

株主通信

第115期

2025.3.1 - 2026.2.28

# Takihyo





## 前期を振り返って

2026年2月期の連結業績は、売上高639億円、営業利益19億円、当期純利益16億円となり、2026年1月に修正を公表した業績予想も上回る結果を達成することができました。中期経営計画の1年目として、良いスタートを切ることができたと感じています。

背景には、激しい気候変動に伴う課題解決をはじめ、お取引先さまからの年間を通した多岐にわたる要望に機動的にお応えできたことなど、さまざまな要因があります。しかし、何よりも大きかったのは、厳しさを増す市場の中で試行錯誤し、積極的に新しいことに挑戦してきた仲間たち、すなわち全社員の力です。

## 成長の裏側にある「痛み」と葛藤

一方で、私たちにとって、成長の裏側にある課題が浮き彫りになった1年でもありました。多様化する市場のニーズに応じて、魅力的な商品をスピード感を持って生み出そうとすればするほど、その工程は複雑で高度なものとなります。その結果、商品を提供する上で大前提となる品

代表取締役 社長執行役員

滝 一夫



質の確保の難度も上がることになります。クリエイティビティとクオリティをどう両立させるか。これは、タキヒヨーが今後さらなる成長を目指すためには避けて通れない課題であると考えています。良品を納期通りに、数量通りに納めるという「当たり前」がいかに難しく、そしていかに重要であるかを、社員一人ひとりが痛みを伴いながら再認識させられたのです。

さらに視点を世界に転じれば、昨今の地政学的なリスクの高まりや、それに伴うエネルギー供給の懸念、インフレの進行など、私たちを取り巻く外部環境は予断を許さない、極めて不透明で不安定な状況にあります。自らではコントロールできない突発的な事態がサプライチェーンを揺るがす中、常に最悪のケースを想定した危機感を持つことが不可欠です。高度化する社内の課題と、予測困難な世界情勢。この内外の試練に直面している今だからこそ、私たちは決して焦ることなく、地に足をつけて進む必要があるのです。

## 原点回帰の「バックホーム」と信用の蓄積

こうした経験から、今期の大テーマとして「バックホーム」を掲げました。これは決して後ろ向きの意味ではなく、信用のためにまず足元を固めようという強い決意の表れです。私たちの経営哲学である「信用第一」「謙虚利中」「客六自四」の根幹は「信用第一」です。当たり前のこ

とを当たり前に行うことが信用を重ねることになり、その信用が強固な「信頼」へと変わる。消費者の嗜好が多様化・複雑化する現代だからこそ、私たちはプロフェッショナルとしてお客様の期待に着実に応えなければなりません。単なる「モノ」の製造にとどまらず、消費者の「買う理由」を創出することまでを含めた本質的な「ものづくり」に真摯に向き合うことこそが、当社の存在意義なのです。

## 未来への展望と次なる挑戦

次なる挑戦へ向け、私たちは一歩ずつ着実に進んでまいります。まずは経営課題として、成長の土台となる生産体制と品質管理の強靱な基盤を再構築いたします。

また、中長期的な視点では、ダイバーシティの推進が不可欠です。社外取締役の比率を増やし、多様なバックグラウンドを持つ人材の活躍を後押しすることで、新しい視点を取り入れ、既存の枠にとらわれない柔軟な発想を生み出してまいります。

私たちが今日あるのは、どのような苦境にあっても我々を信じ、伴走してくださった株主の皆さまのおかげです。改めて、心より感謝申し上げます。苦難の中で蒔いてきた種は、人の力を通じて確実に芽吹き始めています。まだまだ改革は道半ばではありますが、株主の皆さまにおかれましては、私たちの歩む足跡が確かな道となって続くよう、共に歩を進めていただければ幸いに存じます。

原点に立ち返り、未来を切り拓く — 信用を礎に進むタキヒヨーの挑戦

トップ  
対談

# Dialogue

中期経営計画

## Create Future with Passion

2026年2月期 - 2028年2月期

### タキヒヨーの現在地

取締役常務執行役員  
兼 ゲーム・トグループマネジャー  
兼 QC / 生産統括グループマネジャー

板倉 秀紀



Hidenori  
Itakura

取締役常務執行役員  
スタッフ副担当  
兼 グローバルブランドグループ管掌  
兼 人材開発セクションリーダー

土屋 旅人



Tabito  
Tsuchiya

アパレル業界を取り巻く環境が厳しさを増す中、当社は中期経営計画の1年目に確かな成果を出すことができました。今回は、当社の最前線で事業を牽引する板倉と、スタッフ部門を統括し、人的資本経営やサステナビリティ経営、DXを推進する土屋の対談を通じ、この1年の成果と見えてきた課題、そして不確実な世界情勢の中で当社が目指す持続的な成長ストーリーについて考えます。

