



Takihyo

株主通信 第112期 中間 2022.3.1 ▶ 2022.8.31

“Fashion Converter” から “Life Converter” へ

上期の業績について

2023年2月期の中間決算は、連結売上高285億円、連結営業損失3億円と、前年同期比で増収となり、赤字幅が縮小したものの黒字転換には至りませんでした。

前期からの原材料価格や海上運賃、工賃の上昇や円安の急激な進行の影響が今期に入っても残ってしまった一方で、足下ではお取引先への粘り強い交渉が功を奏し、コストの価格転嫁の兆しも見え始めました。引き続き、黒字回復のための道筋をつけるべく、事業の抜本的改革を進めなければならないという思いを新たにしております。

より強い組織になるために

黒字転換を図り、強固な基盤を築くのは一朝一夕にできるものではなく、中長期的な取り組みが必須であると認識しております。そのため、

今期を営業黒字化への重要な足掛かりの年と捉え、「売上・利益の維持と拡大」、「経費の削減」「垂直組織から水平組織への転換」をテーマに全社一丸となって取り組みを進めているところです。

前期は売上のみに拘泥して低利益の商売を繰り返した反省から、適正利益を伴う商売を一つひとつ丁寧に積み重ね、売上の維持・拡大を目指す一方、断腸の思いで9月に95名の希望退職を実施しました。また、本社執務スペースの縮小、東京支店の移転を行い、海外拠点の統廃合にも着手するなど、全社規模での経費削減策を断行し、次への一歩を踏み出すための体制を整えています。

組織面では、お取引先別に一つのチームでフルアイテムを取り扱うことができる水平組織への転換を図るべく、段階的に組織改革を進めて参ります。大手量販店との協同

企画ブランド「Labo Spec(ラボスペック)」で蓄積しつつある1チームフルアイテムのノウハウを社内で共有することで、全体の企画提案力の底上げを図っているところです。

また、今期より若手のリーダーを積極的に登用し、組織の若返りを図っています。より現場に近い感覚を持ち、行動力と発想力に優れたリーダーがスピード感を持って改革を進めていくことで、新たなイノベーションを起こす起爆剤になることを期待しています。

「美」を追求し 暮らしを豊かに

当社は長年「Fashion Converter(ファッションコンバーター)」としてファッションをより良く変化させることを目指して参りました。時代が変わり、業容が拡大していく中で、これからはファッションにとどまらず、消費者の皆さまの生活全般を

より良くしていく「Life Converter(ライフコンバーター)」というステージを目指す時期にきています。

社員一人ひとりが自分の考える「美」を追求し、その「美」がどのように消費者の皆さまの暮らしの豊かさにつながるかを考え、ご提案していくことが、当社の存在意義であると考えております。

完全復活までの道は険しく、時間もかかりますが、株主の皆さまのご期待に応えるべく邁進して参る所存です。引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役
社長執行役員

滝 一夫

「売る力」を「稼ぐ力」に

Interview
01

経理は、売上回収や仕入に伴う支払、決算期の仕訳、資金調達、外為取引を主体とし、資金繰りをコントロールする部門です。日々のお金の流れを管理し、正確性が求められるのですが、会社の中で不適切な取引が発生した場合、最も早く気づかなければならない、いわば門番のような役割も重要であると考えています。当社のように複数の関連会社から成るグループ企業で特に注意しなければならないのは、関連会社間の資金移動ですが、決算期が同一とい

う点において、当社は透明性が高いといえます。その上で、資金の流れにおかしなところはないか、通常発生するはずのない費用が突然計上されていないか、唯々諾々と処理をするだけでなく、常にアンテナを張っていないければなりません。どんな大きな不正も、最初は「これくらいいいか」という気の緩みから生まれます。いかにその最初の段階で気づいて不正の芽を摘むかが我々にかかっていると日々気を引き締めています。

