ、「環境保全」と「社会の発展」は両立できるという考え方が世界的に広がりました。

現在では、環境だけでなく、経済格差や人権、ジェンダーなどの社会的問題の解決を含めた「持続可能な発展」を意味するようになっています。



サステイナブルチーム誕生

サステイナブルへの取り組みへの注目が世界的に高まる中、タキヒヨーは2019年3月1日に「サステイナブルチーム」を発足させました。専門チームが中長期的に取り組むことでノウハウを蓄積し、将来的には部署を越えて全社で共有していくための架け橋になることが期待されています。

サステイナブルで新たな道を切り開く

社会の課題を見つけ出し、その解決を図ることと事業が両立するような道を創っていくことが私たちの使命です。サステイナブルとは何か、勉強すればするほど、この分野に事業としての可能性を感じます。

これからは、企業に課せられた責任という側面だけでなく、サステイナブルという軸を通して考えること自体が、新たなビジネスの種になる時代になると思います。われわれチームには、サステイナブルを一過性の流行で終わらせるのではなく、大きなうねりを起こす起爆剤としての働きを期待されています。2018年に当社が取り扱いを開始した「The New Denim Project」を皮切りに、現在私たち社会が抱える課題を解決する第2、第3のアイデアを形にして、利益を追求しながら社会に貢献できるようなプラットフォーム作りを進めていきます。



新規事業開発室
サステイナブルチーム課長
杉山 雄大

サステナブルを目指して 『The New Denim Project』

5年前、中米グアテマラにある紡績会社「アイリス テキスタイル社」が、地球への負荷を極力減らした持続可能な素材開発を目指してスタートしたのが「The New Denim Project」です。同社のフィロソフィーに共感した当時の貿易部員 杉山の「この素晴らしい素材を世界に広めたい」という熱意によって、2018年に当社が日本での独占販売権を獲得しました。

ここでは、「The New Denim Project」によるサステナブルな取り組みをご紹介します。

サステナブル豆知識

商品を将来的に廃棄物とすることなく、再び商品として生まれ変わらせる循環型の手法を「**closed loop process**」と呼びます。

再紡績する工程でも出てしまうくずや種は、提携コーヒー農園に持ち込み、オーガニックコーヒーの肥料にします。



START!

1 原料化



デニムを裁断した後の残布やアメリカから輸入された再販できない古着を集め、ファイバー状に粉砕します。

&

+

紡績工程で出た「落ち綿」(糸にできない繊維のくず)を集めます。

The New Denim Project が目指す

closed loop process
(クローズドループプロセス)

シャツ、Tシャツ、
バッグ、タオルなど



3 商品化

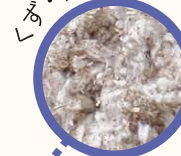


再紡績された糸は、さまざまな商品に生まれ変わります。

サステナブル豆知識

単なる素材の原料化や再利用を意味する「リサイクル」とは異なり、元の製品よりも価値の高いものを生み出すことを「アップサイクル」といいます。

くず・種



2 紡績



2年の研究期間を経て開発に成功した紡績技術により、糸を紡績します。



ファイバー状にしたデニムと落ち綿



紡績



糸から生地へ

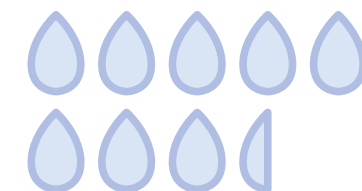
未来に向かって一歩ずつ

当社が属するファッション業界は、数ある産業の中でも、特にサステナブルへの取り組みが遅れているといわれています。当社では、いち早く専門チームを結成し、お取引先も巻き込みながら、サステナブルへの取り組みを強化する決断をしました。10年後、50年後のタキヒヨー、そして社会がより良いものになるよう、全社一丸となって挑戦していきます。

サステナブル豆知識

テキスタイル・ファッション業界は、数ある産業の中でも有数の水使用量が多い産業であり、ジーンズ1本の生産に約8,500Lもの水を必要としますが、「The New Denim Project」では化学薬品、化学染料を使用しないため、最小限の水とエネルギー使用に抑えることができます。

