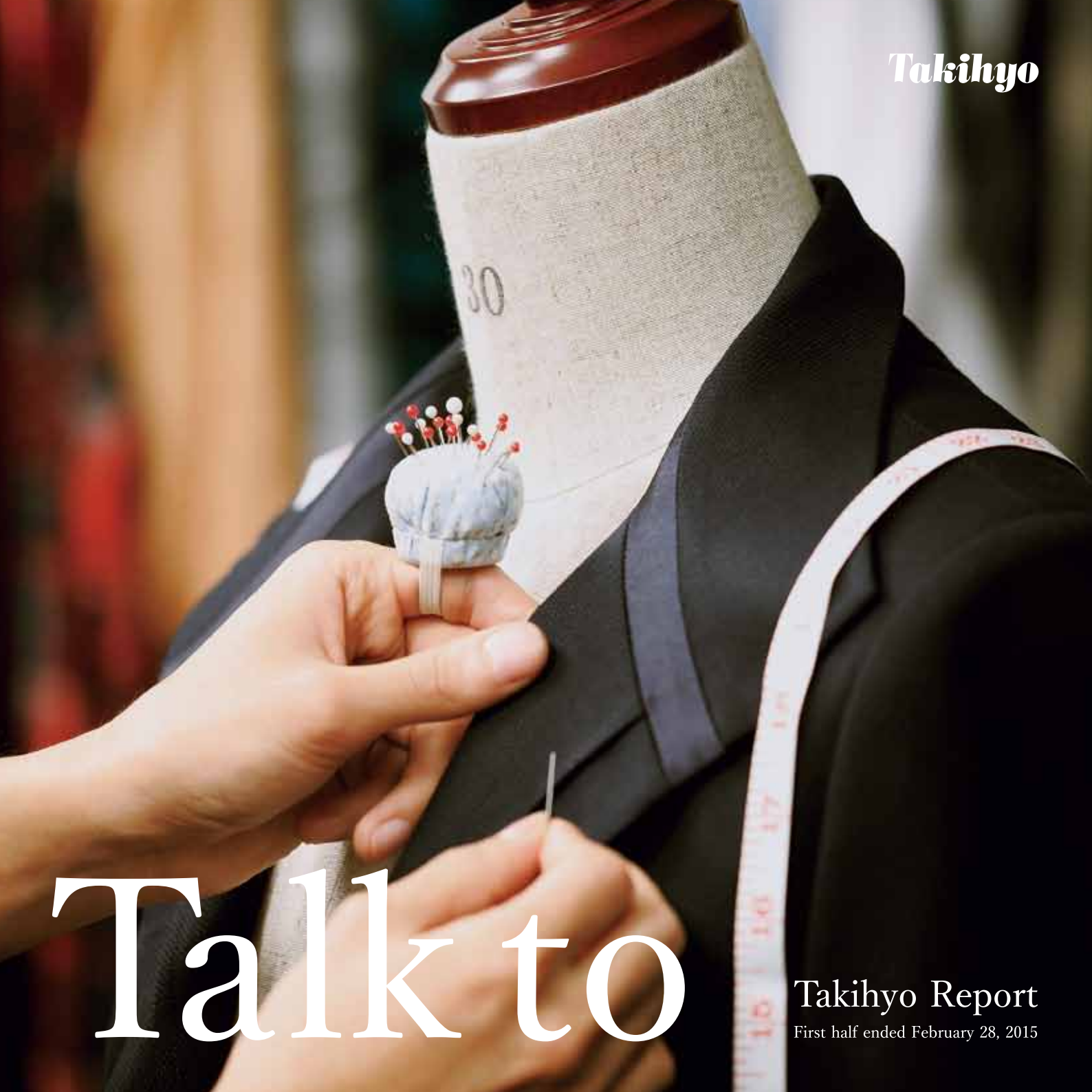




Takihyo

Talk to

Takihyo Report
First half ended February 28, 2015

暮らしにタキヒヨー

職場で、学校で、食事会でなど、暮らしのあらゆるシーンで、
私たちはタキヒヨーの製品(洋服)を着ています。
お取引先である小売店への卸売りが多いため、
タキヒヨーの名前が表に出ることは少ないですが、
今アナタが着ているその服も、
「Made in TAKIHYO」かもしれません。



Made in TAKIHYO

Contents

- 04 株主の皆さまへ
- 06 プロダクトストーリー
タキヒヨー流“こだわり”が生まれるまで
- 11 トピックス
- 14 社会貢献活動
- 15 株主優待品
- 16 株主インフォメーション
- 18 決算のご報告

株主の皆さまへ

株主の皆さまには、日頃よりタキヒヨーの事業にご理解とご支援を賜り、厚くお礼申しあげます。2015年2月期第2四半期は、市場をけん引するトレンド不足や天候不順などにより、当社のお取引先である小売店が総じて苦戦し、売上高は3.4%の減収となりました。一方、昨今の急激な円安による調達原価の上昇を吸収すべく、付加価値の高い商品の供給および新規販売先の拡大、生産拠点の見直しや物流の効率化などに取り組んだ結果、厳しい経営環境ながらも営業利益は18.4%の増益を確保することができました。

