

LAEMUSE

Takihyo

株主通信



第114期 中間 2024.3.1 - 2024.8.31



上期の業績について

2025年2月期中間期の連結業績は、売上高283億円、営業利益5億円、中間純利益4億円となり、前年同期比で増収増益を達成しました。一時期より落ち着いたとはいえ円安が継続、コストも高止まりが続いており、事業環境としては決して追い風ではありません。それでも増収増益で今期を折り返すことができたのは、この2年間 Revitalize Plan (黒字体質復活計画) を推し進める中で、「なぜ成功したのか」「なぜ失敗したのか」、そして原因から次への対策を考え抜く姿勢が全社に根付いたことが大きいと考えています。

課題に向き合う中で見つけた存在意義

約50年ぶりの苦境は、業績を順調に伸ばしていた頃には見過ごされてきた当社の構造的な課題に正面から向き合う機会となりました。自分たちの“当たり前”を疑い、新しい“当たり前”を再構築するところからのスタートでした。その中で改めて辿り着いたのは、徹底的に情報収集して分析し、仮説を立て、それに基づいた“ものづくり”でお客様の課題解決を行うという、私たちの本来の営み。この利益の源泉に立ち返り、社員一人ひとりがタキヒヨーの存在意義を突き詰めて考え、市場から必要とされる商品を生み出し続けることこそが本質であるということを実感する日々でした。

今期は、最終年度となる Revitalize Plan をさらに発展させる形で、来期からの新たな指針となる中期経営計画を策定する予定です。

企業は人なり

原動力となったのは、やはり人でした。「企業は人なり」。この言葉の意味を今回ほど実感したことは

ありません。柔軟な発想ができる若い取締役が旗を振り、それに呼応して情熱をもって未来を創ろうとする仲間たち。厳しい状況にありながら、それでもなおそれぞれの「やりたい」に挑戦する気運が高まり、組織の壁を越えた取り組みにつながった場面がいくつもありました。一つひとつは小さな動きかもしれませんが、それらを束ねていくことで強い柱に育てていけるという確信を持っています。

まだまだここからです。タキヒヨーとしての課題はもちろん、長年繊維業界で“ものづくり”を担う当社には、業界全体の課題に取り組んでいく責任があります。当社の事業、そして業界全体を持続可能なものにしていくためには今何をしなければならぬのかを考え続けていくことが、私の責務です。

厳しい状況が続いたにもかかわらず、ここまで諦めずに伴走してくださった株主の皆さまには心より感謝申し上げます。さらに強いタキヒヨーの姿をお見せできるよう精進して参りますので、変わらぬご支援を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

市場から必要 とされる商品を生み出し続ける、それがタキヒヨーの本質



社外取締役

interview

企業価値の向上のために、業務執行が適切になされているか、企業が進もうとしている方向は正しいかを、利害関係のない立場から客観的に判断し助言する社外取締役。企業にとって、まさに航海中に進むべき方向を指し示す「羅針盤」ともいえる社外取締役に新たに就任した金子氏と海老澤氏に当社の課題や期待する未来についてお聞きしました。

社外取締役

金子 靖代

略歴

1984年株式会社シーボン化粧品総合本舗(現 株式会社シーボン)札幌支社へ入社。美容社員として配属。翌年、東京本社へ異動し、ネイルサロンに勤務。ネイリストとして活躍後、美容部教育担当となる。1989年化粧品開発を希望し企画室を立ち上げ、現在の主力製品「フェイスヤリスト」シリーズの開発に携わる。2000年取締役管理本部長、2002年専務取締役、2004年取締役副社長を経て、2005年代表取締役社長に就任。2019年に退任後、株式会社ZERO代表取締役社長就任。2021年株式会社ピーシーデポコーポレーション副社長執行役員。2022年同社取締役副社長執行役員。2024年5月当社社外取締役就任。