創業275年の歴史に裏打ちされた「タキヒヨーらしさ」をいかにアップデートし、未来へつないでいくのか。タキヒヨーの「いまここ」と「これから」をお伝えします。

### 中期経営計画目標達成までの道筋

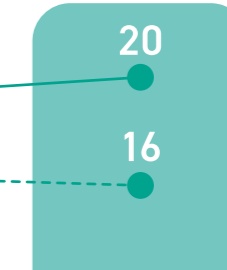
ROE	5.2%
ROIC	5.8%
PBR	0.57倍

ROE	6.0%
ROIC	5.0%
PBR	0.8倍

売上高 639億円

売上高 648億円

売上高 640億円



2026年2月期(実績)

2027年2月期(予想)

2028年2月期(目標)



## 「攻め」と「守り」のバランスを意識した役割分担で 一人ひとりのパフォーマンスを高める

い変化だと考えています。「属人化の解消」や「DX推進による業務効率化」など社内のさまざまな課題に対して、主体的に取り組もうというマインドが根付き始め、若い世代が責任と権限を持って動いてくれています。

いかなければいけないと強く感じた1年でした。

**土屋** より良いパフォーマンスを発揮するには、業務を仕組み化し、社員が「人にしかできない価値創造」に集中できる環境を整える必要があります。その実現に向け、全社でDXを強力に推し進めることが私の重要な使命です。ここで最大の壁となるのが現場への「地に足のついた実装」だと考えています。

部署ごとに書類のフォーマットや業務プロセスが異なり、歴史的な背景も相まって、これらを統一しベクトルを合わせることは非常に難易度が高い取り組みです。しかし、これを成し遂げなければ会社は変わりません。本質的な業務の棚卸しを行い、本当に顧客サービスや利益に直結する仕事に注力できるよう、現場に伴走しながら社内組織コンサルティングをしていく必要があります。

**板倉** ルール変更は現場への負担も伴いますが、トップダウンで押し付けるのではなく、スモールス

### 組織の壁を越えた連携と、「稼ぐ力」の復活

**板倉** 中期経営計画の1年目を振り返ってみると、一昨年から継続して社内に発信してきた「組織の壁を越えた新たな取り組みの創出」が、総合展などをきっかけに大きく花開いた1年だったと感じています。単純な商品力だけでは差別化が難しい時代において、マーケティングチームによるプロモーションの強化や、部署間の壁をなくした協業が進んだことは大きな成果です。数年にわたる苦しい時期を乗り越え、ここ最近では現場に「利益を出して当たり前」というマインドセットが浸透し、「勝ち癖」がついてきました。

**土屋** 私が見ているスタッフ部門の視点では、社員に対する還元や評価制度の変更、ダイバーシ

ティの取り組みなど、実際に働く「一人ひとりの人」にフォーカスした施策を模索してきた1年でした。労働市場が大きく変わり、採用が難化する時代において、スキルを持つ社員にやりがいと会社への愛着を持って長く働いてもらうための環境整備は不可欠であり、実際に離職率が低下傾向にあることは一つの成果だと捉えています。業績回復に伴う社内のムードの良さもあり、他部署を巻き込んだ新しい仕組みの導入に対する声が、現場から自然と生まれてきているのは非常にポジティブな変化です。

**板倉** 若手社員を執行役員やリーダー、チーフに意図的に登用していることで、世代交代が進み、問題意識の捉え方が確実に変わってきているのも良

### 持続的成長を目指す中で 見えてきた課題

**板倉** ただ、業績が好調に推移する一方で、新たに見えてきた課題も少なくありません。この2年間、「攻めと守りの経営」を並行して進めることを掲げてきましたが、トップラインを上げる「攻め」にやや比重が偏り、商流の変化や品番数が増加したことによって、「守り」である生産・品質管理の難度が格段に上がりました。限られた人員で、さらに成長していくためには、属人的な業務を見える化・効率化しながら一人ひとりのパフォーマンスを高め、「攻め」と「守り」のバランスを意識した役割分担をして



## 先の見えない時代こそ 本質的な業務を大切にし 足場を固める

海外拠点に任せ、日本国内の社員はお取引先さまとのコミュニケーションの質を高めるなど、より付加価値の高い仕事にシフトしていく。生産・QC部門を強化し、国内と海外の役割を明確にすることで、いかなる事態にも対応できる強固な体制が整いつつあります。