しかしながら、いまだ足元でも円安がさらに進んでおり、海外からの製品調達が主体の業界には厳しい経営環境が続いています。ともすると、効率だけが優先され仕事が希薄になりがちですが、このような環境下だからこそ、ひとつひとつの仕事をいかにして丁寧にできるかが勝負であると考えています。

丁寧に仕事をするということは、ひとつは「ものづくりの原理原則を知る」ということです。近年、日本のアパレルメーカーは、製品生産の大半を中国等の海外工場へ委託しており、アパレルメーカー自体がものづくりの現場に触れる機会が減少しています。極端なことを言うと、ものづくりが全くわからなくても、アパレル製品ができあがる時代であります。しかし、より魅力ある製品を作る、また、より生産コストを下げるということになると、ものづくりを知らないといけないというのも一方であるわけです。

生産コストを下げる交渉を中国の委託工場にするにしても、ものづくりを知っている人たちと対等に渡り合うためには、ものづくりを知っていなければならない。たとえば、145工

程かかるジャケットを100工程で仕上げるには、どの工程をどう工夫すればカットできるのか、ものづくりのプロセスを知っていてこそ、考えることも、対等に交渉もできるのです。また、より魅力ある製品を作るにしても、ものづくりを知らなければアイデアも出ないし、どう作っていいのかを仕入先に伝えることもできません。

ものづくりを知るための第一歩が、前回お知らせした一宮工場です。糸から生地までを一貫生産できる小規模な拠点ですが、生産拠点を持たない繊維商社だからこそ、より深くものづくりを知らなければならないという想いが込められています。

ものづくりだけでなく、すべての仕事を丁寧に、ひとつひとつ、あたりまえにやっていく。本年2月にイタリアの雑貨ブランド「fullspot」の国内での独占販売権を取得し取り扱いをスタートしましたが、ミラノ支店がこのキラリと光るブランドを探してきました。丁寧な仕事の芽が少しずつ出始めています。

ものづくりの原則を知って、そこから出たアイデアをどう組み合わせるかというのがタキヒヨーのやり方。タキヒヨーが「ファッションコンバーター」といわれる所以で、1つのものをどうコンバートして次は違うものに、またよりよいものにしていくという使命を持っているのです。

短期的な手も打ちながら、長い目で本物の力をつけていく。また、生活はすべてファッション。ファッションコンバーターとして衣料品だけでなくライフスタイル全般をクリエイトして、さらなる収益基盤の強化を図っていきます。タキヒヨーの今後にどうぞご期待ください。