— ご自身のキャリアの中で最も長く、社長まで務められたシーボンではどのようなことに取り組んでこられたのでしょうか。

シーボンでは製品企画の業務に長く携わっていましたが、2000年に管理本部長として取締役に抜擢されたのはまさに青天の霹靂でした。当時は上場準備をしている頃だったので、上場にまつわるすべての業務に携わることになり、大変な毎日でしたが何よりも得難い経験となりました。

2005年に社長に就任してからの14年間に最も力を注いだのは、個々がやりがいをもってそれぞれの能力を発揮できる環境とカルチャーの醸成です。化粧品を開発から販売まで一貫して手掛けているシーボンでは、実に社員の90%以上を女性が占めています。つまり、シーボンにとっては女性の活躍が企業の成長に直結して

います。女性活躍のテーマに取り組んでみて感じたのですが、単に制度を整えただけでは機能しません。制度を安心して利用できる周囲の環境や、人を大切にするマインドを育てることが、生きた制度をつくるポイントだと思っています。シーボンでは最終的に管理職の85%を女性が占める結果になり、この割合は当時の上場企業の中でも群を抜いていました。

— ファッションを扱うタキヒヨーもまた、女性が全社員の半数を超える企業です。タキヒヨーにおける女性活躍推進をどのようにお考えですか。

勘違いされることもあるのですが、「女性だけ」が活躍する会社が良いのではなく、本来女性が働きやすい環境というのは、誰にとっても働きやすいはずなんです。ライフイベントは、結婚

Kaneko Yasuyo

や出産に限ったことではなく、誰にとっても起こるもの。人生が長くなり、それとともに職業生涯が長くなる以上、ライフイベントは増えこそすれ減ることはありません。私のこれまでの経験を少しでも生かせるとしたら、多くのライフイベントを経験しながら働くすべての社員が輝けるような会社を創ることだと考えています。

——当社の社外取締役としての役割をどのように考えていらっしゃいますか。

あるべき企業統治について、一義的な「100点」のガバナンスを目指すというのは難しいことです。タキヒヨーには長い歴史があり、その中で苦勞して築き上げてきた体制があります。その中でさらに100点に近づけていくというのはとても難度の高いことであり、社外取締役としても果たすべき責任は大きいと感じています。長い歴史がある会社であっても、常に変化を求められる中で、一步、二歩先を見据えて会社の舵取りをしていく時に、少しでも私の経営の経験がお役に立てればと考えています。「変えるべきこと」「それでもなお不動でなければならない

もの」をきちんと見極め、社員の成長とタキヒヨーの成長がリンクするように支援することも私の役割だと認識しています。

——金子さんが社外取締役として当社をご覧になって感じたこと、今後に期待することはありますか。

私が長く携わってきた化粧品というビジネスも、タキヒヨーの事業の根幹であるファッションも、「お客様の人生を輝かせる」というところに相通ずるものがあります。シーボン在職中、東日本大震災や熊本地震の際に、避難所に化粧品キットを支援物資としてお送りしたところ、被災者の方に非常に喜ばれたことがありました。命をつなぐことが最優先される大変な状況の中で、水や食料など生命の維持に必要なもの以外は欲しいと言にくい、というのは想像に難くありません。それでも化粧やファッションを楽しみたいというのは、やはり人としての自然な欲求であり、この根源的欲求こそが生活はもちろんのこと、心までも豊かにするのだと思います。人の生活に豊かさを提供できる

にタキヒヨーの不変の価値があり、それを追求し続けることが一番の社会への貢献だと考えています。

厳しい事業環境の中でRevitalize Planに取り組み、今、タキヒヨーは大きく成長しようとしています。その飛躍の時に社外取締役として就任したことには大変な責任も感じています。

企業が成長し続けるためには、挑戦は不可欠です。挑戦には失敗もつきものですが、それすらも糧にして強い意志を持って挑戦できる企業だけが生き残れると思っています。株主の皆さまにも挑戦し続ける姿をお見せし、「タキヒヨーに出会えてよかった」と思っていただけるよう力を注いで参ります。