= 約8,500L



来日したアイリステキスタイル社の皆さまと当社社長

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

一針に宿る魂

何かを極めるということ、それがプロフェッショナルだと私は思います。

有松絞りの「括り」技法は、一人に一つずつ伝承され、それぞれが受け継いだ括り技法のみを追求していきます。

このあり方にこそ、プロフェッショナルの真髓を見るのです。

一針一針、気の遠くなるような手間と時間をかけて、有松絞りの美しさは生まれます。400年もの長い間、連綿と受け継がれてきたプロフェッショナルの魂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
発送有松絞り
扇子

※男女兼用。柄は選べません。

時を越え、手から手へと受け継がれる「有松絞り」

名古屋が誇る伝統工芸「有松絞り」の歴史は、今から400年ほどさかのぼります。たまたま目にした九州の染物に魅了された初代竹田庄九郎が試行錯誤の末に生み出したのが「有松絞り」の始まりです。その繊細な紋様と色の美しさは、東海道の旅人たちの間で瞬く間に評判となり、尾張藩の名産品として全国にその名をとどろかせました。以来、手から手へと受け継がれてきた伝統の技は、国内のみならず海外でも評価されています。

美を生み出す匠の技



括り
有松絞りの代名詞ともいえる「括り」は、一人一芸の技術として脈々と受け継がれています。職人が一針一針手作業で丁寧に括り上げることで、世界に二つとない個性を放ちます。



染め
素材や用途、天候によって変化する染色では、経験と勘が必要とされます。ムラなく色鮮やかに染めが入った一瞬を見逃さない、まさに職人技といえます。

伝統の担い手「竹田嘉兵衛商店」

株式会社 竹田嘉兵衛商店は、有松絞りの祖 竹田庄九郎家の分家として独立、創業270年を超える老舗です。伝統を大切にしながら、絞りの魅力を世界に発信するさまざまな挑戦を続けています。



風情のある有松の街並みでもひときわ目を引く本店は、名古屋市の有形文化財に指定されています。
株式会社竹田嘉兵衛商店
〒458-0924 愛知県名古屋市緑区有松1802番地

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

ファッションで人を笑顔に 広がる Happiness の輪

当社は、2011年から有志社員による社会貢献を「Happiness」と名づけ、ファッションに関するさまざまな活動を行っています。活動の根源にあるのは、「ファッションで人を笑顔にしたい」という想い。
今回は2019年2月16日に本社で開催された「Happiness」で開催したワークショップをクローズアップしてご紹介します。

Happiness ってどんなことをしているの？

名古屋市内の児童養護施設の子どもたちを対象に、ファッションの楽しさを伝える活動を中心に行っています。

夏



ワークショップの
開催



カジュアル服の
プレゼント

秋



就職活動に向けて
模擬面接開催

冬



ボーリング
大会



ワークショップの
開催



フォーマル服の
プレゼント

WORK SHOP!

有松絞りに 挑戦したよ！

今回、「Happiness」の志に賛同してくださった株式会社 竹田嘉兵衛商店 (p13を参照) のご協力により、「有松絞り」ワークショップの開催が実現しました。

「有松絞り」アーティスト藤井祥二さまのご指導のもと、子どもたちは真剣な表情で「有松絞り」に挑戦しました。



※お子さまたちの事情に配慮し、プライバシー保護のために写真を加工しております。



人材開発部
教育・研修課 課長
堀川 志朗

最初は不安そうな子どもたちも、ワークショップを始めると瞳がきらきらしてきます。ファッションを楽しい！と思ってくれる子が一人でも増えてくれることを願って「Happiness」を続けています。この体験が、子どもたちの希望になり、いつかタキヒヨーで働きたいと思ってくれる子が出てきたら…こんなにうれしいことはありません。これからも子どもたちの心に灯をともしせるような活動を続けていくとともに、「Happiness」の輪をもっと広げていきたいと思っています。

ときをつむ 時を紡ぐ ～タキヒヨー歴史探訪 ⑥

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

グローバルな視点でチャレンジ「蒲郡ホテル」(愛知・蒲郡)

タキヒヨーが2011年から掲げるスローガン「グローバルチャレンジ」。その源流をうかがわせるのが、1934年に日本初の国際観光ホテルとして誕生した「蒲郡ホテル」です。当時、海外からの観光客を誘致できるホテルがなかった中で、国策としての国際観光ホテル建設に名乗りをあげたのが、五代目 信四郎から助言を受けた蒲郡町でした。信四郎からの資金協力を得て開業し、大成功を収めたホテルは、「蒲郡クラシックホテル」と名を変えた今もお、多くの観光客に愛されています。