また、業績に影響を与え得る為替への対策についても、我々の重要な任務です。当社には生産機能はほとんどなく、受注した商品は海外の協力工場にお願いして生産しています。商品全体の8割以上を海外から輸入している当社にとって、為替レートの動向は小さくない問題です。そのため、当社では受注予測に

基づいて1年ほど前という比較的長いタームで戦略的に為替を予約しています。これにより、明日にはどうなるかわからない為替に振り回されことなく、営業部隊は商品それぞれの利益を事前に計算することが可能になり、それに基づいて安心して商売ができるようになります。為替のリスクをできるだけ小さくするよう、我々には精度の高い受注予測をすることが求められています。

営業活動を陰から支えている一方で、経理部門が持っている知識や情報を社内で共有しきれていないという課題も抱えています。専門性の高い業務が多くなればなるほど、属人的になりやすく、一部の担当者に情報が集中してしまうことがあります。先ほどの為替もそうですが、在庫評価や取引の方法によるルールの違いなど、経理の知識であって

も営業員にとって有益な知識や情報は積極的に発信していかなければなりません。属人的なやり方は、組織の硬直化を生み、会社としての総力は下がっていくと考えています。当社の問題点として、営業部門の縦割りが見直されていますが、営業部門だけでなく、スタッフ部門内での縦割りやスタッフ部門と営業部門の間での組織の壁のようなものも打ち破っていく必要があります。

もともとタキヒヨーは「売る力」がある会社だと思っています。ほぼ繊維だけでこれだけの規模の売上を上げている商社は日本でもそうはありません。タキヒヨーが復活するためには、長い歴史の中で培ってきた「売る力」はそのままに、「稼ぐ力」をつけるために知識を増やし、全社一丸となって取り組んでいかなければならないと強く感じています。

Miwa Takahide

三輪 孝秀

執行役員
経理セクションリーダー

守りのシステムから攻めのシステムへ

Interview 02

当社のシステムは、1969年に汎用コンピュータの導入を皮切りに、時代の変遷とともに増強を繰り返してきましたが、これまでの汎用コンピュータをベースとしたシステムでは増え続ける業務量と要求される処理速度に対応できないという危機感を強め、2017年に現在の新基幹システムに刷新しました。新基幹システムの導入までには、川上から川下まで取り扱うという当社の幅広い業務をカバーできるよう、きめ細かな準備が必要であり、数年にわたるプロジェクトとなりました。新基

幹システムの導入により、社員の業務負担を大幅に軽減できたと考えています。

業務面での課題が解決できると、次に着手したのはネットワーク環境の整備です。当時、営業担当からは、社内のシステムに出張先からアクセスしたいという要望が高まっていたが、セキュリティ面で慎重な対応が求められるため、試験運用をして、課題を検証しながら段階的に進めていたところを新型コロナウイルス感染症のパンデミックが襲ったのです。もともと全社員に向けてVPN（社外から社内のネットワークにアクセスできるシステム）をリリースする前提で準備をしていたので、業界の中では圧倒的に早い2020年3月の段階でリモートワークへの切り替えが可能となり、社員の安全を守りながら通常の業務を続ける

ことができました。

目下の課題は、事業形態の変容に伴って新たに出てきた要請にどのように対応するかということです。長年、タキヒヨーはB to B事業を柱としており、基幹システムも基本的にはB to Bを想定した仕様になっています。そのため、小売事業の伸長や、コロナ禍で成長しつつあるEC事業にとっては最適化されているとは言いがたい状況です。B to B分野では、基幹システムと物流センターのシステムは密接にリンクしており、できるだけ省力化して出荷ができる一方、B to Cになると、それぞれのショップのルールや仕様が異なるため、出荷作業が煩雑になってしまいます。現在は、人海戦術で対応していますが限界があり、そもそも人もスペースも極力削減してオペレーションできるという当社の物流セン