タキヒヨーとして
「変えるべきこと」
「不動でなければならないもの」を
見極め、社員と会社の成長が
リンクするように支援したい

Employee and
Company Growth





社外取締役 interview

社外取締役(監査等委員)

海老澤 美幸

／ 略歴 ／

1998年、自治省(現 総務省)に入省。1999年株式会社宝島社に転職し、雑誌『SPRING』編集部所属。2003年渡英し、ロンドンでスタイリストのマルコ・マティシク氏に師事。帰国後の2004年よりフリーランスのファッションエディターとして活動。2012年一橋大学法科大学院に入学、2017年に弁護士登録。2018年ファッション関係者のための法律相談窓口「fashionlaw.tokyo」を開設。2019年三村小松法律事務所入所(現任)。2022年5月株式会社高島屋社外取締役(現任)。2024年5月当社社外取締役(監査等委員)就任。

— 海老澤さんのご経歴を拝見すると、国家公務員からファッション雑誌の編集者、海外に渡ってのファッションエディター、そして弁護士と、まったく違う業界に躊躇なく挑んでこられた印象を受けました。

もともとファッションが好きだったものの、公務員だった父の影響もあり国家公務員の道に進みました。自治省(現 総務省)入省後は岐阜県庁に赴任し、貴重な経験をさせていただきましたが、ファッションに関わりたいという情熱が再燃して、ファッション雑誌の世界へ飛び込みました。入ってみてわかったのですが、日本では編集者とスタイリストは別々のことが多いんです。でも、私は両方やりたかった。どうしたらいいか考えたときにファッションエディターという職種が確立している海外に行こうと思って渡英したんです。

— 思いついたらすぐに行動して経験を取りに行く。パッションが原動力になっていらっしゃるんですね。

「やりたい!」と思うと一直線なところがありますね。ロンドンではスタイリストに「無給でいいから」とアシスタントとしてつき、2年ほどの間にパリコレやミラノコレクションのバックステージに入るなど滅多にできない経験ができました。帰国後は、ファッションエディターとしてフリーランスで仕事をしましたが、その経験がまた弁護士を目指すきっかけになったんです。ファッションの世界では、権利関係が複雑に絡み合っていて、さまざまな問題があるにもかかわらず、ファッションの分野に特化した専門家がいませんでした。ちょうど日本でロースクール制度ができたタイミングもあって、「それなら自分なろう!」と。当時は「ファッションロー」という言葉を明確に認識していたわけではありませんが、ロースクール時代にたまたまフォーダム大学のファッションローに関する記事を読んだことや、2014年に「ファッション・ロー・インスティテュート・ジャパン」という団体が設立されたこと、小松弁護士(海老澤氏が

Ebisawa Miyuki

現在所属する三村小松法律事務所パートナー(弁護士)をはじめ、ファッションローに取り組みられる専門家の方々と知り合えたことなどのタイミングがそろったことが、この道に進もうとする私の背中を押してくれました。

— 比較的新しい概念であるファッションローの専門家として、法とファッションの関係をどのように捉えていらっしゃいますか。

2018年に、ファッション業界の方が法律について気軽に相談できる窓口「fashionlaw.tokyo」を立ち上げました。ファッション業界ではまだまだ弁護士に相談するハードルが高い印象です。契約前に相談してくれば、費用や時間も少なく、紛争を未然に防げることも少なくないんです。特に海外との契約においてはリスクをしっかりと認識した上で交渉を進めていく必要があります。「ファッションロー」という言葉を知っているだけでも、早い段階で相談しようと思うきっかけになります。感覚的な判断の多いファッションだからこそ、法律を知るのは非常に大事なことなんです。私の役割は、法律と商慣習を含めた業界の特殊性との溝を、