**土屋** 「守り」を固めた上で、私たちはさらに次のステージを目指さなければなりません。現在、グローバルなビジネス展開において避けて通れないのが、サステナビリティへの対応です。国内市場ではまだコスト重視の傾向が強いものの、一部のお取引先さまは本格的にサステナビリティに取り組み始めています。今後、サプライヤーである私たちにもどのようなアクションを取っているかが問われる時代が間違いなくきます。一気にドラスティックに変えることは難しいですが、素材やスキームなどの

打ち手を増やしていくことがタキヒヨーが選ばれるサプライヤーであり続けるために必要です。

**板倉** 私たちは商社として、自社で大きな設備投資をするのではなく、東南アジアなどで既に認証を持つ優れたサプライチェーンをコーディネートし、つなぎ合わせることで独自の付加価値を提供できます。単なるコストメリットではなく、サステナブルなサプライチェーンそのものを当社の強力な武器として確立していきたいと考えています。

### ● 商社としての付加価値と 持続的な成長ストーリー

**板倉** 先が読めない不透明な時代だからこそ、「バックホーム」、つまり当たり前のことを当たり前に実行する足元固めが最大の強みになると考えています。奇をてらうのではなく、泥臭く本質的な業務を愚直にやり続ける。企画力、ものづくり力、生産管理能力を掛け合わせ、部署間の壁を越えた提案ができるメーカー機能を持った商社としての強みをさらに磨くことで、お取引先さまに選ばれ続ける企業になれると確信しています。

**土屋** お取引先さまが自社で全てを賄うことが難しくなる中、私たちがいかに課題解決に貢献できるかが問われることになり、それがタキヒヨーの存在意義になります。その根幹にあるのはやはり「人」です。社員がクリエイティビティを発揮し、モチベーション高く働ける環境やシステム、評価制度を作っていくことが私のミッションであり、それが事業の成長に直結すると信じています。

**板倉** 業績が良い時こそ、危機感を持つことが大切です。現状に甘んじることなく、この数年で培ってきた稼ぐ力を礎に、さらなる高みを目指して、挑戦を続けることで、タキヒヨーの未来を創っていきたいと考えています。



### ● 「守り」を固めて、その先を見据える

**板倉** 今期は生産とQC(クオリティ・コントロール:品質管理)の役割を統合し、重複する業務の最適化を進めています。変化のスピードが極めて速い現代において全体最適を考えた時、生産担当とQCが分離している必要はありません。これらを融合し、生産現場に近いところで迅速に処理すべき業務は

# 挑 未来のために 今 できること 者 戦

CHALLENGERS

vol.16

業務改革で目指す  
クリエイティブリティの最大化



— われわれは夢のあるおもしろい企業を創り、心の豊かな社会をめざします—  
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ならないのだろうか?

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、現場のクリエイティブリティを最大限に引き出すための

「業務改革プロジェクト」についてご紹介します。

## タキヒヨーが抱える構造的課題

タキヒヨーが約50年ぶりに直面した業績の低迷。脱却のためには、コア事業である既存卸売ビジネス(B to B)の立て直しが急務でした。

ここに立ち上がったのは、長年にわたる縦割り組織による構造的な課題です。アパレル業界はもともと「個人の感性」や「お取引先さまごとに設計するコミュニケーション」が強みになりやすい世界です。それゆえに部署間でのサイロ化が進み、それぞれが独自に業務フローを発展させてきました。

その結果、企画の立て方から商談の進め方まで完全にブラックボックス化。特定の人にしか分からない仕事が常態化し、部署内、ひいては全社としての集合知の形成を阻んでいました。