ターの強みが出し切れていません。B to B物流の強みはそのままに、再度B to Cの面からシステムを見直し、例えば基幹システムの中にB to C対応のサブシステムを組み込み、担当者のインプットは共通でも、各ショップに合わせたアウトプットができるようなシステムを構築すべき時期が来ていると考えています。

これまで我々が担っていたのは、「早く正確であること」「安全であること」という守りのシステムでした。ところが近年では、いかに営業部門と連動して価値を生み出せるかが求められていると感じています。現在構想中のメタバースでの展示会など、システムの役割はますます重要になってくると考えます。守りのシステムから攻めのシステムへ、変革のスピードを上げて新たな価値を創造していきます。

Kagawa Ryutaro

香川 竜太郎

システムセクション
リーダー



挑戦者

—未来のために今できること—

vol 9

「PLAと描く新しい未来の形」

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。

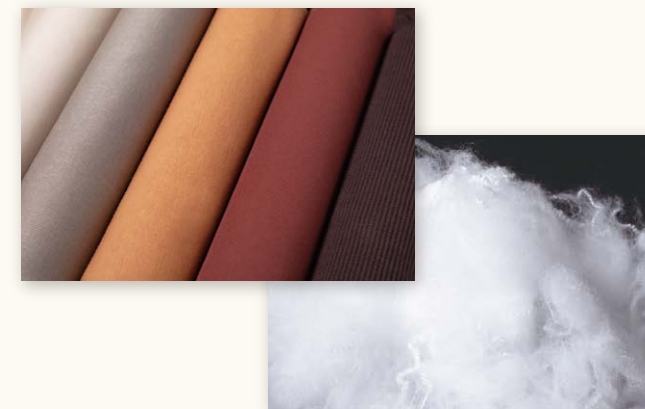
「おもしろい」って何だろう? 「心の豊かな社会」ってどんな社会?
それを実現するために今、私たちは何をしなければいけないのだろう?
私たちは、その答えを見つけるために、これからのタキヒヨーのある
べき姿を考え、さまざまな挑戦を続けています。

今回は、次世代のサステナブル素材として注目を集めるPLA (ポリ乳酸)
についてのタキヒヨーの取り組みを紹介します。

次世代のサステナブル素材 PLA (ポリ乳酸) 繊維「HIGHLACT® (ハイラクト®)」

世界のアパレル業界を見てみると、繊維生産量の約6割を石油由来のポリエステルが占めています。ポリエステルは価格が安いので普及していますが、製造過程や廃棄の際に燃焼することで多くのCO₂が発生する上、自然環境下では何百年も分解されることがないため、環境への負荷が問題となっています。

そこで、ポリエステルの代替となるサステナブルな素材として近年注目されているのが合成繊維であるPLA (ポリ乳酸) 繊維です。



PLAは、トウモロコシなどから生成される生分解性プラスチックで、原料となる植物の育成過程でCO₂を吸収するため、焼却の際にCO₂を排出しても理論上差し引きゼロとなる、いわゆるカーボンニュートラルな素材として注目されています。さらに、使用後は一定の条件下で水とCO₂に分解されるため環境への負荷を大幅に低減することができます。

化学分野で卓越した技術力を持つハイケム株式会社がこのPLAをアパレルに応用できるよう開発を進めて生まれたのが、次世代のサステナブル素材「HIGHLACT® (ハイラクト®)」です。

タキヒヨー × ハイケムで目指す 次世代のアパレル

タキヒヨーとのパートナーシップで サステナブルなファッション産業に貢献したい

さまざまな分野で環境対応が求められる中、ポリエステル
の代替となり、かつ「品質とコスト」で勝負できる素材はPLA
しかないと考えています。PLAはトウモロコシなどのバイオマ
ス由来の合成繊維であり、将来的にはポリエステルのようなさ
まざまな風合いを出せる可能性があります。もちろん、耐熱性
などの問題もありますが、現在日本を中心に研究開発が進ん
でおり、生産国である中国における政府の後押しもあり、生分
解性材料の生産キャパを急激に増大させているためコストも