法を解釈して言語化していくことによって埋めていく「翻訳家」だと思っています。

— 法の「翻訳家」である海老澤さんが当社の社外取締役として担う役割をどのように考えていらっしゃいますか。

私が顧問弁護士という立場であれば、個別の事案の紛争解決に当たるという関わり方になりますが、監査等委員である社外取締役はさらに俯瞰的な視点で、タキヒヨーという会社の未来の在り方を一緒に考えていくことが求められます。これまで弁護士としてさまざまな企業と関わってきて、執行側の立場も理解しているからこそできる監督の仕方があるのではないかと考えています。世界情勢を見た中でタキヒヨーが進むべき方向性を指し示していくのが監督機能と併せた私の役割だと認識しています。

— 実際に社外取締役として企業統治の観点から当社に今後期待することはありますか。

長い歴史があるというのは安定感がありますが、一般論として同族会社は構造的にトップ

ダウンになりやすい。社員が意見を言いにくくなるような土壌は作ってはいけないと思っています。若い取締役の方々が入ったことで風通しの良さが加速し、より活発な意見の交換ができることを期待しています。

— タキヒヨーが未来に向かっていくために何が必要だとお考えですか。

ファッション業界がサステナビリティなどへの対応に遅れがちなか、先進的な取り組みに果敢に挑戦されていると感じています。個社の成長だけでなく、業界全体の持続的な発展のために一翼を担おうという志に強く共感しています。

ファッションローの専門家として
タキヒヨーの未来のあり方を
皆さんと一緒に考えていきたい

Fashion Law

お客さまに利益を多く取っていただくという「客六自四」の経営哲学が「タキヒヨーらしさ」であり、「業界のために」という姿勢がタキヒヨーの発展につながると確信しています。その将来の姿を実現するために、ファッションローの専門家という立場を生かした助言、監督をしていきたいと考えています。



挑 未来 今 できること 戦 者 戦

CHALLENGERS vol.13

DXで描く未来図

一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？
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、Revitalize Plan(黒字体質復活計画)でも改革の柱の一つとして
位置づけられた「DX(デジタルトランスフォーメーション)」における
挑戦をご紹介します。

タキヒヨーが直面した課題

当社の中核を担う「アパレル・テキスタイル事業」。製品が生まれる過程で、さまざまな企業が関わるためにサプライチェーンが長く複雑になることに加え、タキヒヨー内においてもアイテム別縦割り組織のそれぞれが独自に業務フローを発展させてきた経緯があり、それらが構造的に絡み合うことで生産性の向上が阻害されていました。

潜在的な課題感はあるつつも、業績が堅調に推移していたために抜本的な改革にまで至っていなかったのですが、当社を取り巻く環境が一気に変化したことで2018年から急激に業績が悪化し、これまで見過ごされてきた問題に直面することになりました。

「Revitalize Plan(黒字体質復活計画)」とDX

当社が直面した約50年ぶりの苦境。ここからいち早く脱し、強いタキヒヨーを取り戻すべく策定されたのが2023年2月期にスタートした「Revitalize Plan(黒字体質復活計画)」です。Revitalize Planを実効的なものにするため、営業部門内で課題をより具体的に落とし込んだ業務改革アクションプラン、その柱の一つがDXでした。

タキヒヨーにおける DX とは

DXという言葉の辞書的定義は明確でも、DXの普遍的な「正解」があるわけではありません。企業によって課題が異なるのであれば、当然求められるDXもさまざまです。タキヒヨーが目指すDXとは何なのか。DXで目指す未来を考えます。

Revitalize Plan (黒字体質復活計画)



? DX(デジタルトランスフォーメーション)とは企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。(経済産業省「デジタル・ガバナンスコード2.0」より)



