



Talk to Takihyo Report

First half ended February 29, 2012

Takihyo

会社概要

平成23年8月末日現在

商号	タキヒョー株式会社		
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 代表取締役社長 常務取締役 常務取締役 常務取締役 取締役	滝 茂夫 滝 一夫 小関敏彦 武藤 篤 岡本 智 滝 祥夫	取締役 喜多 勇 常勤監査役 加藤佳彦 常勤監査役 佐野 修 監査役 富田信夫 監査役 鷲野直久
従業員数	654名〈男397名 女257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	東京都港区芝三丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
同事務取扱場所	名古屋市中区栄三丁目15番33号 中央三井信託銀行株式会社 名古屋支店証券代行部
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、オリジナル製品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、岐阜県安八町にある浅野燃糸株式会社製バスタオル2枚セット(詳しくはP13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。

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。

株式の所有状況	お問い合わせ先
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	〒460-0008 名古屋市中区栄三丁目15番33号 中央三井信託銀行株式会社 名古屋支店証券代行部 ☎ 0120-78-2031

※支払期間経過後の配当金に関するお問い合わせは、中央三井信託銀行株式会社にお願いいたします。



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>

株主の皆様には、日ごろから当社の事業にご理解とご支援をいただき、厚く御礼申し上げます。

今春、社長に就任いたしました早いもので半年が経ちました。当社は創業以来、着実に歩みを続け、今年で260年目を迎えました。この節目にあたる2011年は3月に発生した東日本大震災をはじめ、円高進行による不況の深刻化、度重なる台風と豪雨による被害など、まさに記憶に残る1年となりそうです。

業績面では当社事業も震災直後には大きな影響を受けました。しかし、4月以降は業績が盛り返し、猛暑が続いた夏場は売れ行き好調で、上半期は営業利益が黒字に転じま

した。

社長就任以来、当社は、「グローバルチャレンジ／変革と前進」をキーワードに、海外市場をはじめとした新しいマーケットの開拓を進めています。グローバルチャレンジは中長期的な視野から取り組むべきテーマ。まずは、既存事業を足元から固めていく必要性を痛感しています。

事業の柱である「婦人服・婦人洋品」、「テキスタイル」、ブランド「アंकラインニューヨーク」、「ベビー・子ども服」各部門の個性をさらに高めていくために、事業戦略の手法など、基礎となる業務の再点検が続いています。大切なのは、まず己の弱点を知り、強みを伸ばしていくこと。単

品による商品づくりをさらに進化させ、コーディネートや上下セット、周辺商品を含めた「面」でのスタイル提案への転換を進めています。従来の手法にこだわらず、スピード感を重視して、市場ニーズに迅速に対応していきたいと考えています。海外市場へは、2010年に強化した海外拠点を軸に国内の各部門とが連携した結果、ZARAへの商品提供を開始したほか、米国高級ブランドへのODM（相手先ブランド企画生産）提供も具体化しつつあります。

株主の皆様には創業260年を迎えたタキヒヨーの新たな挑戦にご期待いただくとともに、今後も変わらぬご支援をお願い申し上げます。

足元を見つめ直し 己の強みと弱みを知る。 それが「グローバルチャレンジ」の出発点

代表取締役社長 滝一夫





商品企画の見直しで
ブランド再生

「グローバルチャレンジ」を支える柱事業のひとつがアンクラインニューヨーク（AKNY）部門。AKNYはタキヒヨーがライセンス提携し、1975年から国内販売する米国発の婦人服ブランドです。

高級感と上品さを合わせもち、ジャケット、コート、シャツ、スカート、パンツなどを主力商品に、国内では40〜50代を主な購買層として主要百貨店に出店してきました。ここ数年は業績が伸び悩んでいましたが、昨春からブランド戦略を大胆に一新したことで売り上げが急増。その取

り組みについて、第1営業部AKNYブランド長・滝元志郎はこう話します。

「既存客は定着していましたが、新しい客層を開拓するのに苦戦していました。これまでは流行を意識し過ぎて、個性が薄れていたのが実情です。そこで原点に立ち戻り、商品企画（MD）を全面的に刷新。エレガント基調であることを再確認し、カジュアルであればその範囲を設けるなど、方向性を絞りました」