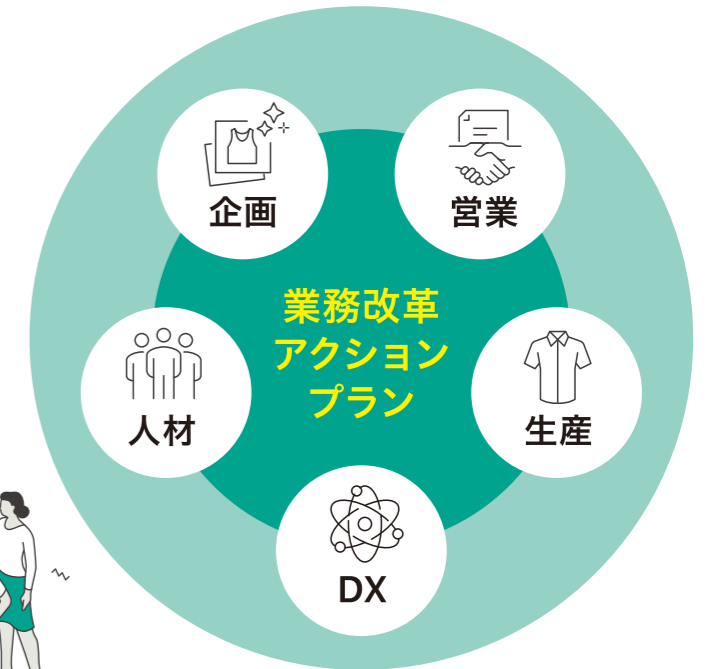
さらに、ノウハウが言語化されていないため、若手は「先輩の背中を見て覚える」しかなく、育成に膨大な時間を要していました。「属人化」という問題が、組織の持続的成長を阻む大きな壁となっていたのです。

## 部署の垣根を越えた「業務改革プロジェクト」の発足

タキヒヨーが直面した苦境を脱し、強い組織を取り戻す。そのための全社戦略として2023年に策定されたのが、「企画」「営業」「生産」「人材」そして「DX」という5つの領域を柱とする「業務改革アクションプラン」です。

このアクションプランを現場のオペレーションにまで落とし込んで着実に実行するためにスタートしたのが、「業務改革プロジェクト」なのです。

長年の課題であった「属人化」から脱却し、全社横断で抜本的な仕組みづくりへと動き出しました。



### 構造的課題



業務の属人化・  
ブラックボックス化

標準ルールがなく個人に依存して仕事が進むため、成果に至るプロセスが周囲から見えない



集合知の不形成

特定の人にノウハウが集中し、組織としての集合知が蓄積されない



人材育成の停滞

業務が言語化・数値化されていないため体系的な人材育成ができない



組織力の低下・  
持続的成長の限界

人材が育たず少数のエースに依存し続けるため、その個人のキャパシティが組織の限界となり、成長が頭打ちになる

## 業務改革プロジェクトの挑戦

全社的なミッションを帯びてスタートした業務改革プロジェクト。その中で最初に着手したのは、ブラックボックス化していた業務の徹底的な可視化でした。企画の立ち上がりから、生産を終えてデリバリーするまで、各段階の業務役割を再定義した上で、全ての業務フローを言語化・明文化し、全社的な「プラットフォーム」を作り上げました。

このプラットフォームが、業務全体の地図となり、次

なる打ち手の根拠となる「業務の定量的な評価(KPI化)」が可能になりました。ハイパフォーマーの行動を徹底的に因数分解するアプローチをとり、「いつ」「何を」「どのように」実行したかを分析し、成功要因を抽出することで、標準化します。この「標準化」によって経験値が少なくても安定した成果を出すことができる再現性を実現。客観的な指標を組織の共通言語にすることで、チーム全体でのノウハウ蓄積が可能になりました。同時に、透明性の高い評価ができるようになったことで、働きがいの創出にもつながっています。



## DX推進チームとの協働による改革の加速

現場の土台が整った今、業務改革プロジェクトは全社横断のDX推進チームと連動し、さらなる進化のフェーズに入ろうとしています。これまで手作業で拾い上げていたKPIデータを自動化し、ゆくゆくはAIが「この数値が落ちているから、企画の立て方を見直すべきだ」と、次なる打ち手まで提案してくれるダッシュボードの構築を見据えています。DX推進チームの伴走による改革の加速は、タキヒヨーが目指す未来を完成させる強力なブースターとなります。

改革の土台となるのは、業務のプラットフォーム化による「効率化」と、成果のデータ化による「働きがい」という2つの柱です。AIのサポートによってこの土台が強固になることで、人は煩雑な作業から解放され、最短距離で最適な判断を下せるようになります。このプロセスこそが、属人化から脱却し、組織の競争力アップによる「持続的な成長」へと向かう確かな道筋となります。

執行役員  
 ガーメントグループ トップスセクションリーダー  
**平田 圭**

### 「人」にしか生み出せない価値を

業務の属人化というのは、個々人が自分の仕事を少しでも良くしようと、目の前の課題に必死に向き合い、工夫を重ねた結果だと考えています。一方で、組織全体の力を引き上げると考えると、個人の限界以上のパフォーマンスをチームで発揮できる仕組みづくりが必要になります。

