

平成26年7月期 決算補足説明資料

証券コード：3172

平成26年7月8日に東証二部に市場変更しました。



平成26年9月5日(金)

ティーライフ株式会社

<http://www.tealife.co.jp>

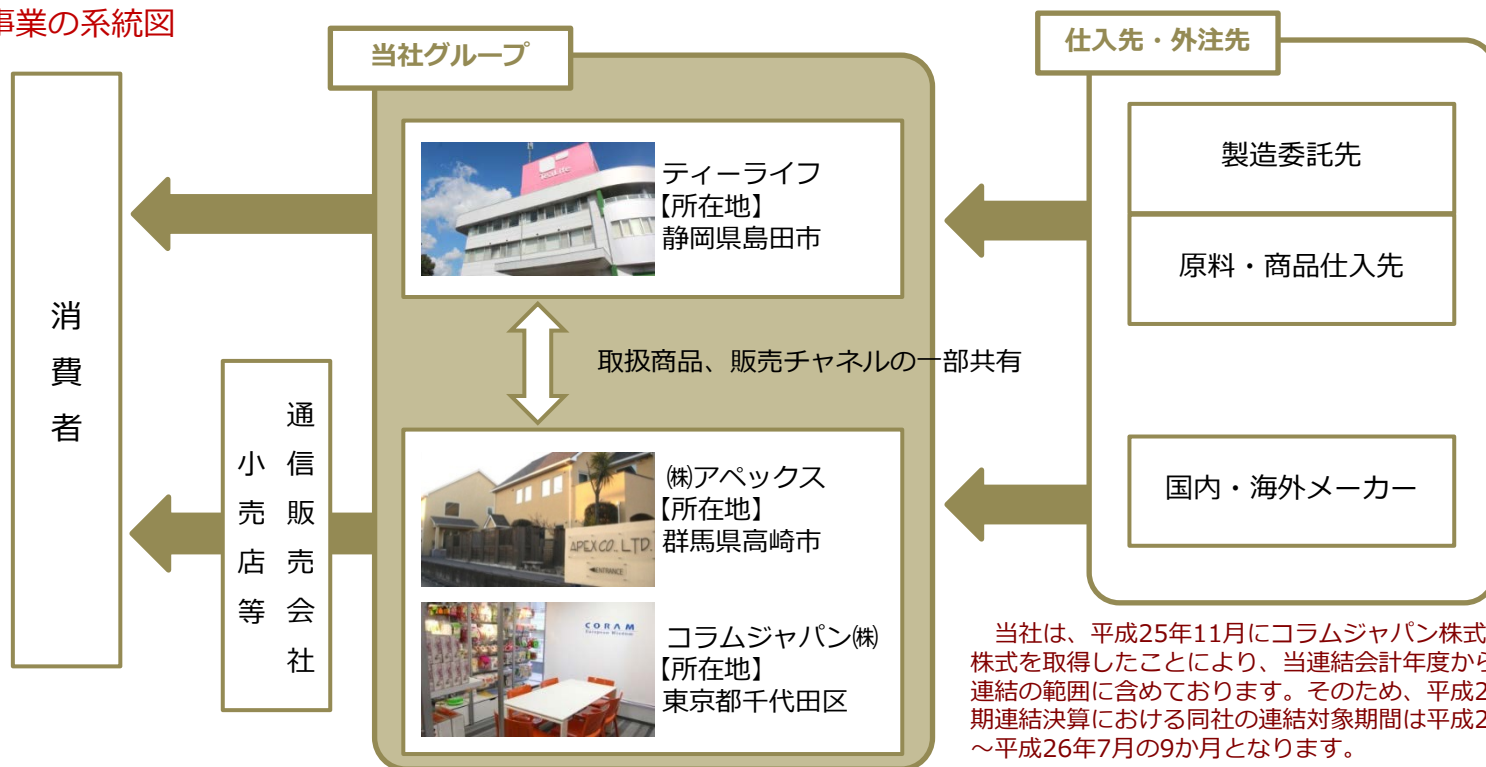
企業集団の状況



◆セグメント情報

セグメント区分	事業区分	主たる会社
小売事業	主に健康茶、健康食品、化粧品を一般消費者に通信販売	ティーライフ株式会社
卸売事業	主に生活雑貨、食品を通信販売会社や小売店等に販売	株式会社アベックス コラムジャパン株式会社