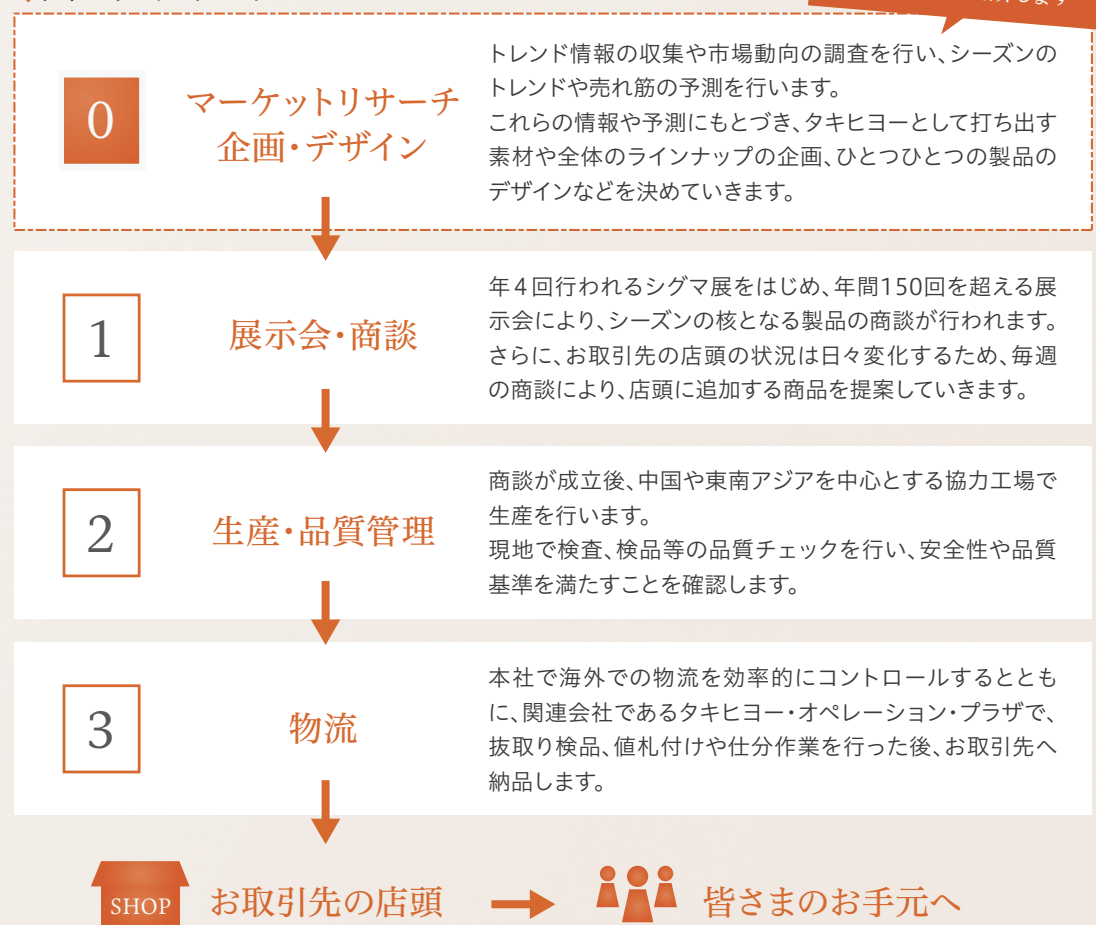
「丁寧に。」
ここに強くなる
すべての原点がある。



代表取締役社長
滝 一夫

今、店頭に並んでいる服が、誰がつくっていて、どのようなプロセスでつくられているかご存知ですか？
タキヒヨーの名前は出ていませんが、ショッピングセンターや百貨店のブランドショップ、衣料品専門店・量販店など、いろいろなところにたくさんのタキヒヨー製品が並べられています。
タキヒヨーは、消費者の皆さまが思わず手に取りたくなるような服をお届けするため、市場調査にもとづく企画デザインから、お取引先の店頭で製品を納めるまでの一貫した体制を備えています。
今回から数回にわたるシリーズ企画として、タキヒヨーのこだわり製品が消費者の皆さまのお手元に届くまでの各プロセスを、ご紹介していききたいと思います。

◆タキヒヨーのバリューチェーン



0

マーケットリサーチ 企画・デザイン

Market Research & Design

ファッションには流行（トレンド）がありますが、皆さまが手にしている服のトレンドは誰が決めているのでしょうか？トレンドって何でしょうか？流行の色はどこから生まれるのでしょうか？

ファッションのトレンドは、パリやロンドン、ミラノなどのファッションの本場であるヨーロッパとニューヨーク・ロサンゼルス等のファッション先進国を中心に発信されます。特に、ファッションの中心地であるヨーロッパでは、世界でこれから流行する色の検討・発表やカラー・糸・生地の展示会が開催されます。これらの情報をもとに、パリコレクションをはじめとするコレクションが各地で開催されます。

全世界のアパレル関係者が注目するこれらの情報が、世界的なファッションの流れのベースとなっていく。

パリコレといって私たちが思い浮かべるのは、奇抜で斬新なファッションをまとってランウェイを歩くモデルさんたち。普段私たちが身につけている服とはかけ離れた世界のように思えますが、世界的なトレンドの流れから派生して、すべてのファッションが生まれていきます。

タキヒヨーでは、このような世界的な情報から国内の市場調査も含めた自社による入念なマーケットリサーチを行い、それにもとづき魅力ある製品の企画・デザインを行っています。

シリーズ企画 プロダクトストーリー 0 では、
来年春夏シーズンで注目が期待される
“フレンチリネンニット”の魅力とこだわりポイントが、
どのようにして生み出されるかをご紹介します。



「もうすぐ着たくなる」アイテムを、いかに察して生み出すか。

次のページで、こだわりポイントが生まれるまでをご紹介します →

マーケットリサーチ

01 【トレンドチェック】

私たちが普段身につける服も、元をたどれば世界的なファッションの流れの中にあります。インターカラーによる流行色、世界的なカラー・糸・生地の展示会やコレクションの情報から、色・素材・デザインのトレンドの大きな流れをつかみます。



インターカラー・国際的な展示会

1年半～1年前

1年半前に国際流行色協会(インターカラー)により、世界の流行色の予測が発表され、各シーズンのファッションが動き始めます。また、約1年前にピッティ・フィラティ(イタリア)やブルミエール・ビジョン(フランス)などのカラー・糸・生地の国際的な展示会が行われます。コレクションデザイナーや各アパレルメーカーは、これらの情報を元に素材や生地の検討を始めます。



5大コレクション

4～5ヶ月前

パリ・ミラノ・ロンドン・ニューヨーク・東京で行われるコレクションが世界各国のファッションをけん引しています。これらのコレクションで取り入れられたカラーやデザイン・ディテールが、各国の消費者が取り入れやすい形にアレンジされていきます。



02 【市場調査】

トレンドチェックで把握した世界的なファッションの流れを、どう日本のターゲットとなる消費者に受け入れられるようにアレンジできるかが勝負です。ターゲットとなる消費者が求めるものを予測するために、より綿密な市場調査を行います。



売れ行き情報の分析

前年の同シーズンから現在までの売れ行き情報を分析します。ここから消費者のニーズを読み取り、将来のトレンドを予測します。タキヒヨーでは、よりタイムリーかつ的確な予測をするため、お取引先と店頭情報を共有しています。