だからこそ、私の仕事は、標準化を徹底し、誰もが同じように戦える「鎧」を作ることで、ハイパフォーマーを「当たり前」にすること。それが組織全体の力になり、お客さまからの信頼につながっていくと考えています。

ここで、絶対に忘れてはいけないのが、私たちの仕事は「人」が着る服を作っているということ。だからこそ、AIには絶対に置き換えられない「感じる部分」が、最も重要になります。徹底的に仕組み化を進めるのは、一見冷徹に見えるかもしれませんが、逆説的に、人にしかできない本質的な価値を生み出すことに、全リソースを注ぐためなのです。

人の持つクリエイティブ性を最大化した先にこそ、タキヒヨーとしての次のステージの成長があると信じています。



Gifts for shareholders

# 株主優待

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

6月下旬  
発送予定

## 魔法の撚糸 「SUPER ZERO®」 バスタオルセット

### 確かな品質が紡ぎ出す「信頼」

長い歴史の中で、私たちタキヒヨーが最も大切にしてきたもの。それは、消費者の皆さまやお取引先さま、そして株主の皆さまとの間に築き上げてきた「信頼」です。信頼は一朝一夕に生まれるものではありません。いかなる逆境にあっても己の信念を曲げず、真摯にものづくりと向き合い続けることでしか得られないものだと考えております。

今回お届けするのは、浅野撚糸株式会社の「SUPER ZERO® (スーパーゼロ)」という特別な撚糸を用いたバスタオルです。浅野撚糸は、かつて事実上の倒産危機に瀕しながらも、約5年という長大な歳月を研究開発に投資し、この全く新しい概念の特殊撚糸を完成させました。苦境のなかでも決して諦めず、他には模倣できない高付加価値を生み出すと<sup>きょうじん</sup>する強靱な姿勢は、私たちが目指すものづくりの精神と深く響き合います。

作り手の熱い想いと、たゆまぬ努力が結実したこの確かな品質を通じて、私たちが大切にしている「信頼」の温もり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



### 驚異の技術から生まれる魔法の撚糸「SUPER ZERO®」

浅野撚糸が特許を有する「SUPER ZERO®」は、従来の常識を覆す逆転の発想から生まれました。

製造工程では、綿糸に特殊な水溶性糸を添わせ、元の撚りとは逆方向に向かって極限まで強力で撚りをかけていきます。その後、生地を織り上げてから熱水処理を施し、水溶性糸のみを完全に溶解させます。水溶性糸が消失して拘束力が失われた瞬間、蓄積されていた強烈な反動エネルギーによって糸が一気に膨張し、繊維と繊維の間に空気層が形成されるのです。



### 「魔法の撚糸」のここがすごい!

#### POINT.1 驚異の吸水力

水溶性糸が溶解してできた無数のマイクロ空間が水分を急速に吸い上げ、一般タオルの約1.5倍の吸水力を発揮します。

#### POINT.2 ふんわり軽い

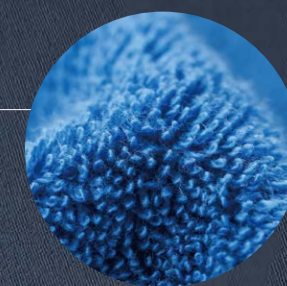
糸の内部の多くが空気構成されているため、見た目の豊かなボリュームに対して極めて軽いのが特徴です。

#### POINT.3 抜群の速乾性

繊維間に空気の通り道が確保されているため、水分の蒸発速度が加速し、抜群の乾きやすさを実現しています。

#### POINT.4 心地よさが長持ち

極限まで強力な撚りをかけてから膨張させているため物理的な結合強度が強く、洗濯を繰り返しても毛羽落ちが少なくふんわり感が長期間持続します。



#### 株主優待制度のご案内

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。

社長こだわりのオリジナルギフト



10名さまに50万円分のカード型旅行券 抽選

## 信頼を支える品質管理の新拠点「青島QCセンター」開設

当社は現在、良品を納期通りに確実に納めするという「当たり前」を徹底し、多様なニーズに応えるスピードと高いクオリティを両立させるべく、生産・品質管理(QC)体制の抜本的改革を進めています。

改革の柱は、生産管理部門とQC部門の統合です。個人の経験に依存しがちだったノウハウを組織全体で仕組み化し、客観性を担保した厳格な「タキヒヨー目線」での品質コントロールを徹底することで、お取引先さま、ひいては消費者の皆さまの信頼を強固なものにするのが目的です。また、生産管理とQCの視点の双方を併せ持つことで、生産に入る前の工場選定段階からのリスク管理が可能となります。