2022年1月、タキヒヨーは「HIGHLACT®」を開発した
HIGHLACT®の国内外への展開に向けて取り組みを

ハイケム株式会社と戦略的提携基本契約を締結し、
開始しました。

ハイケム株式会社 取締役サステナビリティ本部長
高 裕一 氏

いずれ下がってくるでしょう。

日本がこれまで研究・開発してきた紡績や染色の技術を熟知し
ているタキヒヨーとのパートナーシップにより、中国の原料
に日本の伝統的な技術力を掛け合わせた、より高品質なサ
ステナブル素材を世界に発信できると確信しています。

将来的には日本国内で流通するポリエステルの
20%をPLA繊維で代替し、サステナブルなファッ
ション産業の実現に貢献したいと考えています。

Pick
UP!



現在、タキヒヨーではHIGHLACT®を使った生地の開発に注力
しています。生地の企画開発を得意とする当社ならではのノウハ
ウや生産背景を駆使し、サステナブルかつ独創的な新しい生地を
お取引先に提案。来春夏の商品化を目指しています。

PLAと描く新しい未来の形

現在タキヒヨーが商品化を進めているアパレルにとどまらず、PLA
には無限に広がる可能性があります。例えば、ショッピングモールで
使用されるプラスチックをすべてPLAに置き換えたらどうでしょうか。

アパレル製品だけでなく、ハンガー、レジ袋やショップバッグ、飲食
店で使用する食器やカトラリー、さまざまなものをPLAに置き換えて、
使用後に回収、分解して堆肥化することができれば、環境への負荷を
極力少なくしたエコフレンドリーなショッピングモールが実現します。
PLAは、私たち一人ひとりが無理せずカーボンニュートラルな社会づ
くり貢献できる可能性を持っているのです。

エコショッピングモールのイメージ



PLAでタキヒヨーと社会に 新たな可能性を

我々はこれまでもグアテマラのアップサイ
クル素材「THE NEW DENIM PROJECT
(ザ ニュー デニム プロジェクト)」や当社
独自で構築した循環型プロジェクト「NO
WASTE (ノー ウェイスト)」などを通して
サステナブルな素材の普及に注力して参り
ました。

ハイケム社が開発したHIGHLACT®は、
これらのリサイクル、アップサイクルの手法
とは全く異なるアプローチでサステナブル
な社会の実現を目指す新素材です。さまざ
まな商材への展開が期待できるPLAは、
ファッションにとどまらないライフコンバー
ターを志すタキヒヨーにとって、自らの可能
性も広げてくれる素材だと考えています。
我々が長年培ってきたノウハウと企画力
で、HIGHLACT®という素材が持つ可能性
を広げ、夢のある社会
の実現に貢献できるよ
う挑戦を続けます。

素材開発／販売グループ
マネジャー
中嶋 正樹



TOPICS

中国・上海のショールームを拠点に 中国市場へ本格進出

当社の海外拠点である^{ロンビン}龙缤(上海)貿易有限公司(日本社名:タキヒヨー上海株式会社)は、中国での生地の販売強化を目指し、上海市内に新たにショールームを開設しました。

これまでタキヒヨーでは欧米向けの輸出は堅調に推移してきたものの、中国は生地や製品の生産地という側面が強く、市場としての開拓が遅れ、売上高1億円から2億円の規模で推移していました。ところが昨今、中国では経済の成長が著しく、それとともに高価格帯の生地の需要が高まってきています。

当社のグローバルトレードグループは、これまで世界のファッションの最先端を走る欧米のラグジュアリーブランド向けの企画・提案でノウハウを蓄積しており、中国企業が今後対峙するであろう問題の解決策を先回りして提案していける存在になることができます。