システムセクション
リーダー
香川 竜太郎

DXの本質を捉え「ビジネスのトランスフォーメーション」を目指す

DXを考える際に気を付けなければいけないのが、「DX」それ自体を目的化してしまうことです。

DXはあくまで手段であり、重要なのは「実現したい価値は何か」ということ。単に作業や業務をデジタル化するのではなく、ビジネス自体をより良くしていくのがDXの本質です。「このツールを使ったらこういう世界が実現できるのではないか」と仮説を立て、試行錯誤していくことが欠かせません。ツールを導入してデジタル化すれば課題は解決するのか、そうではなく業務そのものの在り方を変えなければならないのかを多面的に捉え、最適なアプローチ方法を導き出すことが求められます。特殊性が強い業務については、単にそのままデジタル化するのではなく、業務自体を世の中の「標準形」に合わせることで、それ単体としては効率化に直結しないように見えても、俯瞰すると価値の最大化につながる場合もあります。

DXに「完成」はありません。現状は絶対ではなく、世の中や商売の変化によって常に新しい課題が出てきます。システム担当者としてそれらと向き合い、考え続けることがDXの先にある「ビジネスのトランスフォーメーション」に必要な姿勢だと考えています。



物流セクション
リーダー
吉田 壮志

年間約5,000万枚の物量を取り扱う当社において、「調達～販売物流の適正なコントロール」と「物流コストの低減」の両立が事業の要であると考えています。特に、物流業界全体の人手不足問題が顕著となった昨今において、DXアプローチによる業務効率向上、情報の一元管理・可視化による課題解決が必要不可欠と認識しています。

調達物流面では、通関業務システムの更改に伴い、当社独自性の高い業務フローやマイクロマネジメント性の高い管理手法を見直し、シンプル化・標準化を図るとともに、フォワーダー（貨物利用運送業者）が保有する船積ブック情報を活用した輸入通関・国内配送依頼業務の効率化、輸入許可情報のリアルタイム取得、関税節税効果の検証といった新たな課題に挑戦しています。

一方、販売物流面では、業務システム上に点在する海外仕入・受発注・在庫情報を一元管理することで、各セクション間のコミュニケーションコストを軽減する「SCMダッシュボード」、物流センター・運送会社間で配車状況を可視化し、ドライバー不足局面で共同配送を促す「配車管理クラウドシステム」を試験導入し、属人的な運用からの脱却、持続可能なオペレーションの再構築に取り組んでいるところです。

このように、従来の縦割り組織的な発想にとらわれず、組織横断的な目線から最適解を導き出すことを主眼としたデータ活用の可能性を追求し、業務全体の最適化を目指しています。

調達と販売の両面から物流システムの最適解を導き出す

DXによる
成長イメージ

タキヒヨーの 持続的成長

企業価値 の向上



執行役員
ゲームグループ
リラクシング・カジュアル
セクションリーダー
兼ゲームディレクション
セクションリーダー
大場 雅仁



変革を続けることがタキヒヨーのDNAであり、未来を創る鍵

近年の苦境により、安定していた時には見過ごされてきた課題に直面したことで「変わろう」という空気が全社的に醸成された結果、これまでにないスピード感で社内の変革が進んできたと感じています。

営業部門のDX担当として常に意識しているのは、私たちはあくまで地に足をつけて「ものづくり」をする会社であるという軸をぶらさないこと。現在、デザインへの生成AIの活用や、AIモデルを使った販売プロモーションの提案、AIによる需要予測の導入などさまざまな挑戦をしています。最新の技術をタキヒヨーが蓄積してきたものづくりのノウハウと掛け合わせることで、有形の商材に無形の価値をどれだけ付加してお客さまにソリューション提案ができるかというところに私たちの存在意義があります。

タキヒヨーの274年の歴史は変革の積み重ねです。先人が培ってきた「より良く」を求める不断の努力こそタキヒヨーのDNAであるということ、DX担当として改革を推進するいま改めて強く実感しています。これからの200年、300年をつなげていくために、変革し続けること。それが「タキヒヨーらしさ」であり、私たちの未来を創っていくのだと考えています。