「着回し」の良さを強みに
魅力を訴求

商品企画担当者とデザイナーが検討を重ね、シンプルなデザインと基本色をベースに



ブランドの原点に 立ち返ることで 進化を続けるAKNY

商品構成を一新したAKNYブランド。多角的な取り組みで低迷を脱し、昨年から好調を続けています。

第1営業部 AKNY ブランド長 滝 元志郎

のアイテム数を増やすとともに、単品でのコーディネート例を数多く提案しています。今年8月に開催した展示会ではホリデー（休日）向けアイテムの新作を発表しました。

「A NEW STANDARD（ニースタンダード）」をテーマに、「TONE ON TONE（トーンオントーン）」の配色コーディネート提案。ベージュからブラウン、グレーからブラックといったトーンの変化で見せるスタイリングを打ち出しました。

また、トップスやボトムスのほか、ベルト、ストール、ネックレス、バッグなどのアクセサリー類も豊富に展示。新しいAKNYの魅力を来場者にPRしました。



これまでとは装いを一新した、AKNYの展示会。エレガント基調で統一した会場は、来場者を魅了しました。

して、ブランド本来のイメージを再構築。35歳〜40代前半の「働く女性のためのエレガンスな装い」を想定して、曲線ラインを美しく見せる「クリン&シャープ」なシルエツトづくりを心がけました。

「とくに、上下の組み合わせやコーディネート性を重視した商品づくりに力を入れました。従来は単品ごとの提案が主体でしたが、『着回し』を基本に商品を製作。たとえばアウターにはベースカラー、インナーにはアクセントカラーというように、着回しすることを前提にカラーバリエーションを考えています。シンプルなデザインにこだわるのもそれが理由です。1シーズンだけでなく、組み合わせる

ことで2シーズン楽しめる魅力方を全面に打ち出しました」（滝ブランド長）

ブランドの特長が鮮明になったことで商品力が高まり、購買客も30代半ばまで年代が下がるなど新規顧客が拡大。今では親子2世代で来店し、購入されるお客様も増え始めています。

展示会による提案が商談を活性化

商品づくりでは、展示会による情報発信も大きな役割を果たしています。

AKNY部門では、年4回（春秋物2回、夏物1回、ホリデー1回）程度の展示会で新作を発表。昨年から

種類を限定 することで 高品質を実現。

Accessory — アクセサリー



これまでのAKNYから、さらにパワーアップしたコレクションのひとつがアクセサリー。

2011年秋冬のトレンドであるクラシカルなムードを漂わせるアイテムは、2連ネックレスやアジャスター付ベルトなど、ひとつで何通りもの楽しみ方ができる機能が魅力

です。シンプルな装いに、さりげなく主張するアクセサリーの組み合わせは、個性を演出。展示会でも好評でした。

小物はその他ストール、バッグ、レギンスを展開。種類を増やすのではなく、型数を増やすことで品質の向上をめざしています。

雑誌メディアによる
PR継続で認知度アップ

さらに今春からは、雑誌メディアによる情報発信を積極的に取り入れています。

女性月刊誌「Domani」（ドマーニ）（小学館発行）とのコラボ企画で、今年は春（4月～6月号）と秋（10月～12月号）にそれぞれ3か月連続で同ブランドの新商品を紹介。雑誌を通じて、季節ごとの洋服とアクセサリを紹介し、ブランドの認知度アップを図っています。

これまでも雑誌での単発の掲載企画はありましたが、毎号連載することで読者への浸透度が増し、反響は上々。販売対象である30代女性にブラ

店舗体制となりました。

「AKNYはあくまでもラ イセンスブランドですが、昨年秋冬コレクションからの原点回帰は、新たな小売業（リテール）のロジックを導きました。この経験値は、次のビジネスにも生かせるはず。たとえば、当社には『レクール』などの自社ブランドがありますが、将来的にそれらのリテールビジネスを展開するとき、今の経験が大いに活用できると確信しています。将来を見すえて、AKNYでの販売活動にさらに磨きをかけていきたいですね」（滝ブランド長）

グローバルチャレンジ戦略の柱事業である「AKNY」は、次なる戦略とも結びついているのです。

ンドコンセプトを的確に伝えられているようです。

こうした多様な取り組みを通じて、AKNY部門の売上は昨シーズン比で、春夏・秋冬ともに約30%増を達成。

「今の取り組みを継続して、さらに2～3シーズン続けていくことに意義がある」と滝ブランド長は話します。



濃緑や茶色のカラー展開が季節感を醸し出すニットカーディガン。軽くて暖かい素材感も合わせ、秋冬では注目のアイテムです。

生地部門
との連携で
さらに魅力ある
商品化を実現



タキヒヨーでは社内組織の改革を進め、2010年春に営業部制を導入しました。

従来はテキスタイルやアパレル、百貨店（AKNY）など部門別の縦割組織でしたが、より柔軟な組織となり、他部門との協力体制も活発化。昨年はテキスタイル部門とAKNY

部門が連携し、自社で紡績したオリジナルの生地でラメ入りTシャツを企画するなど、個性的な商品づくりを加速させています。

今後も横割組織の強みを生かして、これまで以上に特長ある商品を生み出し、提案していけると期待されています。

成功体験を
次への戦略につなげる

販売の最前線では、販売担当スタッフの活躍に加え、ブランド力を保つため、安易な低価格（バーゲン）販売の機会を減らしたことも収益増につながっています。また、業績が向上したことでブランドに対する小売業界からの評価が高まり、出店の依頼が増加。今年上期は3店を出店し、30