定点観測・ストリート情報の収集

ターゲットとする消費者層が好むファッションビル等の店頭に出向いて、品揃えの変化や売れ行きを定期的・継続的にチェックし、トレンドの変化を読み取ります。また、原宿や渋谷など新しいファッションの発信地やターゲットとなる消費者層が訪れる街に出向き、最新のファッショントレンドや大衆が好むファッションの流れを把握します。



企画・デザイン

03 【社内での企画会議】



マーケットリサーチにより収集したトレンド情報をもとに、打ち出していく素材軸・全体のラインナップなどの企画の枠組みを決定します。さらに、ターゲット層やお取引先のニーズなどを考慮して、ひとつひとつの製品の素材やカラー、デザインを決定していきます。

◎MD(マーチャンダイザー)は、収集したトレンド情報や市場調査をもとに、お取引先の店頭での売れ筋を予測するとともに、素材の調達、生産・コスト面とのバランスも検討します。
◎デザイナーは、MDが収集した情報と独自のマーケットリサーチの情報、さらにデザイナー自身の感性により、カラーやデザインを具現化します。
MDとデザイナーそれぞれの視点の異なる意見がぶつかり合うことにより、ひとつひとつの製品がカタチになっていきます。



素材

来年春夏シーズンで注目されている天然素材の定番である麻素材。ワンランク上を求めるターゲット層を意識して、上質感を追求した混率100%、さらにタキヒヨー独自の付加価値をプラスして、麻のなかでも肌触りがよい“フレンチリネン”を大々的に打ち出します。糸の原料が正真正銘のフランス産であることのトレーサビリティ証明書を取得することにより、クオリティに絶対の自信をもってお取引先に提案することができます。



デザイン

春夏の定番アイテムである着流しカーディガン。コーディネイトされるパンツスタイルのトレンドも考慮しながら、丈感を微妙に調整します。また、ターゲットとするエレガンスカジュアル系のテイスト感やフレンチリネンの風合いを最大限表現できるような、編み柄、編み目の密度(ゲージ)を検討します。



カラー

マーケットリサーチの情報を元に、いくつかの候補の中から、フレンチリネン特有の風合いや色合いを表現できる色を選びます。実際に、フレンチリネンの糸に異なる色合いを染色し、何度もチェックを重ねて調整を行っていきます。



ラインナップ

来年春夏のトレンド予測やお取引のニーズを網羅できるよう、複数の製品のラインナップを検討します。また、タキヒヨーはニットだけでなく、ボトムスやアウターなど様々なアイテムを取り扱っていることから、社内連携により、トータルコーディネートが可能なラインナップも検討します。



次回は 1 展示会・商談についてお伝えします

MD/婦人IV部
河口 直輝

世界的な流れと
過去のデータから、
シーズンの構成を
検討していく。

消費者に求められる製品をつくる。そのために情報収集し、その情報をもとに自分が担当するターゲットの“こんな洋服が欲しい”という気持ちを予測することが私たちの役割です。

情報収集には、世界的な展示会やコレクションなどの大きな流れと、POSデータや店頭調査、街を歩く人々のスタイル、前年データの分析や半期前シーズンの流行などが含まれます。そこから、シーズン構成という大枠を考え、具体的に落とし込んでいきます。季節のトレンド素材を選び抜くことも大切な要素。これらすべての情報を組み合わせ、デザイナーとの企画会議を繰り返すことで、実際の製品へとつながっていきます。

消費者が求めるデザインには傾向があり、ターゲットの気持ちを知ることが、企画・デザインの出発点になります。情報源は、営業やMDが集めてきたデータと、自らが店舗やオンライン通販サイト、雑誌などでチェックして得たもの。当社は糸を含めた素材に強みがありますから、どのような素材を用いるかもポイントです。

実際にデザインするときに気をつけているのは、トータルコーディネート。私たちがデザインする製品は、他社のブランドなどとコーディネートされる場合も多いですから、ファッション全体のなかで、担当するターゲット層の流行をつかみ、小物や靴なども想定しながら、どのような特徴を持たせるかを考えています。

トータル
コーディネートを意識し、
生み出す製品の
価値を高める。

デザイナー/婦人IV部
山口 久美子

01 fullspot



O clock
products thought and manufactured in Italy.



O bag beach, O bag mini, O pocket.
designed by E. Magenta



イタリア発ブランドの日本独占販売権を取得。



2014年2月、イタリア発のファッション小物ブランド「fullspot」とJAPAN SOLE AGENT契約を締結し、日本における独占販売権を取得。タキヒョーグループが運営する名古屋のセレクトショップ「TAC-PAC」において販売を開始しました。

店頭では、イタリアブランドらしい綺麗で遊び心を掻き立てるカラーの時計やバッグなどの小物が目を引きます。その商品すべてで、カスタマイズできるのが「fullspot」の最大の特徴。好きなパーツを組み合わせ、自分だけのアイテムを作ることができます。

9月に、名古屋市中区栄にある複合商業施設「LACHIC(ラシック)」に「fullspot」1号店がオープン。10月30日に東京銀座にオープンする商業施設「KIRARITO GINZA(キラリトギンザ)」に2号店を出店します。今後、全国の商業施設への店舗展開や、Webでの販売が計画されています。

