

Takihyo

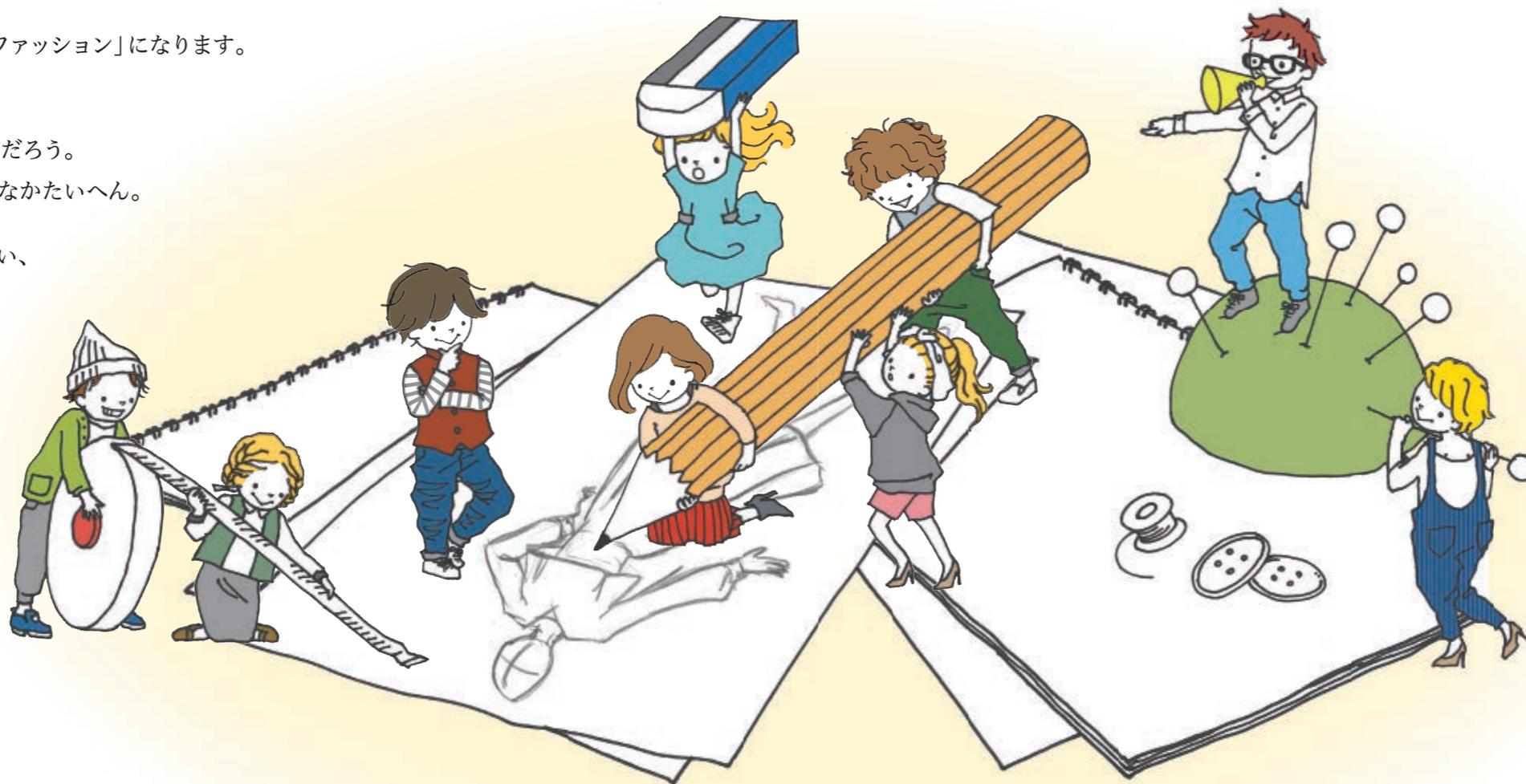
株主通信 第106期 2016.3.1 > 2017.2.28

あなたと、ファッションと、タキヒヨー

服は、人に着られることで初めて「ファッション」になります。

あなたが創る「ファッション」に、
どんな服があればもっと楽しくなるだろう。
それを考えカタチにするのは、なかなかたいへん。

だけどそれは、私たちにしかできない、
とっても楽しいことなのです。



For your “fashion” TAKIHYO

あなたの「ファッション」のために

Contents

- 04 株主の皆さまへ
- 06 営業トップが語る
タキヒヨーの課題と挑戦
- 08 社外取締役インタビュー
- 10 〈シリーズ企画〉
プロダクトストーリー vol.6
- 16 NEWS／株主インフォメーション
- 18 株主優待のご案内
- 20 時を紡ぐ ～タキヒヨー歴史探訪③
- 21 株式の状況
- 22 決算のご報告

原点回帰。もう一度ファッションに命を吹き込む。

前期を振り返って

2017年2月期は、連結売上高779億円(前期比△63億円)、連結営業利益11億円(前期比△14億円)と、残念ながら大幅な減収減益となりました。

ファストファッションやeコマースの台頭の一方で、百貨店の店舗や国内アパレルブランドの相次ぐ閉鎖など、衣料品業界を取り巻く環境は一つの潮目を迎えています。当社もこういった状況をあらかじめ見据えた上で中長期ビジョンである『グロー

バルチャレンジ～変革と前進～』を掲げ、さまざまな取り組みを行ってきました。しかし、日本の流通・ファッション業界がこれまで築いてきたものをも揺り動かすほどの大きな変化の波は、私たちのこれまでの取り組みをはるかに超えるものであったと実感せざるを得ない1年がありました。