上品なのに気負いすぎないAKNYスタイルは、洗練された女性を演出します。



継続と新たな試みで タウンエレガンスを席卷

ヤング女性向けアパレルを提供する婦人Ⅲ部では、毎月開催の展示会に加えて、新たな挑戦が始まっています。

第1営業部婦人Ⅲ部部長 池田雅彦



ニットから布帛までの品揃えで業績好調に

衣料分野での消費が低迷するなか、着実に業績を伸ばしているのがヤング向け衣料を扱う第1営業部婦人Ⅲ部です。同部門が担当するのは、18歳〜20歳のヤング女性向けの「タウンエレガンス」のカテゴリーで、ニット系セーターやワンピースが主力商品。ターミナルビルなどに开店する人気ブランドを中心に、OEM（相手先ブランド生産）やODM（同企画生産）で商品を提供しています。



3年前、同部門は布帛の商品化に着手しました。

「これまでの関係づくりで、

相手先との価値観の共有はできていたので、布帛系衣料が加わり、商品構成の幅がぐんと広がりましたね。たとえば、

堅実な提案活動と
軌道に乗る通販事業

春夏向けの薄物衣料が加わり、シーズンごとの業績が安定するようになりました。

さらに婦人Ⅲ部の好調を支え、今後成長が見込まれるのが、通信販売による商品提供です。同部門は消費者の生活スタイルの変化に合わせ、モバイル通販を開始。どこでも手軽に商品を購入できる便利さが受けて、利用者が急増しています。その後、2010

年秋に着手した大手通販会社のカタログ販売も軌道に乗り、通販事業のみでの売上が、10年下半期の6000万円から、11年上半期には5倍となる約3億円に達しました。



ラクリンのファーが付いた、ポンチニット。ざっくりとした手編み風ニットが今年らしい。

Trend Item

「タウンエレガンスは、ターゲットが流行に敏感な20歳前後の女性のため、売れ筋の変化が著しく、商品サイクルが短いのが特徴。2004年から毎月開催している展示会と、新たに開拓した通信販売との相乗効果で今後も上をめざしたいですね」（池田部長）

同部門の「タウンエレガンス」への追求と、新たな挑戦は今後も続いていきます。



日々の暮らしに 逸品のタオルを

綿糸のファイバー1本1本の間にすきまを持たせた魔法の撚糸。しっかり撚りが入っているため、無撚糸に比べ毛羽落ちが少なく耐久性があります。

今回の株主優待商品は、浅野撚糸株式会社（岐阜県安八町）特製のバスタオル（60×120cm）2枚組です。このタオルの特徴は吸水力にすぐれ、手に持ってもポリウムがあり、かつ驚きの軽さ。ふわふわの肌触りは洗濯しても持続し、しかも乾きが早い点も魅力です。同社のタオルシリーズは当社社長・滝一夫の愛用品でもあり、今回は社長自らが選定いたしました。

浅野撚糸は糸加工の専門メーカーで、撚糸工法で糸を構成する繊維の1本ずつの間にすきまをつくることに世界で初めて成功。「魔法の撚糸」（同社特許）と呼ばれるその糸を使用して、ふんわり感と吸水性抜群のタオルを完成させました。使い心地の良さはもちろん、生地にも工夫をこらしたタオルづくりへのこだわりは、当社の企業姿勢にも通じるものがあります。日々の暮らしのなかで、逸品の技をご実感ください。



人気キャラクターを商品化

2012年春物からベビウエア部門では、キャラクターブランド「スージー・ズー」のベビウエアを販売予定です。同キャラクターは絵本やアニメで知られ、愛らしい赤ちゃんアヒル「ウィッツイー」やぬいぐるみ「ブーフ」が人気。癒し系のキャラクターは、ヤングファミリー層への認知度も高く、ベビウエアのイメージにも適すると商品化に至りました。

商品例ではカバオール、トレーナー、パンツ・スカート、レイングッズなどを扱う予定です。販売先は量販店、専門店などで、初年度は500店に販売し、売上1億円を見込んでいます。