上海ショールームでは、グローバルトレードグループのフルコレクションを展示し、中国国内でも世界を意識したブランドから高評価をいただいています。ショールームを拠点として中国市場に本格的に攻勢をかけ、売上拡大を図ります。



株式の状況

2022年8月末日現在

発行済株式の総数

9,500,000株

(うち自己株式297,838株)

株主数

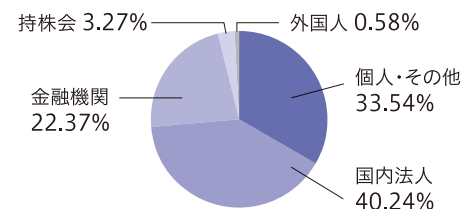
5,675名

大株主一覧

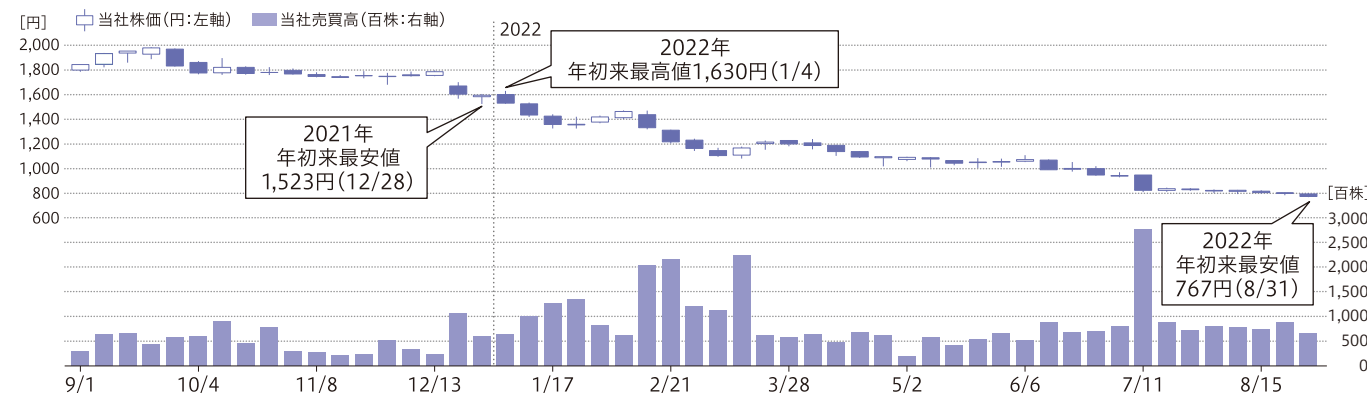
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	26.08
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	466,200	5.06
株式会社旭洋興産	420,600	4.57
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.80
第一生命保険株式会社	240,000	2.60
タキヒヨー取引先持株会	228,364	2.48
滝 茂夫	223,590	2.42
SMBC日興証券株式会社	169,400	1.84
日本生命保険相互会社	164,992	1.79
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.30

※当社は、自己株式を297,838株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。

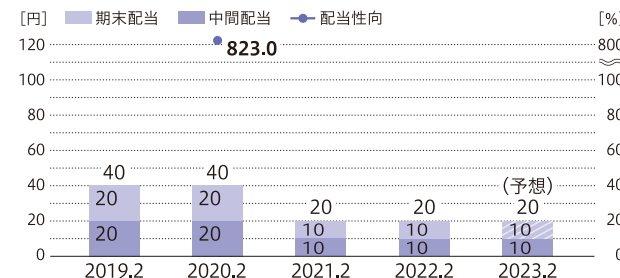
所有者別株主分布



株価・売買高の推移(2021年9月～2022年8月)