ファッションの原点に立ち返る

私は、これまでファッション業界が築き上げ、タキヒヨーが主力としてきたQR(クイックレスポンス)をベースとするOEM(得意先ブランドの製造受託)・ODM(企画段階からの製造受託)ビジネスが一つの転換期にきていると考えています。

店頭で売れているアイテムを即座に生産し、店頭と並べるといのがQRシステムですが、この仕組みは

消費者、小売店のいずれにとっても素晴らしいものであります。しかし、一方でそれが行き過ぎると、ファッションという感覚的なものに対しての味付けが機械的になっていき、結果としてファッションが持つ“匂い”というものが置き去りになっていく。そして、前期の結果は、そういった弊害が現れ、表面化した結果ではないかと強く感じています。今一度ファッションの原点というものを見つめ直して、当社のOEM・ODMビジネスを次のステップに変革させていかなければなりません。

一から出直し、新たなステージへ

私は、タキヒヨーがここで大きく変わるためには、原点に立ち返って一から出直すことが必要であると考えております。今期は、これまでのやり方を一から見直し、ファッションの

本質を見据えた上で、一段違う次元に再構築していくためのスタートの年としていきます。

また、同時に、タキヒヨーという会社が将来にわたって価値を生み出し続けるためのビジョンとロードマップである中期経営計画「Back to 1」の策定に着手いたしました。この内容につきましては、策定が完了次第、株主の皆さまにもお知らせしていきたいと考えております。

株主の皆さまにおかれましては、新たなステージに向かう当社を、これまで同様、長期的な視点でご支援ください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

営業トップが語るタキヒヨーの課題と挑戦

ファッション業界を取り巻く環境が激変している今、タキヒヨーが直面している課題と次のブレイクスルーのための挑戦について、営業の最前線を走る2トップが語ります。

SATOSHI
OKAMOTO



取締役専務執行役員
営業本部長 兼 アパレル販売グループ担当 兼
市場開発部長 兼 総合企画室長 兼 QC統括室担当

岡本 智



柚木 健太郎

取締役執行役員
営業副本部長 兼
アパレル第一営業部統轄

KENTARO
YUNOKI



前期の業績と課題

岡本: 前期は、第1四半期までは売上、利益とも前の期を上回る水準で推移していましたが、その後大きく落ち込み、通期でも大幅な減収減益となりました。内訳を見ると、全般的に苦戦したものの、アパレル営業部、中でも売上の多くを占めるレディース部門が特に苦戦しました。

柚木: この2年間、レディース部門は、婦人販売グループによるフルアイテム販売の強化や新規取引先の開拓を推し進め、これらの新しい取り組みについては成果が出ていました。その一方で、既存取引先で売上を大きく落とす結果となり、それが全体の減収減益につながりました。

岡本: 為替レートも厳しい状況では

あったものの、それだけが原因ではないと考えています。当社のお取引先である小売店の商品調達の方や提案に対する要望も変わってきています。結局は、そういった「お取引先のニーズの変化に的確にお応えできていたのか」ということに尽きるかと思えます。そういう意味で、さまざまなことを一から見直していかなければならないと痛感しています。

企画・販売体制について

岡本: 2018年2月期は連結売上高800億円、連結営業利益13億円を目標値とし、これを達成するべく企画・販売体制を見直しました。

まず、タキヒヨーの強みとなるキャラクター商品の企画・販売体制をより強化し、売上挽回の原動力とし

ていきます。これまでは、それぞれの部隊で取り扱ってきたキャラクター商品の取扱部署を集約し、より戦略的な商品企画とお取引先へのアプローチを行っていきます。

次に、これまでどおり専門店のさらなる深耕と新規開拓を進める一方で、既存取引先へのきめ細かな対応を行っていくために、2年前に立ち上げた婦人販売グループをアパレル販売グループとして再構築・拡大しました。

柚木: 婦人販売グループは、深耕が進んでいない専門店にフルアイテムを販売するという当初の目標はほぼ達成したことから、担当するお取引先を見直した上で、さらなる取引の深耕と、もう一つのミッションである専門店の新規開拓を行って

いきます。
また、これまではその名のとおり、レディース部門の販売部隊という位置づけでしたが、これをベビーキッズ部門まで範囲を拡大し、名称をアパレル販売グループとして新たにスタートさせることとしました。
さらに、前期に既存取引先の売上を大きく落とした反省から、GMS(量販スーパー)のチームを加え、特に地方のGMSの小口オーダーによりきめ細かに対応していきます。

企画・生産プロセスについて

柚木: 商品の企画や生産についても、当社なりの一定のやり方が確立されていて、これまではそれが強みになっていました。一方で、お取引先の求める企画や調達方法が変化

していることに加え、課題としていた専門店ブランドの開拓が進んだことで、お取引先のニーズや要望が多様化してきています。

岡本: こういった変化に合わせて、これまでのやり方を変えていかなければならないところが出てきます。今期は、これまでの枠組みから一歩出て、展示会の在り方も含め、企画・提案、生産に至る一連のプロセスを一から見直し再構築し



©Disney

キャラクター商品に強いベビーキッズアパレルは、卸売の中では国内No.1の売上を誇る

ていきます。
柚木: 生産・品質管理に関しては、海外生産委託工場との信頼関係の強化を図るとともに、今年初めに本格稼働した生産進捗管理システムの活用も含めてプロセス全体を見直し、コスト、品質、納期あらゆる面でさらに競争力を高めていきます。また、同時に昨今問題となっている海外生産委託工場におけるCSR(企業の社会的責任)といった課題にも取り組んでいきます。

岡本: タキヒヨーの強みやタキヒヨーにしかできないことはたくさんあると自負しています。今期は、スタートに戻って強みがうまくかみ合っていないところを見直し、これまで以上の強さに進化させていく1年にしていきます。