グローバルな視点でものごとを見て、果敢にチャレンジする。そのタキヒヨーマインドがひしひしと感じられます。



住所：蒲郡市竹島町15-1
交通：名鉄・JR蒲郡駅より徒歩20分



眼下に広がる美しい蒲郡の景色と、クラシカルなホテルのたたずまいが、今も観光客を魅了しています。



1957年には、昭和天皇皇后両陛下がご宿泊になるなど、各界の著名人が多数来館しました。

株式の状況

2019年2月末日現在

発行済株式の総数

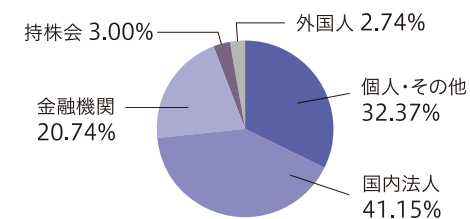
9,600,000株

(うち自己株式272,653株)

株主数

5,905名

所有者別株主分布

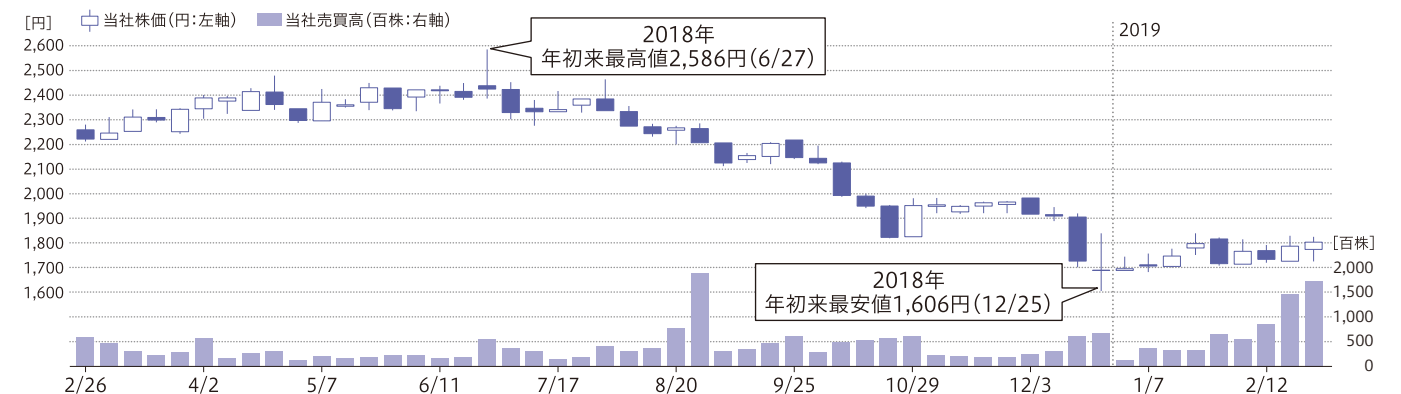


大株主一覧

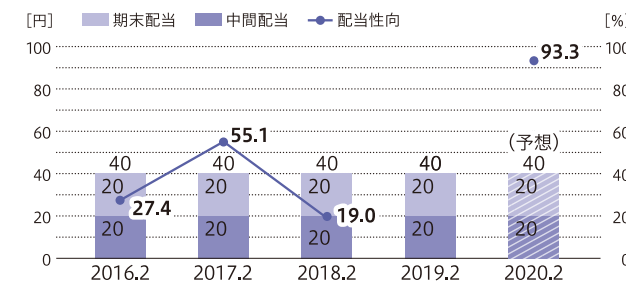
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	25.73
株式会社旭洋興産	420,600	4.50
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.76
第一生命保険株式会社	240,000	2.57
タキヒヨー取引先持株会	208,764	2.23
滝 茂夫	167,690	1.79
日本生命保険相互会社	164,992	1.76
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	157,100	1.68
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	122,800	1.31
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.28

※当社は、自己株式株を272,653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3月～2019年2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 20円