オリジナルブランド「LAEMUSE(ラエミューズ)」 装い新たに9月19日ECサイトリニューアルオープン

当社が2022年から展開するオリジナルブランド「LAEMUSE(ラエミューズ)」は立ち上げ以来、“働く女性”に向けて気分があがるファッションを提案して参りました。今回、ブランドとしてさらなる成長を図るべく、よりスタイリッシュでエッジの効いたモードカジュアルとしてリブランディングし、自社ECサイトを9月19日にリニューアルオープンしました。

価値観が多様化する現代だからこそ、ニッチな嗜好にも寄り添いながら、自分の「好き」を確立している自立した女性の日常に彩りを添える新しい価値を提案します。

今後はこれまでのECブランド展開で培ってきたノウハウやインフルエンサーを使ったプロモーション施策を活用し、直営店だからこそ実現できる顧客体験を創造することで、ブランド認知の獲得とコアファン作りを目指して参ります。

LAEMUSE(ラエミューズ)公式オンラインストア <https://laemuse.online/>



LAEMUSE

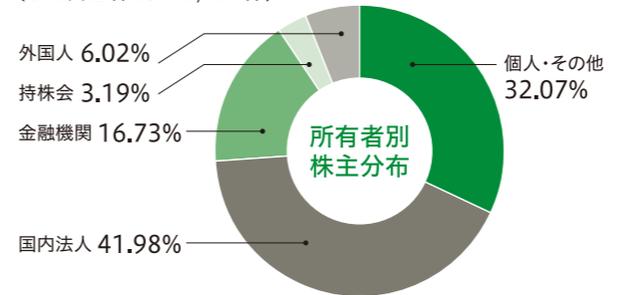
株式の状況 2024年8月末日現在

発行済株式の総数

9,100,000株
(うち自己株式116,459株)