社外取締役インタビュー

INTERVIEW 01: AKIRA MAEKAWA

Q 社外取締役として2年間タキヒヨーをご覧になられていかがでしょうか。

昨年、全社員が集まって開催される年に1度の「決起集会」に参加しましたが、女性や若い人も多くとても活力のある会社だと改めて感じました。企画提案型で製品や生地を販売するという分野では強い競争力があると思いますが、日本のマーケットが長期的にシュリンクしていく中で、この活力を生かした次の成長戦略が一つの課題であると考えています。

Q 取締役会の運営はいかがでしょうか。

現状は、経営会議で議論されたものを取締役会に上程するという一般的なスタイルで安定感はあるのですが、一方で取締役会の活性化も課題です。これに対し、

滝社長の「もっとオープンに議論を」とのメッセージの下、議論の前提となる情報共有のための議題解説会の開催など新たな試みが始まっています。一歩ずつというところではありますが、会社の成長に向けた議論や意見交換が活発に行われるようサポートしていきたいと思っています。

Q 今後の抱負をお聞かせください。

取締役会の議題も、これまでは監視監督に重きを置いた守りのガバナンスといわれる内容が多かったと思います。今後、いかに会社を成長させていくかという攻めのガバナンスに軸足を移していく中で、店頭ビジネスの最前線で消費者と長く向き合ってきた経験や外部の視点を活かし、会社の成長に貢献していきたいと考えています。

社外取締役
前川 明

- 1973.4 株式会社阪急百貨店
(現：株式会社阪急阪神百貨店) 入社
- 2002.4 同社執行役員副本店長
- 2004.4 同社執行役員MD本部
ファッション事業商品部担当
- 2008.4 同社取締役常務執行役員

- 2012.4 株式会社阪急阪神百貨店
取締役専務執行役員
- 2014.4 エイチ・ツー・オーテイリング
株式会社顧問
- 2015.5 タキヒヨー株式会社社外取締役就任
現在に至る

取締役会に対する監督機能の強化を目的として、
アパレル、流通業界に精通した社外取締役の前川、

当社が社外取締役を導入して2年が経過。
今井両氏に、タキヒヨーの印象や、今後の抱負について聞きました。

Q 社外取締役として1年間タキヒヨーをご覧になられていかがでしょうか。

私はタキヒヨーより川中・川下にあたる小売・アパレルの会社に長くおりました。小売ビジネスから見てタキヒヨーは、尾州という毛織物の産地や海外生産拠点をバックにしながら生地や製品を手掛け、伝統と人と技術力のネットワークという大きな強みを持っていると思います。その一方で、時代の流れやお客さまの嗜好も大きく変化してきています。これまでの課題であったいかにタイムリーに量を作ってコストを下げるかというハード面だけでなく、時代の流れというソフト面をいかに足していくかがアパレル全般で課題になってきていると感じます。私は毎回必ず展示会には足を運んでいます。私には毎回必ず展示会には足を運んでいます。個々の製品が2にも3にも見える

社外取締役
今井 博

- 1975.4 株式会社オンワード樫山入社
- 2000.3 同社執行役員ポールスミス事業本部長
- 2005.5 同社取締役常務執行役員事業本部統括
- 2008.3 同社執行役員
ブランドマーケティング室長
- 2012.3 同社執行役員レディス事業本部長

ような演出が必要だよなどと、ざっくばらんに社員の皆さんとお話しています。

Q 今後の抱負をお聞かせください。

社外取締役という、とかくチェック役やブレーキ役ということが前面に出がちです。もちろん、客観的に見て経営判断として妥当性がないことについてはブレーキをかける必要があります。一方ではいかにして会社を発展させていくかという本来的な取締役の役割に対して、社外取締役はそれを外部の視点でサポートすることも必要だと思います。

これからは、時代の流れに乗るために、これまで培ってきたハードとソフトのバランスを取ることが必要です。今後足していくべきソフト面から、そのお手伝いができるよう尽力していきたいと思っています。

INTERVIEW 02: HIROSHI IMAI

◆ タキヒョーのバリューチェーン



テキスタイルコンバーター タキヒョー —求められる「ものづくり」のカー

1751年に初代 兵右衛門が始めた生地を行商。266年という長い歴史の中で、単なる問屋から、自ら生地を企画し提案する「テキスタイルコンバーター」へと変遷してきました。

さらに、近年、お取引先の「他とは違うものを」というニーズの高まりもあり、より深い知識と経験に基づきアイデアを具現化する力、すなわち「ものづくり力」が一層求められています。