さらに、より高い水準の生産・品質管理体制を実現するため、国内と海外で役割を明確に分けています。国内QCがお取引先さまからの要望を的確に捉える「司令塔」となる一方、海外QCは生産現場で商品と直接向き合い、日本の厳しい基準を現地で具現化します。

この体制強化の一環として、当社商品の生産枚数の約半数を担う生産協力工場の拠点である中国・山東省地区の青島に「青島QCセンター」を新設しました。生産現場に近い新拠点で、自社現地スタッフが迅速に品質を管理することで、確実な生産・品質管理体制とスピーディな納期対応の高度な両立を実現します。

「安心・安全」を守り抜く強固な体制こそが当社の競争力であり、これを通じた信頼獲得が、タキヒヨーのさらなる成長を力強く牽引していきます。



大連QCセンターでのタキヒヨー基準による検品が、「安心・安全」を守っています。



新設した青島QCセンターでの研修の様子



タキヒヨー大連QCセンターのスタッフが生産協力工場を訪れ、直接対話しながら縫製や品質のチェックを実施、改善指導も行います。



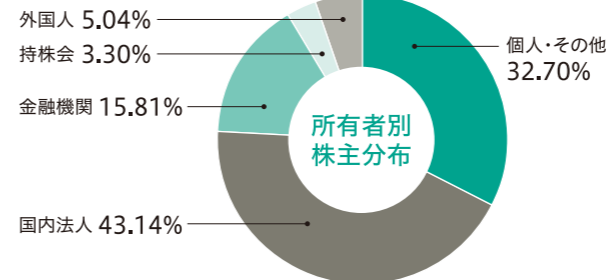
## 株式の状況 2026年2月末日現在

### 発行済株式の総数

8,800,000株  
(うち自己株式312,265株)

### 株主数

5,954名

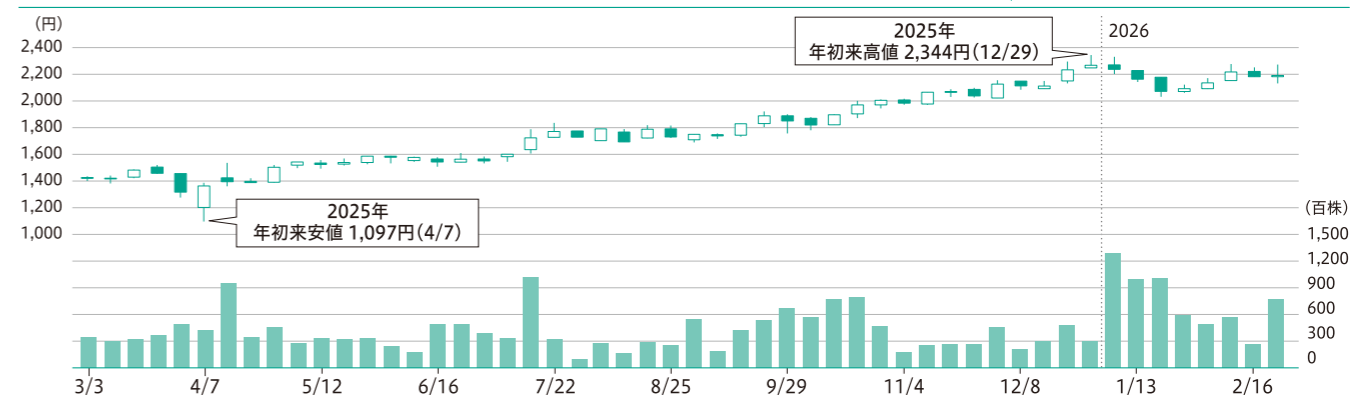


### 大株主一覧

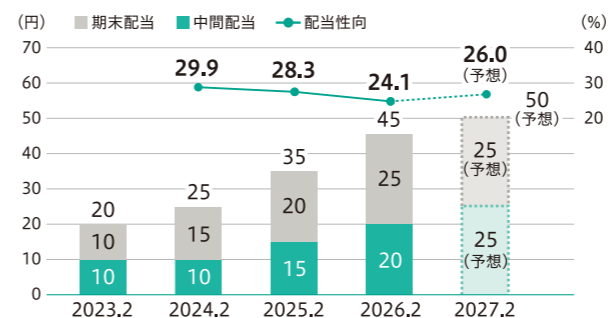
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	28.27
株式会社旭洋興産	420,600	4.95
立花証券株式会社	282,000	3.32
LIM JAPAN EVENT MASTER FUND	270,200	3.18
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	3.04
タキヒヨー取引先持株会	216,564	2.55
日本生命保険相互会社	164,992	1.94
滝茂夫	121,200	1.42
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.41
第一生命保険株式会社	120,000	1.41