株主数

5,958名

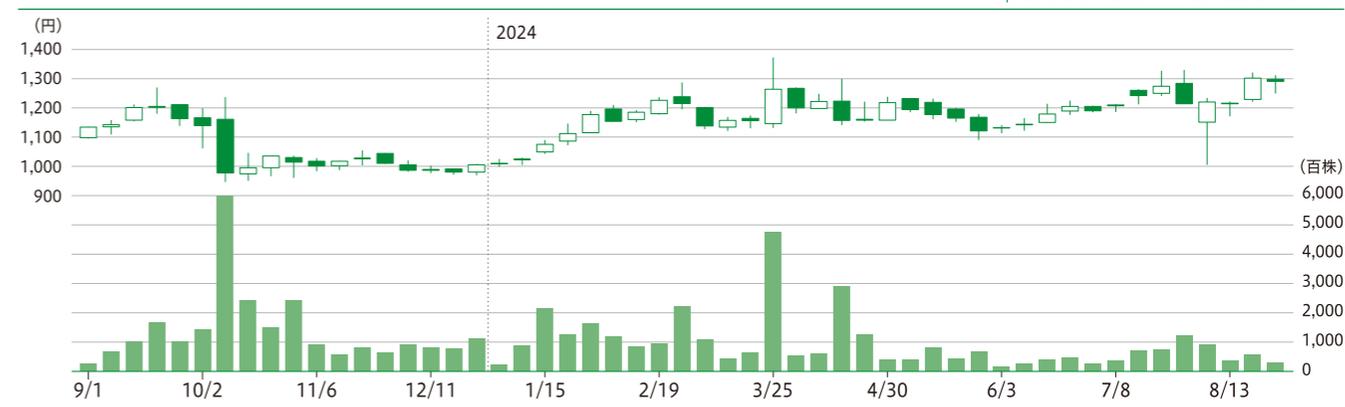


大株主一覧

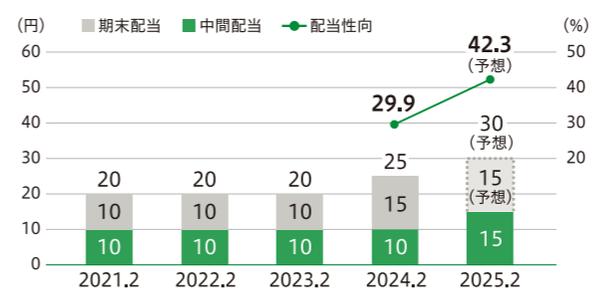
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社キョクヨーホールディングス	2,400,000	26.71
株式会社旭洋興産	420,600	4.68
株式会社三菱UFJ銀行	258,288	2.87
第一生命保険株式会社	240,000	2.67
滝 茂夫	223,590	2.48
タキヒヨー取引先持株会	211,364	2.35
日本生命保険相互会社	164,992	1.83
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	124,500	1.38
MSIP CLIENT SECURITIES	124,500	1.38
三井住友信託銀行株式会社	120,000	1.33

※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(2023年9月～2024年8月)



株主還元



2025年2月期 配当

■ 中間 1株当たり **15円** | ■ 期末 1株当たり(予想) **15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。

※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。



2025年2月期 第2四半期 業績のご報告

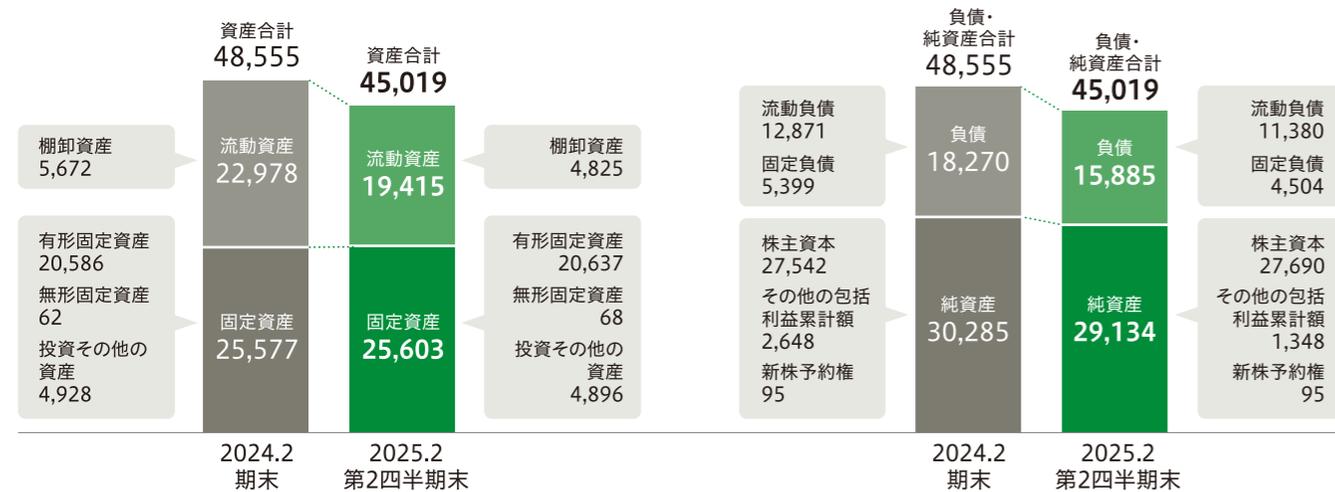
連結損益計算書の概要 (単位:百万円)

※百万円未満は切り捨てています。

	2024年2月期 第2四半期	2025年2月期 第2四半期
売上高	26,717	28,381
売上原価	20,792	22,177
売上総利益	5,925	6,204
販売費及び一般管理費	5,755	5,699
営業利益	169	505
営業外収益	128	122
営業外費用	47	77
経常利益	249	549
特別利益	225	1
特別損失	0	—
税金等調整前中間純利益	475	551
法人税等	76	122
親会社株主に帰属する中間純利益	398	429

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

今期最終となる「Revitalize Plan(黒字体質復活計画)」に取り組み、魅力ある商品の提案による店頭消化率の向上や、得意先からの実需に合わせた短納期の引き付け型受注にQR(クイックレスポンス)対応で期中の追加受注を獲得したことが奏功した結果、前年同期比6.2%増収の28,381百万円となりました。