第6回となるプロダクトストーリーでは、タキヒョー独自の「ものづくり力」を生かして国内外で注目を集めているテキスタイルビジネスの挑戦に迫ります。

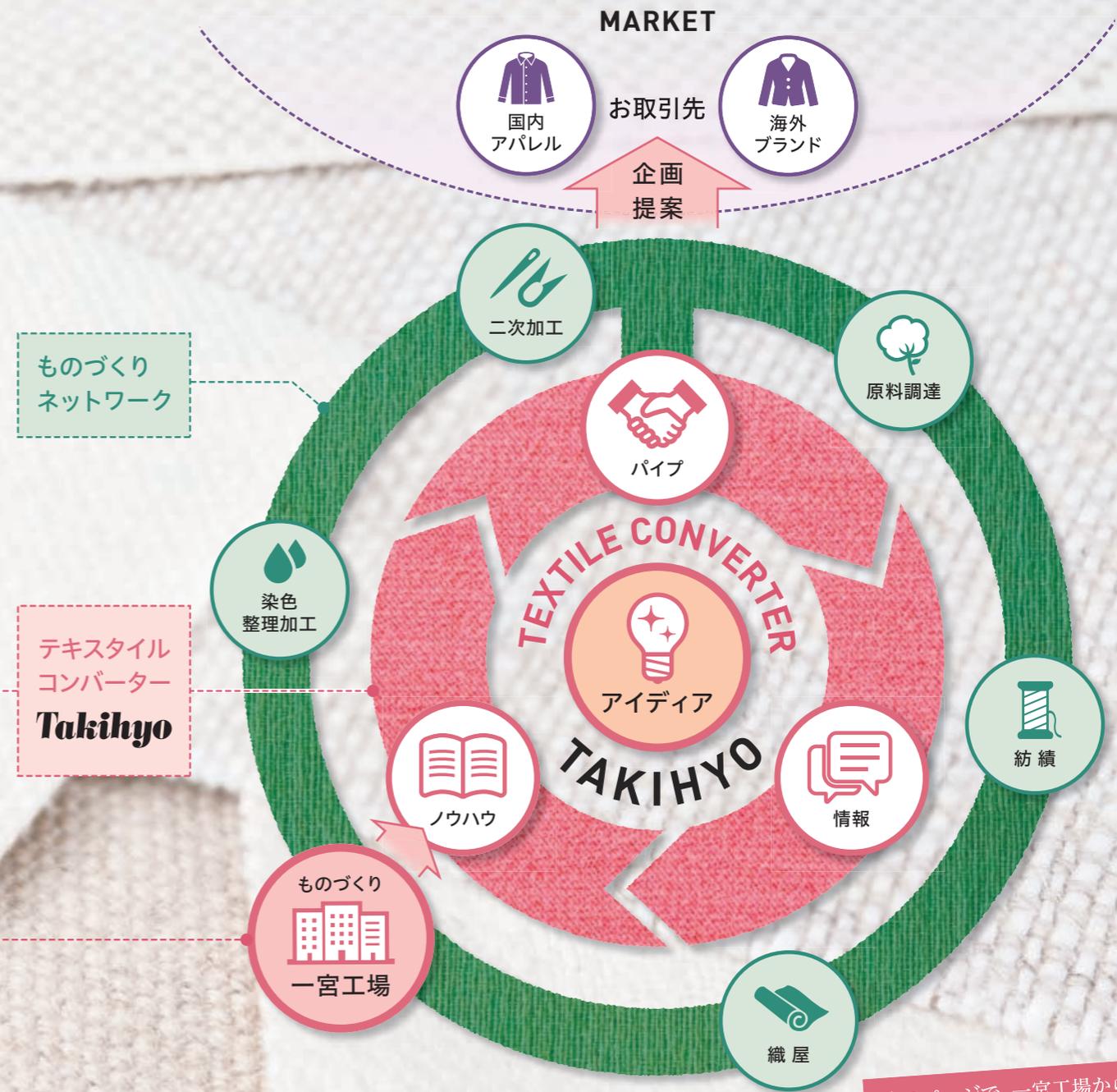
❓ テキスタイルコンバーターって何？

お取引先が求める生地を生み出すには、まず、お取引先のためにどんなものを作るのかを考え抜くことから始まります。そして、そのアイデアをタキヒョーが持つ情報やノウハウ、世界中の産地との強いパイプを駆使しながらカタチにしていくことで、思い描いた生地を生み出します。このように、「お取引先が求めるものを察知し、アイデアを具現化する」という役割を担うのが、テキスタイルコンバーターです。

❓ ものづくりの拠点「一宮工場」

もともと生産機能を持たないタキヒョーが、自らものづくりをするために立ち上げたのが「一宮工場」。タキヒョーが糸から生地まで一貫してものづくりに携わることで、よりオリジナリティの高いものを生み出しています。設立から3年、アイデアを具現化するノウハウを蓄積し続け、現在ではタキヒョーのものづくりの要となっています。

タキヒョー流「こだわり」が生まれるまで



次のページで、一宮工場から生まれたこだわりの生地をご紹介します →

テキスタイルコンバーターとして、より作り手に近いところで新たな生地を開発し続けるタキヒヨー。ここでは、そのものづくりに密着し、オリジナル生地が生まれるまでのこだわりと強みを解説します。

タキヒヨーオリジナル生地が「Gabardine K.T」のコートに採用!

株式会社ファイブフォックスが展開する「Gabardine K.T (ギャバジンK.T)」は、洗練された感性と上質な素材で女性を美しく演出するブランド。タキヒヨーが提案した生地がブランドのイメージにぴったりだったことが採用につながりました。

Close-Up!



アイデア



情報

0 ものづくりの第一歩 イマジネーション

✓ 目指すは柔らかな手触りと深みのある色

ものづくりにおいて最も重要なのはイマジネーション。一つの原料からどんな可能性があるのかを考え抜くことから始まります。今回私が実現したかったのは、柔らかな手触りと深い色の生地。ピュアセットランドの持つ特性を引き出し、誰も出したことがない美しい色を出すためにどうしたらよいか、これまでの経験とアイデアを結集させました。

総合企画室 テキスタイル企画開発室 大門 宏

Made in Takihiyo



1 糸づくり ~Made in Takihiyoの糸

✓ 深みのある色

- 原料の羊毛をさまざまな色に染めてから混ぜることで、複雑で深みのある色を生み出せます。
- 理想の色合いになるまで、何度も試行錯誤を繰り返し、ようやく思い描いた色にたどりつきます。



✓ なめらかな手触り

- 最高品質のセットランドの繊維長を活かしたなめらかな手触りにするため、手間と時間をかけて繊維の向きをそろえながら細くしていきます。



✓ ふっくらとした柔らかさ

- 英式紡績機を使って、糸にストレスをかけずにゆっくり優しく撚りかけることで、糸全体が空気を含み、柔らかな風合いになります。



2 生地づくり

✓ 糸の風合いを最大限に引き出す織り

- 糸の柔らかさを損なわないよう、尾州のジョンヘル織機を選択。この織機は人の手を必要とし、扱えるのは熟練の職人だけです。手間はかかりますが、仕上がりは抜群です。



ノウハウ

自社一宮工場 だからできる!!