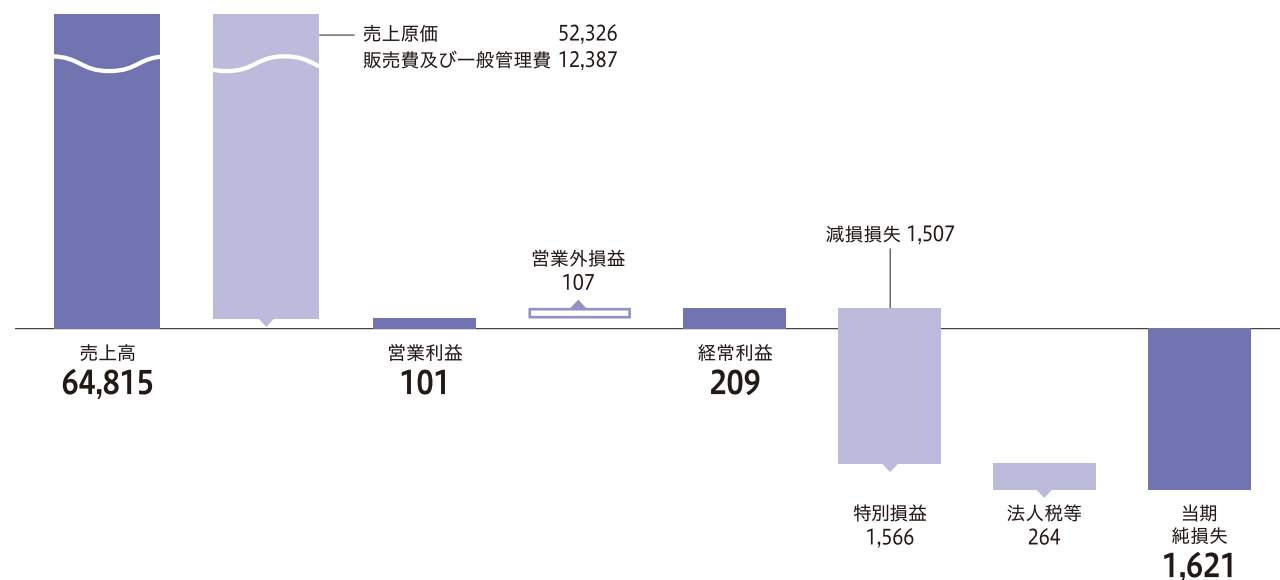
当社は2017年9月1日付で普通株式5株につき1株の割合で株式併合を実施しております。1株当たり配当金につきましては、2016年2月期の期首に当該株式併合が行われたと仮定して算出しております。

※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。

2019年2月期業績のご報告

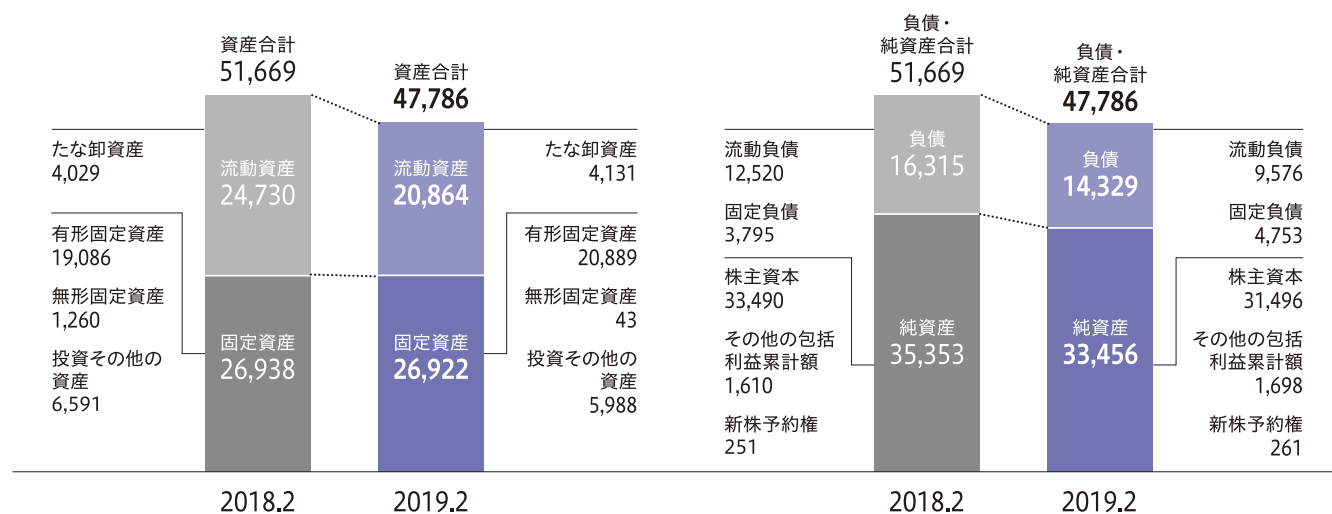
連結損益計算書の概要 [単位:百万円]