■ 営業利益

コア事業である卸売事業について、収益重視の営業スタンスの定着を進めたことに加え、ROIC(投下資本利益率)が一定未満の事業分野について、撤退や事業再構築を推進。その結果、物件費の削減や在庫の削減などの効果が表れ、前年同期比198.3%増益の505百万円となりました。

■ 中間純利益

前年同期に特別利益として計上した海外拠点の閉鎖に伴う固定資産売却益の影響がなくなったものの、営業利益の増益に伴い前年同期比7.6%増益の429百万円となりました。

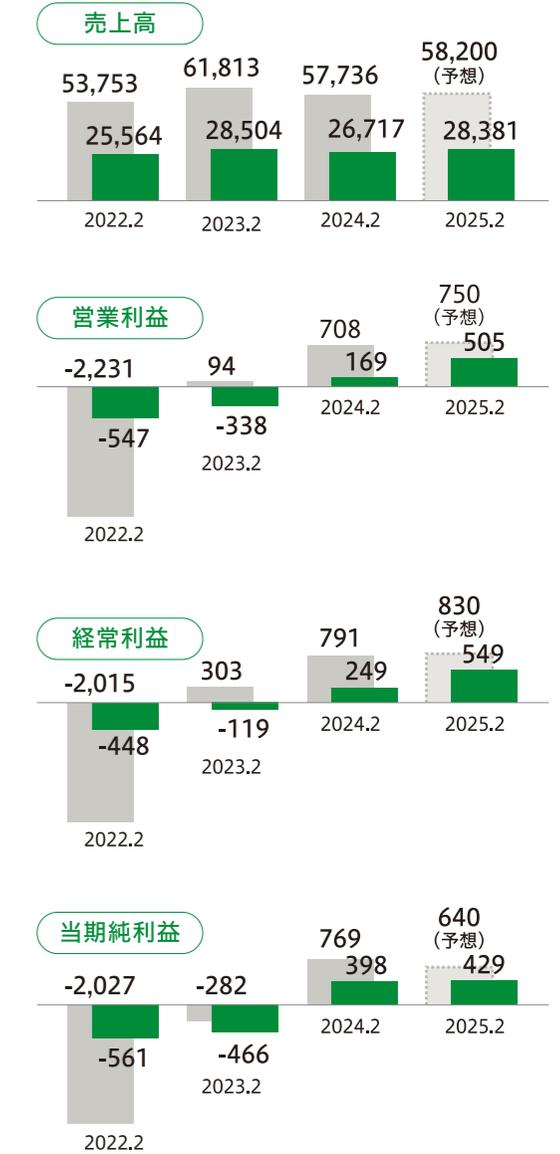


Point 連結貸借対照表

総資産は、投資有価証券が増加した一方で、受取手形及び売掛金、棚卸資産、デリバティブ債権が減少したことなどにより、前期末に比べて減少しました。負債は、支払手形及び買掛金、借入金が増加したことなどにより、前期末に比べて減少しました。純資産は、その他の包括利益累計額が減少したことなどにより前期末に比べて減少しました。

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。 ■ 第2四半期累計 ■ 通期



※予想は2024年4月15日公表

会社概要

2024年8月末日現在

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 専務執行役員 武藤 篤
	取締役 常務執行役員 板倉 秀紀
	取締役 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
	取締役(常勤監査等委員) 丹羽 卓三
	社外取締役(監査等委員) 鷲野 直久
社外取締役(監査等委員) 海老澤 美幸	
従業員数	528名(男231名 女297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	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

次回のIRセミナーは、
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

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

今秋、リブランディングして展開を開始した「LAEMUSE(ラエミューズ)」。自分の「好き」を確立している自立した女性に向けてスタイリッシュでエッジの効いたモードカジュアルを提案します。(P16関連情報)



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/>



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。