一宮工場では、あえて古い旧式の英式梳毛紡績機や織機を導入しています。現在普及している仏式に比べ、工程に手間も時間もかかりますが、その分ひとつひとつの工程で試行錯誤しながら、本当のものづくりができます。



パイプ

産地とのパイプが あるからできる!

タキヒヨーには、長年培った世界中の産地とのパイプがあります。どこで何を作るのか、作りたい生地に合わせた最適な産地の選択にもノウハウが活かされます。



採用のポイント!

オンリーワンを求める ブランドのニーズを具現化

この生地は、お取引先の好みを知り尽くした私たちチームが、ブランドイメージに合わせて企画・提案したものです。さらに先方のニーズに応え、銀の箔を施したり、織りのパターンを工夫することで、世界にたった一つの生地に仕上がりました。この生地の提案により、「タキヒヨーなら要望に応じてくれる」という信頼関係をさらに強固にすることができました。

国際営業部 貿易部
村上 稔彦



総合企画室
テキスタイル企画開発室
楠元 宏美



採用のポイント!

今までになかった 新たな風合い

この生地は、緯糸に東レさんが開発したポリエステル、経糸には綿を使用しました。合織と綿という異素材をあえて掛け合わせることで、デニムのように見えて軽やかで柔らかいという、今までにない風合いを実現。国際的な生地の展示会「プルミエール・ヴィジョン・ファブリック (PV)」でバイヤーの目に留まり、メンズパンツとジャケットに採用されました。



世界的なブランドに続々採用! タキヒヨー自慢の生地たち

タキヒヨーから生み出される、さまざまな生地たち。あるものはタキヒヨー自身のもので、あるものは産地とのパイプを使って、あるものはその両方を組み合わせて…。タキヒヨーだからこそできるオリジナリティあふれる生地は世界中の有名ブランドから注目を集めています。

採用のポイント!

プリント生地の常識を超える 斬新なアイデア

「経糸と緯糸が織りなす畝の隙間にインクジェットプリントを施す」という斬新な方法で奥行きを出した生地は、見る角度によって、3Dのようにさまざまに変化します。PVでピックアップ素材に選出されたことで某ブランドが興味を示し、販売につながりました。今では、さらに別ブランドにも販売が広がっています。

総合企画室
テキスタイル企画開発室
坂本 亜紀子



世界基準のものづくり力を結集して、さらなる高みへ

私たちの使命は、タキヒヨーにしかできない生地を世界中へ発信すること。他の企業ではできない生地の相談も「タキヒヨーなら」と持ち込まれることが増え、単なる商社ではなく「ものづくりの担い手」としての存在感を増しているという手応えがあります。世界中の産地と強いパイプがある私たちが、「ものづくり力」を手に入れた今が、さらなる飛躍のとき。これからも世界を相手に挑戦を続けます。



国際営業部 貿易部
チームリーダー
土屋 旅人

個性派ヨーロッパブランドが続々登場

常に世界中で何か「おもしろいこと」を探し続けているタキヒヨー。今回ご紹介するのは、ヨーロッパから日本に上陸した個性派ブランドたちです。2016年4月より展開を開始したイタリア発の雑貨小物ブランド「JU'STO」を皮切りに、2017年2月には、新たにヨーロッパの3ブランド「Barts」「BOB」「womsh」が仲間入り。これらは、当社が運営する「JU'STO」「ZOY」の店舗で一部販売を開始、今後は小売店への卸にも拡大予定です。それぞれの今後の展開にぜひご期待ください。

〈お問い合わせ先〉JU'STO課 / Tel: 052-587-7118 E-Mail: info@justo.jp

JU'STO **日本初上陸!**
(ジュスト)

イタリア発の雑貨小物ブランド。時計やバッグのパーツを持ち主の個性や気分自由に組み合わせられるカスタマイズ性が魅力です。2016年秋冬よりモデル寛美和子さんをイメージキャラクターに起用し、認知度を高めています。



JU'STO

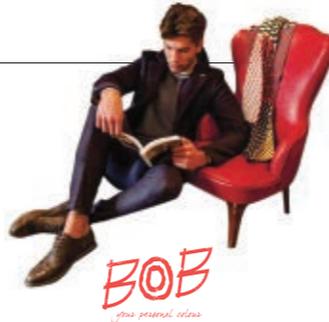
SHOP LIST

- 【東京】キラリトギンザ店
東京都中央区銀座1-8-19
KIRARITO GINZA 3F
- 【大阪】なんばパークス店
大阪市浪速区難波中2-10-70
なんばパークス 3F
- 【名古屋】ラシック店
愛知県名古屋市中区栄3-6-1
LACHIC 5F
- 【埼玉】コクーンシティコクーン2店
埼玉県さいたま市大宮区吉敷町4-263-1
コクーンシティコクーン2 2F
- 【オンラインショップ】 <http://www.justore.jp/>

Barts **日本初上陸!**
(パーツ)

「crafting joy」をブランドコンセプトとする、アムステルダム発の帽子ブランド。オランダらしいきれいな色使いと遊び心あふれるデザインです。

BOB イタリア・プラトーで2006年に誕生したメンズアパレルブランド。商品はすべてイタリア製で、シンプルなアイテムにハンドワークの装飾を加えたユニークなデザインが特徴です。

womsh **日本初上陸!**
(ウオムシュ)