■ お問い合わせ先
ティー・エル・シー株式会社 fullspot課
TEL:052-222-1173

02 BERARDI



日本橋三越にて新店舗OPEN

「ANNE KLEIN NEW YORK」からブランドコンバージョンして取扱が始まったブランド「BERARDI」は、2014年8月、日本橋三越本店本館3Fに新店舗をOPENいたしました。店内は、ブランドカラーであるネイビーを基調としたグラデーションウォールを中心に、ガラスやシルバー什器などで透明感、高級感を演出。シャープでいて艶感のあるスペースを実現しています。

「ANTONIO BERARDI」
ロンドンコレクション

「BERARDI」のファーストラインである「ANTONIO BERARDI」は、9月に行われたロンドンファッションウィークにて、2015年春夏コレクションを発表しました。ブランドアイコンである“アワーグラス（砂時計のシルエット）”は、緩やかに漂うようなシルエットに変化し、新しい“美しさ”を表現。また、小さくて繊細な小花柄から大きく大胆な花柄まで様々なフローラルパターンがコレクション全体に散りばめられ、彩りあるコレクションとなっています。



03 ZOY



松屋銀座にて新店舗OPEN

ゴルフウェアブランドの「ZOY」は、2014年9月、松屋銀座6Fに新店舗をOPENいたしました。カシミアやウールなど、天然素材にこだわった同ブランドのコンセプトは「上品」「シンプル」「クラシック」。知的で上質なゴルフ&カジュアルシーンを提案しています。

04 小矢部ニュータウンプロジェクト

未利用スペースを活用し、生活関連領域に事業展開

当社は、2014年8月、富山県小矢部市にある所有地に、4棟36世帯の賃貸集合住宅を建設いたしました。北陸自動車道小矢部I.Cのある小矢部市は、交通の要所として利便性が高く、近年、大手自動車・重機関連の工場や三井アウトレットパークの進出が決定するなど人口増加が著しく、住居確保の必要性が急速に高まっています。

同地では、1974年から約40年間にわたり、関連会社であるティー・エフ・シー株式会社が縫製工場の操業を続けています。今般、同工場の未利用スペースを活用するとともに地域振興への貢献を行うとの思いも込め、街づくりプロジェクトを計画・実行いたしました。衣料に限らず、生活関連分野への取り組みを進める当社にご注目ください。





Happiness宅配便

ファッションを通じて子どもたちに笑顔を

2007年に名古屋市内にある児童養護施設の子どもたちにタキヒヨー製の洋服を贈る社会貢献活動がスタートし、今年で7年目を迎えました。2011年には、「Happiness宅配便」として生まれ変わり、活動の幅を広げています。2014年7月には、16施設、549名の子どもたちにタキヒヨーの服を贈りました。2月には、小学校入学・卒業を迎える子どもたちをタキヒヨー本社に招待し、フォーマル服をプレゼントする予定です。今後も、「ファッションを通じて人を幸せにしたい」という思いを込め、子どもたちに服と笑顔を届けます。



GAMA ROCK FES

復興支援イベントで「ライブプリント」を実施

当社では、社会貢献活動のひとつとして、宮城県塩竈市で2012年から始まった東日本大震災復興支援イベント「GAMA ROCK FES」に毎年参加協力をしています。昨年に引き続き、GAMA ROCK オフィシャルTシャツを寄贈し、社員によるフェイスペイントでFESに花を添えました。さらに今年は、ファッションの会社らしい新企画をスタート。当社デザイナーによるデザインを、購入したTシャツにその場でプリントする「ライブプリント」を行い、収益金を寄付しました。



こだわりのオリジナルギフト

8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

株主
優待品

10月中旬

発送



NAPKIN® 4.EVER

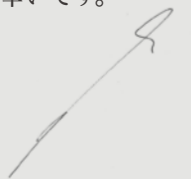
今回の株主優待品は、イタリア製の「4.EVER ペン」をお届けいたします。

この「4.EVERペン」は、私が渡欧の際によく訪れるフィレンツェのペンショップで見つけたものです。職人がペン先を一つひとつハンドメイドで取り付けており、インクなしで半永久的に書き続けることができるユニークなペンです。インクを紙に転写するのではなく、ペン先を紙にあてることで生じる摩擦によってペン先を酸化させ、紙に色がつく仕組みになっています。

また、フォルムもイタリア製らしく、シンプルながらも造形美を感じさせます。

インクが切れることがありませんので、電話口やデスクでふとしたときにいつでもお使いいただけます。日常の何気ない瞬間に、この美しいデザインを楽しんでいただければ幸いです。

代表取締役社長 滝 一夫



Information

株主インフォメーション



アサザイに出演。 NISAお勧め銘柄 「イノウエ・セレクト」に選ばれました。

2014年5月7日のラジオNIKKEI第1「朝イチマーケットスクエア アサザイ」に、代表取締役社長 滝 一夫が出演いたしました。パーソナリティのスプリングキャピタル代表 井上哲男氏との対談では、タキヒョーの事業紹介からものづくりの原点に至るまで、タキヒョーの進化と挑戦について熱く語りました。