株主還元



※当期純利益がマイナスになった期は、配当性向を記載しておりません。

2023年2月期 配当

中間 1株当たり 10円 | 期末 1株当たり(予想) 10円

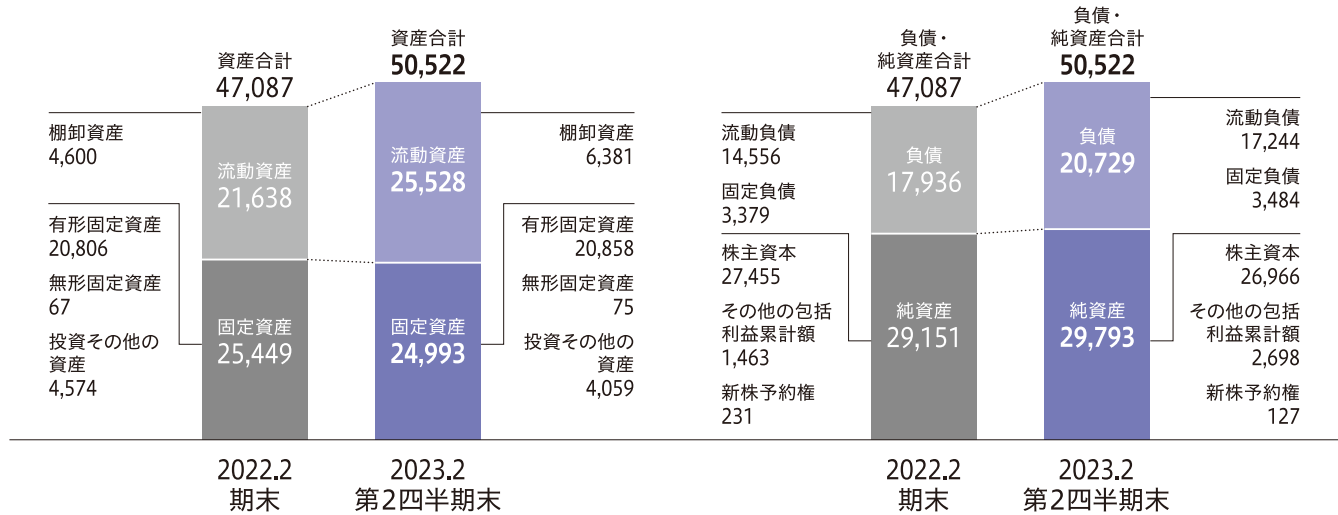
当社は、株主の皆さまに対する利益還元を経営の重要課題と認識しております。業績の動向、配当性向、配当利回り、市場ニーズに応える商品開発及び将来を展望した事業展開の投資に必要な内部留保等を総合的に勘案して、積極的かつ安定した配当を継続することを基本方針としております。

2023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。

	2022年2月期 第2四半期	2023年2月期 第2四半期
売上高	25,564	28,504
売上原価	20,736	23,129
売上総利益	4,827	5,374
販売費及び一般管理費	5,375	5,713
営業損失(△)	△ 547	△ 338
営業外収益	131	252
営業外費用	32	33
経常損失(△)	△ 448	△ 119
特別利益	0	275
特別損失	16	539
税金等調整前四半期純損失(△)	△ 464	△ 383
法人税等	96	82
親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	△ 561	△ 466

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

コロナ禍を契機として消費者の行動が大きく変容するとともに、原材料・海外運賃の高止まりや円安の急激な進行に伴う原価上昇により事業環境が厳しさを増す中、主力お取引先への売上が復調の兆しを見せはじめ、小売事業のゴルフウェアブランドや、欧米ラグジュアリーブランド向けを主体とした生地の卸売も増収基調となった結果、前期比11.5%増収の28,504百万円となりました。

営業利益

第1四半期は、前年度に受注した相対的に利益率の低い売上計上により、十分な成果を上げられなかったものの、7月以降は利益率の改善が進んだ結果、前期比209百万円赤字幅が縮小し、338百万円の営業損失となりました。