2011年にイタリアで創立された、スニーカーブランド。リサイクル可能な靴底を使用するなど、ヨーロッパ中心に広がるエシカル(倫理的)ファッションのニーズに応えています。

片山プロ・横峯プロと
ウェア契約を締結

片山晋呉 プロ

横峯さくら プロ

当社は、2017年1月に横峯さくらプロ、2017年4月1日に片山晋呉プロと、それぞれ当社運営のゴルフウェアブランド「ZOY」のウェア契約を締結しました。国内外で幅広く活躍し続ける両選手をサポートするとともに、「ZOY」の知名度向上を目指します。

【片山晋呉】1973年生まれ。1995年にプロテスト合格し、ツアー25勝、史上7人目の永久シード選手に。国内外のツアーで活躍し、日本のプロゴルフ界をけん引する。

【横峯さくら】1985年生まれ。2004年にプロテスト合格、現在は主戦場をアメリカに移し、日米両ツアーでの優勝を目指す。

i 株主インフォメーション

タキヒヨーの株式に投資しやすくなります!

当社は、2017年9月1日を効力発生日として、下記のとおり株式併合および単元株式数の変更を行います。

2017年9月1日～

- ① 普通株式5株を1株に併合
- ② 単元株式数を1,000株から100株に変更
- ③ 株主優待の要件を200株以上に変更

[例] 現在1,000株保有の場合、
9月1日より200株の保有となります。

～2017年8月31日

2017年9月1日～

所有株式数	議決権	所有株式数	議決権	優待
1,000株	1個	200株	2個	

100株から投資できます!

100株

1個

Point

- 株式併合に関して株主さまご自身のお手続きは不要です。
- 株式併合が当社株式の資産価値に影響することはありません。
- 株主優待の内容および要件に実質的な変更はありません。



詳細は当社ウェブサイトでご確認ください
https://takiho.co.jp/news/docs/20170417_2.pdf

〈お問い合わせ先〉

三井住友信託銀行株式会社 / Tel : 0120-782-031

こだわりのオリジナルギフト

2月末日現在、当社株式を1,000株以上お持ちの株主さま対象

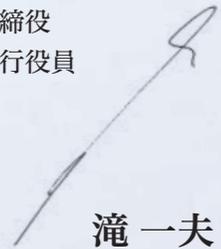
時が創り出す表情の変化を楽しんでほしい

日本の伝統工芸「印伝」。その魅力は、時を経るごとにさまざまに変化する色や風合いにあります。

手にした日から人生をともに歩み、時を刻み続けることで、その風合いは深みを増していく。その有様は、株主の皆さまとともに、長きにわたり発展し続けていくというタキヒヨーの目指す在り方とも重なります。

この優待品の表情の変化をゆっくりと楽しむように、当社のこれからの末永く見守っ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



印伝パスケース

※色は選べません。

6月中旬
発送

こだわりが光る
日本の伝統美

Takihyo × Koto inden
古都印伝®

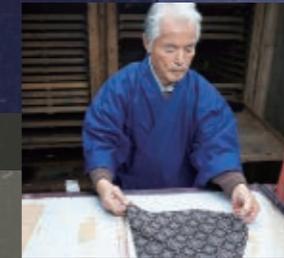
「革と漆の芸術」として世界で評価されている印伝。今回は、長年にわたり、印伝の美しさを追求し続ける老舗 株式会社林吾のブランド「古都印伝」とタッグを組み、こだわりのオリジナルパスケースを作り上げました。



一柄
「無病息災」に通じるとされる「ひょうたん」柄には、株主さまの健康長寿を願うタキヒヨーの想いが込められています。



一機能性
かばんの持ち手などに取り付けられるストラップが機能性のポイント。定期券や診察券などが素早く取り出せます。



一匠の技
印伝には熟練の「技」と「勘」が必要とされるため、すべてが職人による手作りです。惜しみない手間が、素材本来の美しさを引き出します。



一素材
軽く丈夫な鹿革と最高級の漆を使用。鹿革は使うほどに手になじみ、漆もまた時を経るごとに光沢に深みが生まれます。

株主優待制度のご案内

2月末日、8月末日に1,000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。
※9月1日より200株以上。詳しくはP17をご覧ください。

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

時を紡ぐ

～タキヒヨー歴史探訪③

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

真の社会貢献を目指して「瀧実業学校」(愛知・江南)

タキヒヨー創業の地、愛知県江南市の教育のシンボルである中高一貫校「滝学園」。その発祥は、五代目 信四郎が設立した「瀧実業学校」に遡ります。信四郎は「青少年教育こそが地域社会への最大の奉仕」という理念のもと、農業と商業という二つの実業教育による人材育成に注力。学校設立は、私費を投じた奉仕活動ではあったものの、地域の発展を願うその思いが繊維業の事業の発展をも後押ししたことは言うまでもありません。初代 兵右衛門から信四郎、そして現在へと脈々と受け継がれるその理念は、現在のタキヒヨーにおいても、名古屋市内の養護施設の子どもたちへの洋服の寄付・支援活動や、デザイナー育成支援といった形で具現化されています。



校内に立つ瀧信四郎像

五代目 瀧信四郎が設立にあたり校訓と定めた、『質実剛健』『勤勉力行』『報恩感謝』は、常に謙虚たれと説くタキヒヨーの経営哲学とも相通じるものがあります。



特徴的なデザインが評価され、2001年に本館(写真左)と講堂(写真上)、2017年に図書館がそれぞれ国の登録有形文化財に指定されました。



住所: 江南市東野町米野1
交通: 名鉄犬山線江南駅より徒歩約20分、または名鉄バス(名鉄一宮駅行き)約6分「滝学園前」下車

株式の状況 2017年2月末日現在

発行済株式の総数

48,000,000株
(うち自己株式1,361,865株)