<http://lecur.takihiyo.co.jp/>

Textile



自社ブランド 「レクール」が着実に浸透

「レクール」(lecoeur) はタキヒヨーから生まれた自社ブランド。糸づくりに始まり、生地からデザイン、縫製、最終製品である衣料品まで、総合的に提供する新事業です。約200年前につくられた英国式紡績機を用いて紡いだ糸を生地に使うなど、「究極の素材」を厳選し、世界に二つとないブランドの確立をめざしています。

カテゴリーはエレガンス&カジュアルで、中高年男性を購買層にスーツ、シャツ、パンツなどを提案。

欧州では取扱い店が増えつつあり、さらなるブランド浸透に力を注いでいます。

第101期 中間連結決算のご報告

中間連結損益計算書				[単位:百万円]
科目	当中間期 2011年3月1日から 2011年8月31日	前中間期 2010年3月1日から 2010年8月31日	増減金額	
売上高	31,717	30,423	1,294	
売上原価	25,041	24,262	779	
売上総利益	6,676	6,160	516	
返品調整引当金繰入額	△7	△12	5	
差引売上総利益	6,683	6,172	511	
販売費及び一般管理費	6,341	6,391	△50	
営業利益または損失(△)	342	△219	561	
営業外収益	136	521	△385	
営業外費用	89	69	20	
経常利益	388	232	156	
特別利益	14	132	△118	
特別損失	820	193	627	
税金等調整前中間純利益または同純損失(△)	△417	171	△558	
法人税等	△85	25	△110	
少数株主損益調整前中間純損失(△)	△332	—	△332	
中間純利益または同純損失(△)	△332	146	△478	

※百万円以下は切り捨てています。

Point >>

売上高(4期振り増収)、営業利益(5期振り増益)そして経常利益とともに昨年を上回る結果となりましたが、主として投資有価証券の評価損の計上により、純利益は損失となりました。

中間連結キャッシュフロー計算書				[単位:百万円]
科目	当中間期 2011年3月1日から 2011年8月31日	前中間期 2010年3月1日から 2010年8月31日	増減金額	
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,686	832	1,854	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,016	151	△1,168	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△939	△1,547	608	
現金及び現金同等物に係る換算差額	—	△12	12	
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	730	△576	1,306	
現金及び現金同等物の期首残高	1,751	2,966	△1,214	
現金及び現金同等物の中間期末残高	2,481	2,389	91	

※百万円以下は切り捨てています。

中間連結貸借対照表				[単位:百万円]
科目	当中間期 2011年8月31日現在	前 期 2011年2月28日現在	増減金額	
資産の部				
流動資産	21,474	22,853	△1,378	
固定資産	23,381	22,979	401	
有形固定資産	18,024	17,093	931	
無形固定資産	74	71	3	
投資その他の資産	5,281	5,815	△534	
資産合計	44,855	45,833	△977	
負債の部				
流動負債	13,677	14,270	△593	
固定負債	4,573	4,001	572	
負債合計	18,251	18,271	△20	
純資産の部				
株主資本	27,527	28,256	△729	
資本金	3,622	3,622	—	
資本剰余金	4,148	4,148	—	
利益剰余金	20,194	20,721	△527	
自己株式	△438	△235	△203	
評価・換算差額等	△1,034	△787	△247	
その他有価証券評価差額金	△36	△146	110	
繰延ヘッジ損益	△617	△261	△356	
土地再評価差額金	△262	△262	—	
為替換算調整勘定	△117	△116	△1	
新株予約権	112	92	20	
純資産合計	26,604	27,561	△956	
負債純資産合計	44,855	45,833	△978	

※百万円以下は切り捨てています。

Point >>

- 資産 … 流動資産は、前連結会計年度末比1,378百万円減少し、21,474百万円となりました。これは主として、現金及び預金が730百万円、繰延税金資産(流動)が241百万円増加しましたが、受取手形及び売掛金が2,405百万円減少したことによるものであります。固定資産は、前連結会計年度末比401百万円増加し、23,381百万円となりました。これは主として、投資有価証券が674百万円減少しましたが、土地が936百万円、繰延税金資産(固定)が130百万円増加したことによるものであります。この結果、総資産は、前連結会計年度末比977百万円減少し、44,855百万円となりました。
- 負債 … 負債は、前連結会計年度末比20百万円減少し、18,251百万円となりました。これは主として、デリバティブ債務が604百万円増加しましたが、借入金が530百万円、繰延税金負債(固定)が93百万円減少したことによるものであります。
- 純資産 … 純資産は、前連結会計年度末比956百万円減少し、26,604百万円となりました。これは主として、利益剰余金、繰延ヘッジ損益が減少したことなどによるものであります。