※当社は自己株式を312,265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。

### 株価・売買高の推移(2025年3月～2026年2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。

### 2027年2月期 配当予想

■ 中間 1株当たり 25円 ■ 期末 1株当たり 25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。さらに、積極的かつ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などを勘案し配当を行うことを基本方針としております。



## 2026年2月期 業績のご報告

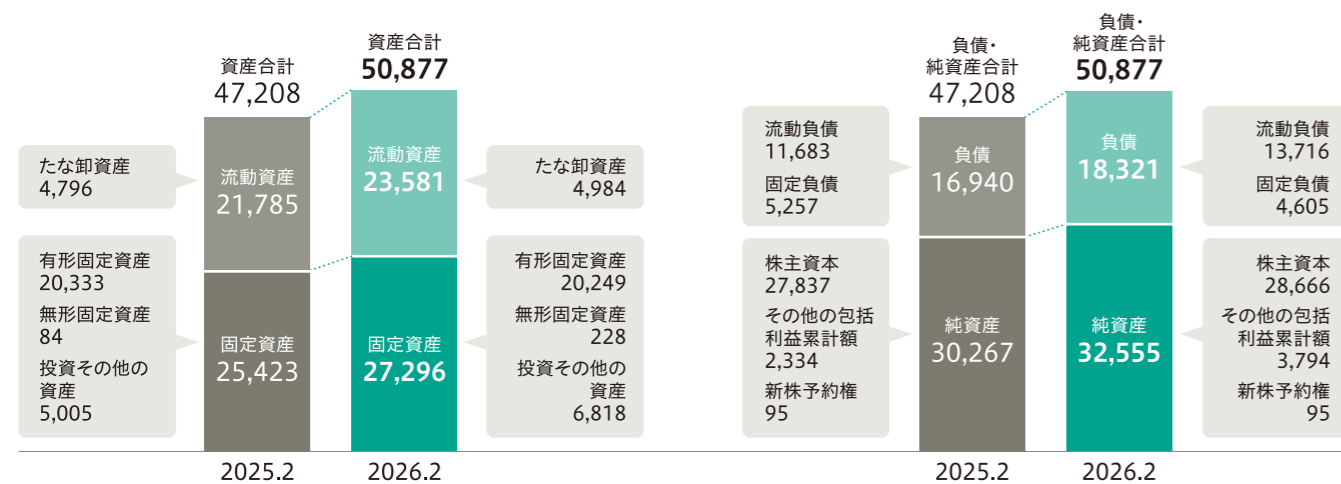
### 連結損益計算書の概要 (単位:百万円)

※百万円未満は切り捨てています。

	2025年2月期	2026年2月期
売上高	60,633	63,970
売上原価	47,872	50,557
売上総利益	12,760	13,413
販売費及び一般管理費	11,448	11,471
営業利益	1,312	1,942
営業外収益	217	196
営業外費用	170	191
経常利益	1,358	1,947
特別利益	78	13
特別損失	79	1
税金等調整前当期純利益	1,357	1,959
法人税等合計	249	343
親会社株主に帰属する当期純利益	1,107	1,615

### 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

2026年2月期からスタートした中期経営計画「Create Future with Passion」のもと、既存卸売ビジネス(B to B)の強靱化に取り組み、気候変化に伴う消費者の購入動向に合わせたお取引先さまからの短納期の発注(いわゆる「引き付け型」)への機動的な対応や、機能素材の充実、SNSなどを使用した販促・マーケティング手法まで含めた商品提供などによってニーズに応えた結果、前期比5.5%増収の63,970百万円となりました。

#### ■ 営業利益

利益重視の営業活動を徹底するとともに、事業分野ごとにROI(投下資本利益率)に基づき、収益化の難しい事業の見直しや再構築を行うなど構造改革を進めた結果、前期比48.0%増益の1,942百万円となりました。

#### ■ 当期純利益

営業利益、経常利益がともに増加したことなどから、当期純利益は前期比45.9%増益の1,615百万円となりました。



### Point 連結貸借対照表

総資産は、現金及び預金、受取手形及び売掛金、商品及び製品、デリバティブ債権や投資有価証券の増加などにより、前期末に比べて増加しました。負債は、未払金、繰延税金負債の増加などにより、前期末に比べて増加しました。純資産は、利益剰余金、その他の包括利益累計額の増加などにより、前期末に比べて増加しました。