株主数

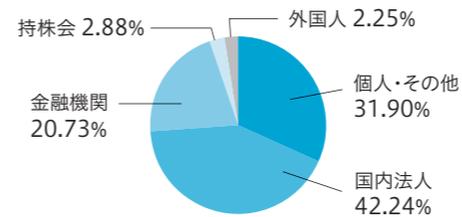
5,323名

大株主一覧

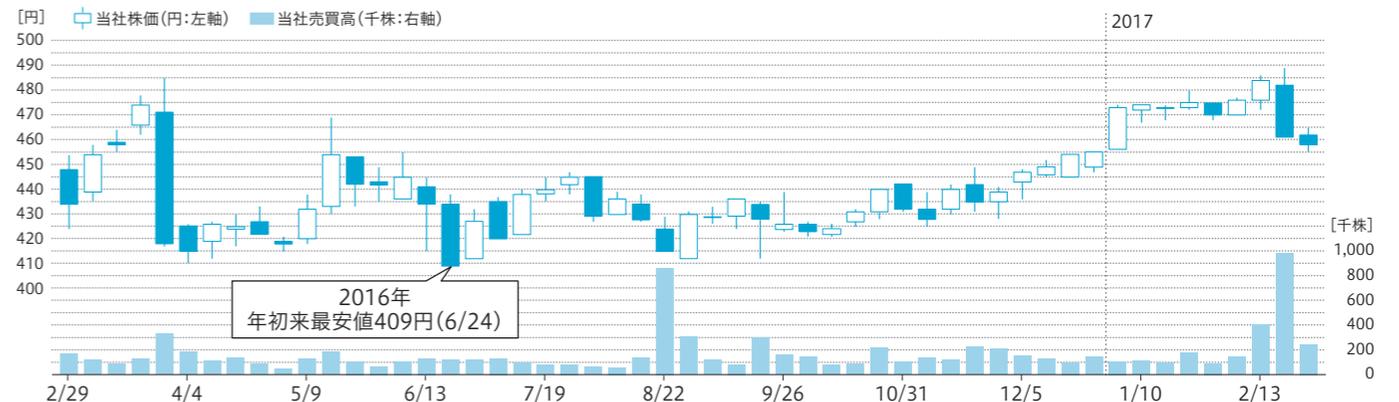
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	12,000	25.73
株式会社旭洋興産	2,103	4.50
株式会社三菱東京UFJ銀行	1,291	2.76
第一生命保険株式会社	1,200	2.57
タキヒヨー取引先持株会	964	2.06
日本生命保険相互会社	824	1.76
滝 茂夫	813	1.74
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	622	1.33
三井住友信託銀行株式会社	600	1.28
株式会社中京銀行	572	1.22

※当社は、自己株式1,361千株を所有しておりますが、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

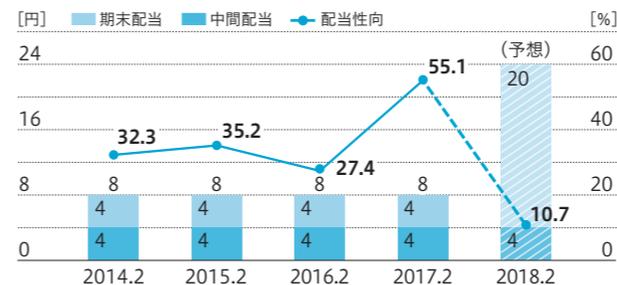


株価・売買高の推移(2016年3月~2017年2月)



[参考]2016年年初来最高値:502円(1/4)

株主還元



2018年2月期 配当予想

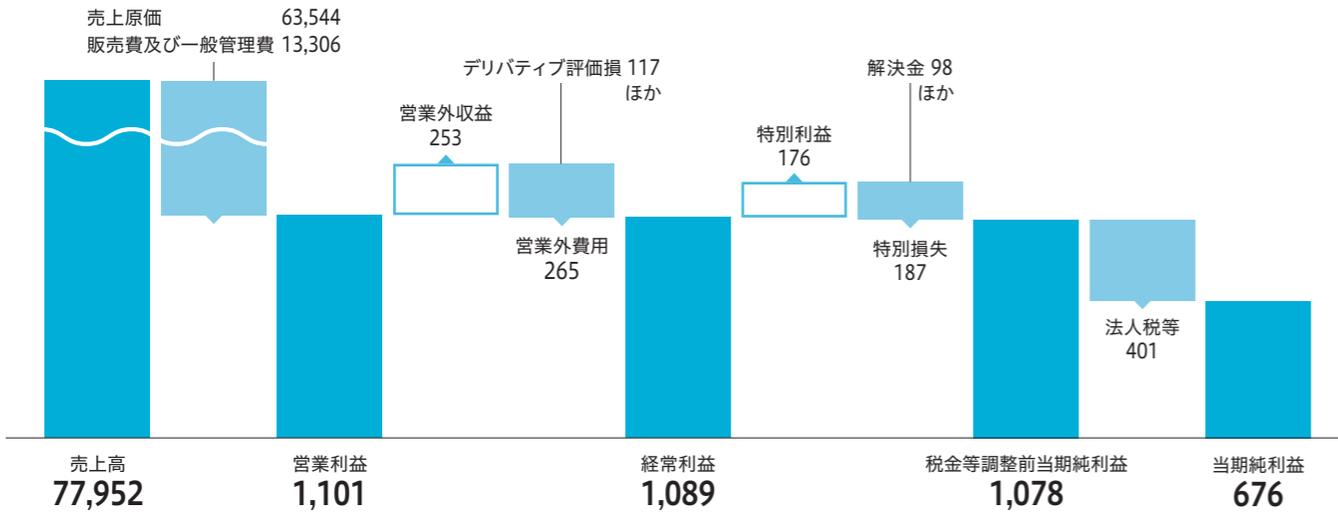
中間 1株当たり **4円** | 期末 1株当たり **20円**

9月1日より普通株式5株を1株に併合することに伴い、期末配当予想を20円に修正いたしました。本修正は株式併合の割合に応じたものであり、配当予想に実質的な変更はありません。