※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

第2四半期以降の台風・豪雨や暖冬などの天候要因に加え、レディスアパレルのヤング向け商品が低調に推移したことにより、前期比10.9%減収の64,815百万円となりました。

営業利益

売上高は減少したものの、低利益率商品の見直しによる売上総利益率の改善や、販売管理費の削減への取り組みにより、前期比1,250百万円増益の101百万円となりました。

当期純利益

固定資産の減損損失1,507百万円を計上したことや、繰延税金資産の取り崩しを行ったこと、加えて、前年度に計上した固定資産売却益の影響がなくなったことから、前期比3,580百万円減益の1,621百万円の純損失となりました。

Point

連結貸借対照表

総資産は、主として土地が増加した一方で、現金及び預金、受取手形及び売掛金、無形固定資産、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や短期デリバティブ債務が減少したことにより、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が減少したことにより、前期末に比べて減少しました。

2020年2月期 業績予想について

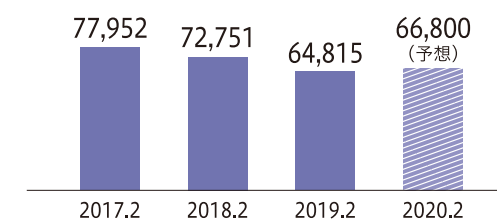
連結業績予想につきましては、売上高66,800百万円(前期比+3.1%)、営業利益600百万円(前期比+488.4%)、経常利益600百万円(前期比+186.1%)、当期純利益400百万円を見込んでおります。

連結業績の推移・予想

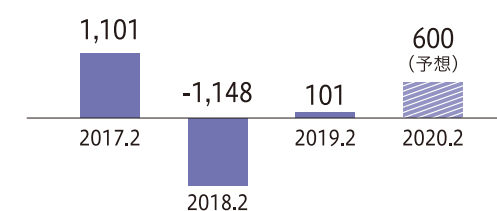
[単位:百万円]

※百万円未満は切り捨てています

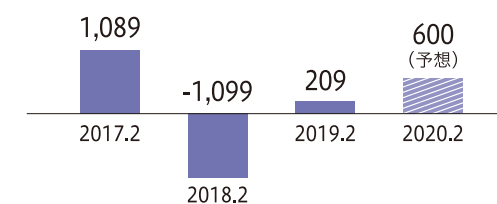
売上高



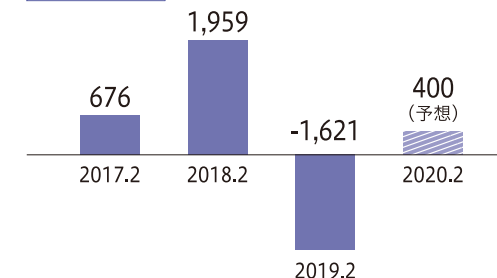
営業利益



経常利益



当期純利益



※予想は2019年3月28日公表

会社概要		2019年5月29日現在		
商号	タキヒヨ一株式会社			
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	664名〈 男333名 女331名 〉		(2019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2019【ブース出展】

7/19金 20土 10:00～17:00

会場:吹上ホール

〈東京〉日経IR・個人投資家フェア2019【ブース出展】

8/23金 24土 10:00～17:00

会場:東京ビッグサイト

【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」

抜けるような青空の下、萌え立つ緑。色彩豊かな初夏の晴れた日のお出かけには、シンプルで爽やかなコーディネートがよく映えます。



【参考商品】

シャツ／デニムパンツ／トートバッグ (P08～P11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