NISAお勧め銘柄に送られる「イノウエ・セレクト」

★オンデマンド配信で
ご視聴いただけます。

アサザイ タキヒョー

検索

News Letter 廃刊のお知らせ

当社は、株主さま1人ひとりに企業理解を深めて頂きたいとの思いから、1995年11月に「News Letter」を創刊し、四半期ごとに決算短信の要約を郵送にてお届けしてきました。しかし、近年のインターネット普及により、東証TDnetや弊社ホームページで、より適時に情報の入手が可能となったため、「News Letter」は廃刊させていただく運びとなりました。長らくNews Letterをご愛読いただきありがとうございました。

【IRに関するお問い合わせ先】 Tel: 052-587-7030 E-mail: ir-dept@takihyo.org

抽選優待 (旅行券50万円)の 抽選会実施のお知らせ



当社は、2月末日現在、1,000株以上保有の株主さまを対象に、「社長こだわりのオリジナルギフト」の贈呈のほか、抽選で10名様に旅行券50万円の贈呈を行っております。

去る2014年5月21日、第103期定時株主総会終了後に、株主総会ご出席の株主さま及び、当社の株主名簿管理人である三井住友信託銀行の立ち会いのもと、抽選会を実施いたしました。2014年2月28日現在、1,000株以上保有の4,259名(証券保管振替機構を除く)の株主さまを対象に厳正なる抽選を行い、後日、当抽選会により当選された10名様に50万円の旅行券を贈呈させていただきました。

※当選者につきましては、株主番号を当社ホームページに掲載しております。

Talk toをリニューアルいたしました。

- ◎見やすい紙面サイズに変更。
- ◎視認性の高いユニバーサルフォントを使用。
- ◎タキヒョーを皆さまにより深く知っていただくための紙面づくりを目指しています。



株式の状況 2014年8月末日現在

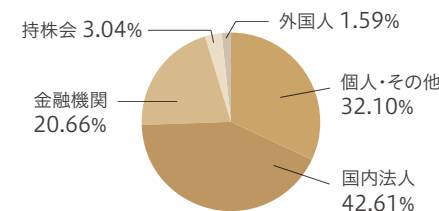
発行済株式の総数

48,000,000株
(内自己株式1,378,708株)

株主数

4,543名

所有者別株主分布

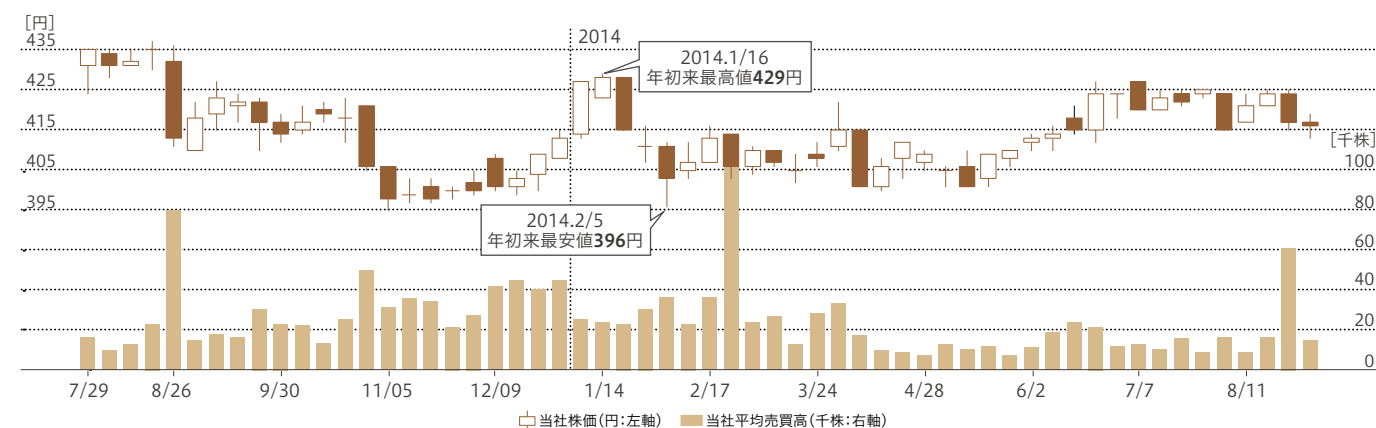


大株主一覧

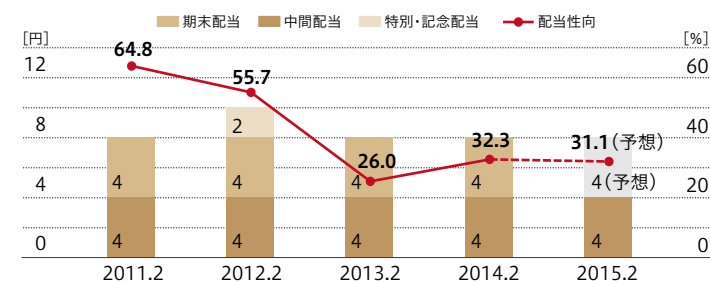
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	12,000	25.73
株式会社旭洋興産	2,103	4.51
株式会社三菱東京UFJ銀行	1,291	2.77
第一生命保険株式会社	1,200	2.57
タキヒョー取引先持株会	992	2.12
日本生命保険相互会社	893	1.91
滝茂夫	776	1.66
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	637	1.36
三井住友信託銀行株式会社	600	1.28
株式会社中京銀行	572	1.22