2017年2月期業績のご報告

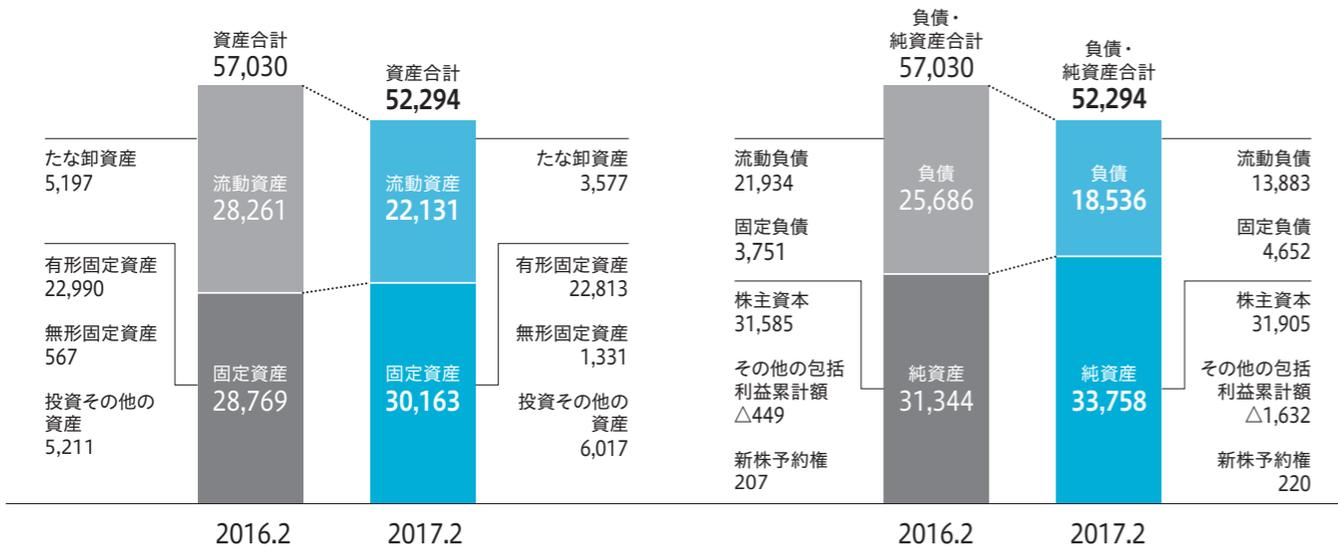
連結損益計算書の概要 [単位:百万円]

※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

消費者の対衣料品支出の不振が続く中、強みであるOEM・ODM事業において当社商品独自の個性や特徴を十分に訴求できなかったことにより、前期比7.6%の減収となりました。

営業利益

BERARDIの展開休止による経費減少、物量減少、効率化などにより販売管理費の抑制は図ることができたものの、売上高の減少に加え、売上総利益率の低下により、前期比56.2%の減益となりました。

当期純利益

営業利益の減少に加え、円高進行に伴う為替予約に係るデリバティブ評価損の計上、取引先との間の調査を要する案件の決着に関する特別損失の計上により、前期比50.3%の減益となりました。

Point 連結貸借対照表

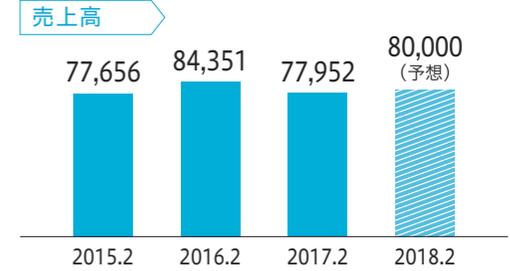
総資産は、主としてソフトウェアや投資有価証券が増加した一方で、売掛金やたな卸資産が減少したことにより、前期末に比べて減少しました。負債は、主として買掛金、借入金、デリバティブ債務の減少により、前期末に比べて減少しました。

2018年2月期の取り組み

当社グループは2018年2月期の課題として、①OEM・ODM事業の再構築、②品質の安定に向けた取り組みの強化、③さらなる効率性の向上、の以上3点に取り組んでまいります。

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2017年3月31日公表

会社概要		2017年5月24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	674名(男350名 女324名) (2017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	1,000株(2017年9月1日より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 1,000株(9月1日より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 1,000株(9月1日より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2017【ブース出展】

7/21(金)22(土) 10:00～17:00

主催：名古屋証券取引所

会場：吹上ホール

〈東京〉日経IR・投資フェア2017【ブース出展】

8/25(金)26(土) 10:00～17:00

主催：日本経済新聞社

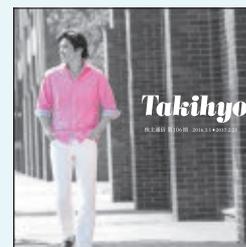
会場：東京ビッグサイト 東4ホール

【お問い合わせ先】IR・広報室 tel.052-587-7030

今号の表紙

「タキヒヨーのある暮らし」～初夏の散歩～

今号の表紙テーマは、初夏の散歩。青空に映えるピンクとホワイトのコーディネートが、心を浮き立たせます。



シャツ：参考店頭価格 3,990円
パンツ：参考店頭価格 5,800円
着用者：当社社員

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。



タキヒヨー株式会社