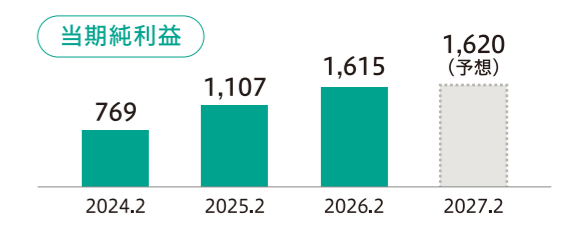
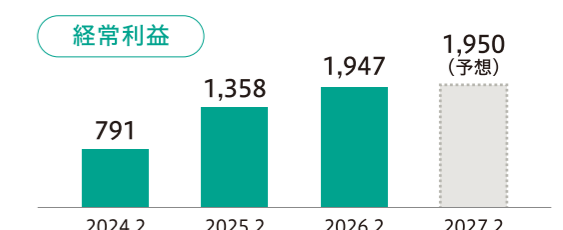
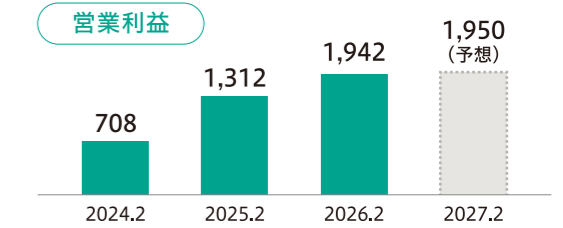
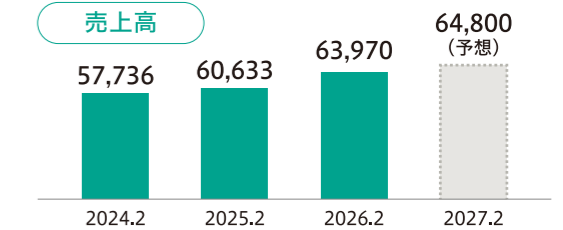


### Point 2027年2月期の見通し

中東情勢を背景とした原油・エネルギー価格の高騰をはじめ、サプライチェーン全体において想定を超えるコスト上昇リスクが顕在化しつつあり、消費者の生活防衛意識が一段と強まる中、リスクを吸収しながら中期経営計画を着実に実行することでコア事業の強靱化に取り組み、連結業績予想については、売上高64,800百万円、営業利益1,950百万円、経常利益1,950百万円、親会社株主に帰属する当期純利益1,620百万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。



※予想は2026年4月13日公表

## 会社概要

2026年5月27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 社長執行役員 滝 一夫
	取締役 常務執行役員 板倉 秀紀
	取締役 常務執行役員 土屋 旅人
	社外取締役 小笠原 剛
	社外取締役 金子 靖代
	社外取締役 PAUL CANDLAND
	取締役(常勤監査等委員) 三輪 孝秀
	社外取締役(監査等委員) 海老澤 美幸
社外取締役(監査等委員) 水野 大	
従業員数	540名(男性233名 女性307名) (2026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 <a href="https://www.takihyo.co.jp">https://www.takihyo.co.jp</a> ※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月末日 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、50万円分のカード型旅行券を贈呈

## IRイベントのお知らせ

IR Event Information



[東京] 大和IR個人投資家向け会社説明会  
7/25(土)14:00~14:50 会場:大和コンファレンスホール

[東京] 日経・東証IRフェア2026(ブース出展)  
8/28(金)29(土)10:00~17:00 会場:東京ビッグサイト南3・4ホール

[オンライン] 野村IR個人投資家向けWebセミナー  
11/16(月)13:00~14:00 形式:オンライン

[名古屋] 名証IRエキスポ2026(ブース出展)  
12/4(金)10:00~17:00 5(土)10:00~16:30  
会場:名古屋市中心小企業振興会館(吹上ホール)

<https://www.takihyo.co.jp/ir/seminar/> ▶



お問い合わせ先

経営企画セクション IRチーム

TEL. 052-587-7030



最新のIR情報はこちら

<https://www.takihyo.co.jp/ir/>

## 今号の表紙 タキヒヨーのある暮らし

タキヒヨーのベビー・キッズ服では、何よりも「安心・安全」を大切にしています。プロフェッショナルとして一つ一つ丁寧に重ねる仕事、お客さまからの「信頼」につながっています。



## 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。

■ 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。



サステナブルサイト  
「TAKIHYO FOR GOOD」

<https://takihyo.jp/>



本誌の本文には見やすい  
ユニバーサル  
デザインフォントを  
採用しています。