※当社は、自己株式1,378千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。
※出資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・平均売買高の推移(2013年8月～2014年8月)



株主還元



当中間期
1株当たり4円

期末配当(予定)
1株当たり4円

当社は、長期的な経営基盤の確立のため、財務体質の強化に努めるとともに、配当についても株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題の一つと考えております。当社は、安定した配当を継続するとともに、内部留保を充実すること等を勘案し配当を行うことを基本方針としております。

連結財務諸表（要約）

2015年2月期 第2四半期業績のポイント

■売上高
当社を取り巻く衣料品市場は、3月から5月は前年並みに推移しましたが、6月から8月は市場を牽引するトレンドを欠いたことや天候要因により、総じて苦戦を強いられる状況となったことから、売上高は前年同期比3.4%の減収となりました。

■営業利益
当社は大半の製品を、中国をはじめとする協力工場で委託生産していることから、前年同期比約20%の円安進行の影響を受け、収益環境は厳しいものとなりました。このような状況に対処すべく、付加価値の高い商品の開発・供給、中国内陸やASEAN諸国の生産拠点開拓、物流の効率化などを更に推し進め、営業利益は18.4%の増益となりました。

■連結貸借対照表			[単位:百万円]	
科目	前期末 2014年2月28日	当第2四半期末 2014年8月31日		
■資産の部				
現金及び預金	2,917	4,000		
受取手形及び売掛金	17,334	14,681		
たな卸資産	4,152	3,967		
その他	2,041	1,934		
流動資産合計	26,445	24,584		
有形固定資産	20,788	20,830		
無形固定資産	441	428		
投資その他の資産	5,518	6,067		
固定資産合計	26,748	27,326		
資産合計	53,193	51,910		
■負債の部				
支払手形及び買掛金	9,974	8,495		
有利子負債	6,505	4,875		
その他	4,969	6,110		
負債合計	21,449	19,480		
■純資産の部				
株主資本	29,921	30,178		
その他の包括利益累計額	1,674	2,074		
新株予約権	148	176		
純資産合計	31,744	32,429		
負債純資産合計	53,193	51,910		

※百万円未満は切り捨てています。

■連結損益計算書				[単位:百万円]	
科目	前第2四半期 2013年3月1日～ 2013年8月31日	当第2四半期 2014年3月1日～ 2014年8月31日			
売上高	37,301	36,034			
売上原価	29,671	28,701			
売上総利益	7,632	7,338			
販売費及び一般管理費	7,144	6,759			
営業利益	488	578			
営業外収益	163	173			
営業外費用	93	86			
経常利益	558	666			
特別利益	101	183			
特別損失	20	15			
税金等調整前四半期純利益	639	834			
法人税等	288	389			
四半期純利益	350	444			

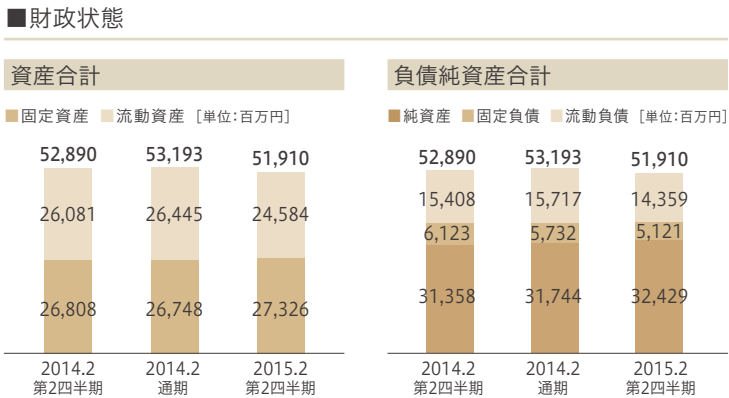
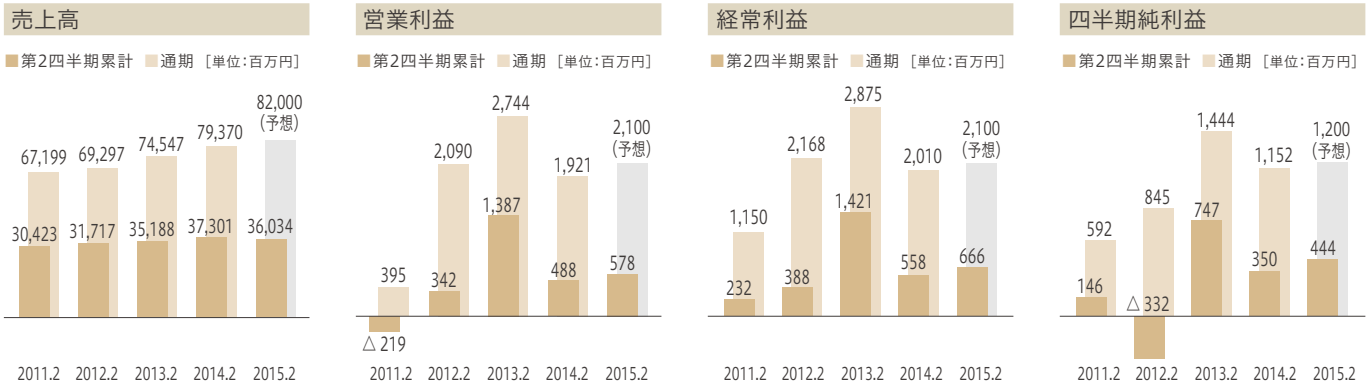
※百万円未満は切り捨てています。