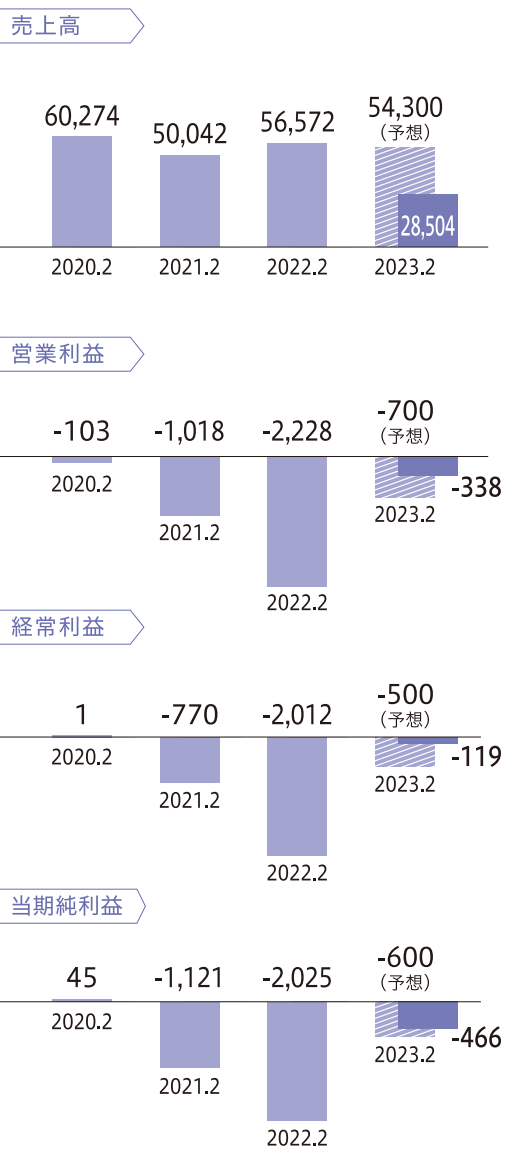
四半期純利益

投資有価証券売却益275百万円を計上した一方で、希望退職関連費用491百万円を特別損失に計上したことなどにより、466百万円の四半期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、投資有価証券が減少した一方で受取手形及び売掛金、棚卸資産、デリバティブ債権が増加したことなどにより、前期末に比べて増加しました。負債は、主として、借入金が増加した一方で、支払手形及び買掛金、未払金が増加したことなどにより、前期末に比べて増加しました。純資産は、主として、利益剰余金が減少した一方で、繰延ヘッジ損益が増加したことなどにより、前期末に比べて増加しました。

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2022年4月14日公表
※2023年2月期から「収益認識に関する会計基準」を適用しています

会社概要		2022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 社長執行役員	滝 一夫	社外取締役	今井 博
	取締役 上席専務執行役員	武藤 篤	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 執行役員	板倉 秀紀	社外取締役(監査等委員)	鷺野直久
			社外取締役(監査等委員)	菊間千乃
従業員数	656名〈男327名 女329名〉		(2022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	東京証券取引所スタンダード市場 名古屋証券取引所プレミアム市場
株主優待制度	【年1回 2月末 200株以上】 社長こだわりのオリジナルギフトを贈呈 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】

総務セクション 広報・IRチーム tel.052-587-7030

今号の表紙

「タキヒヨーのある暮らし」

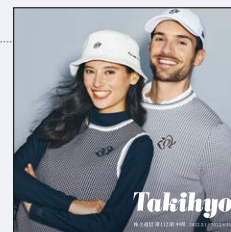
「上品・シンプル・クラシック」がコンセプトのゴルフウェアブランド「ZOY」。

多彩なゴルフウェアが溢れる今だからこそ、あえて創業時からのコンセプトに立ち返り、今秋

冬は「Remember the Classic」をテーマに、エレガントで機能的な大人のゴルフウェアをご提案します。

【写真左】シャツ:15,400円/ベスト:27,500円/帽子:8,800円

【写真右】シャツ:17,600円/セーター:30,800円/帽子:9,350円



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