■連結キャッシュ・フロー計算書				[単位:百万円]	
科目	前第2四半期 2013年3月1日～ 2013年8月31日	当第2四半期 2014年3月1日～ 2014年8月31日			
営業活動によるキャッシュ・フロー	289	2,921			
投資活動によるキャッシュ・フロー	218	△ 4			
財務活動によるキャッシュ・フロー	150	△ 1,817			
現金及び現金同等物の四半期末残高	3,707	3,888			

※百万円未満は切り捨てています。

連結業績ハイライト

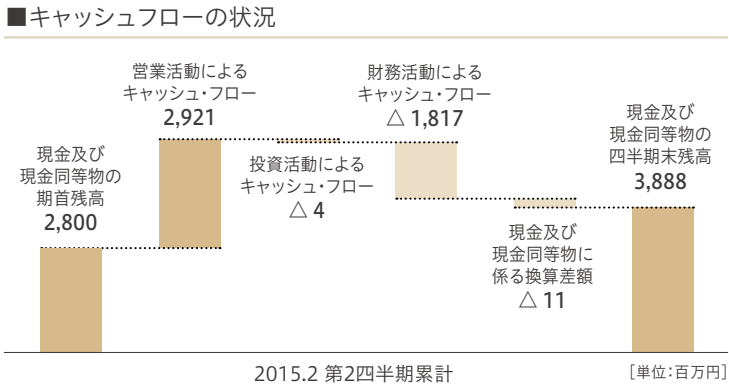
※百万円未満は切り捨てています。



■資産(△12億83百万円)
主に流動資産の受取手形及び売掛金、たな卸資産が減少したことが要因です。

■負債(△19億68百万円)
主に、流動負債の支払手形及び買掛金が減少したことが要因です。

■純資産(+6億85百万円)
主に、利益剰余金、その他包括利益累計額の増加が要因です。



■営業活動によるキャッシュ・フロー(+29億21百万円)
主に税金等調整前四半期純利益や、売上債権の減少による資金収入が要因です。

■投資活動によるキャッシュ・フロー(△4百万円)
主に有形固定資産の売却による収入があった一方で、有形固定資産の取得による支出が増加したことが要因です。

■財務活動によるキャッシュ・フロー(△18億17百万円)
主に借入金の返済や配当金の支払による支出が要因です。

■会社概要

2014年8月末日現在

商号	タキヒヨ―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	滝 茂夫	取締役	池田雅彦
	代表取締役社長	滝 一夫	常勤監査役	加藤佳彦
	専務取締役	岡本 智	常勤監査役	佐野 修
	常務取締役	武藤 篤	監査役	鷲野直久
	常務取締役	喜多 勇	監査役	末安堅二
	取締役	滝 祥夫		
従業員数	638名〈男355名 女283名〉			

■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
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り行います。 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します。 公告掲載URL http://www.takihyo.co.jp ※決算公告に代えて、貸借対照表、損益計算書はEDINET(金融商品 取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示シス テム)にて開示しております。
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	2月末と8月末に1,000株以上保有の株主様に対して、オリジ ナルギフトを贈呈させていただいております。今回8月末の 株主優待の商品は、イタリア製「4. EVER ペン」(詳しくはP15 をご覧ください)です。また、2月末日現在で、1,000株以上保有 の株主様の中から抽選で10名様に、50万円の旅行券を贈呈 させていただきます。

IRイベントのお知らせ

11月

11月15日(土) 13:00~13:55
〈東京〉個人投資家向け会社説明会
 【代表取締役社長 滝 一夫によるセミナー】
 大和インベスター・リレーションズ株式会社 主催

11月21日(金) 14:00~14:50
〈名古屋〉個人投資家向け会社説明会
 【代表取締役社長 滝 一夫によるセミナー】
 SMBC日興証券株式会社 主催

12月

12月16日(火)17日(水)10:00~18:00
〈東京〉野村IR 個人投資家フェア
【ブース出展】
 野村インベスター・リレーションズ株式会社 主催
 (共催:野村證券株式会社)

[お問い合わせ先] IR室 052-587-7030

■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HPにてご覧いただけます。
<http://takihyo.co.jp/ir/index.html>