◆事業の系統図



当社は、平成25年11月にコラムジャパン株式会社の全株を取得したことにより、当連結会計年度から同社を連結の範囲に含めております。そのため、平成26年7月期連結決算における同社の連結対象期間は平成25年11月～平成26年7月の9か月となります。

平成26年7月期 連結決算概要



(単位：百万円)

	【単体】 H23/7月期 実績	【単体】 H24/7月期 実績	【連結】 H25/7月期 実績	【連結】 H26/7月期 実績	対H25/7月期	
					増減	前期比
売上高	4,519	4,740	5,629	6,012	382	6.8%
小売事業	-	-	4,752	4,659	△93	△2.0%
卸売事業	-	-	877	1,353	476	54.3%
営業利益 (利益率)	385 (8.5%)	425 (9.0%)	439 (7.8%)	386 (6.4%)	△52	△12.0%
小売事業	-	-	414	413	△1	△0.4%
卸売事業	-	-	24	△25	△49	-
経常利益 (利益率)	395 (8.7%)	417 (8.8%)	455 (8.1%)	385 (6.4%)	△69	△15.3%
当期純利益 (利益率)	224 (5.0%)	233 (4.9%)	283 (5.0%)	224 (3.7%)	△58	△20.8%

・ 売上高は、6,012百万円（前期比6.8%増）と5期連続増収になりましたが、経常利益は、販管費の増加に加え、株式市場の変更に係る費用を営業外費用に計上した結果、385百万円（前期比15.3%減）となりました。

平成26年7月期 連結決算概要の分析



売上高は、品揃えの強化や安定的な売上に寄与する定期会員の増加施策を行い、前期比6.8%増の6,012百万円となりました。営業利益は、キッチン用品の販売が振るわなかったことに加え、販管費が増加となったため、前期比12.0%減の386百万円となりました。

・小売事業

EC市場の拡大に伴い、スマートフォンをはじめとしたECサイトの利便性の向上に加え、顧客属性別のメールマガジンの配信、タイムセール等のイベントを実施しました。

商品では、「水出しダイエットプーアル茶」「水出し濃いメタボメ茶」「酵素スムージー」を投入しました。

新規顧客に対し、定期お届けの利用促進を実施し、定期会員が7万口座を突破いたしました。

・卸売事業

コラムジャパン(株)が連結に加わり、シリコン調理器具「ルクエ」の拡販に努めました。生活雑貨では、ダンフィルシリーズ「フィベルピロー」、収納箱「ビクソーボックス」、食品では、低カロリー食品「ぷるるん姫寒天コラーゲン美容雑炊」、万能調味料「漸(ぜん)」といった新たなオリジナル商品を投入しました。



水出しダイエットプーアル茶



ピローミー



ルクエ

平成27年7月期 連結業績予想



(単位：百万円 %)

		H26/7月期 (連結)	構成比	H27/7月期 (連結)	構成比	増減	増減比率
第2四半期の業績予想	売上高	3,008	100.0%	3,619	100.0%	610	20.3%
	営業利益	185	6.2%	220	6.1%	35	18.9%
	経常利益	195	6.5%	225	6.2%	30	15.7%
	当期純利益	116	3.9%	134	3.7%	18	15.9%
通期の業績予想	売上高	6,012	100.0%	7,190	100.0%	1,177	19.6%
	営業利益	386	6.4%	564	7.9%	178	46.2%
	経常利益	385	6.4%	575	8.0%	189	49.2%
	当期純利益	224	3.7%	343	4.8%	118	52.8%

平成27年7月期 今後の主な施策について



1. 新たに(株)ダイカイをグループ会社に加え、事業規模を拡大

平成26年8月1日付で、主に天然素材できた生活雑貨の企画・輸入・販売を行っている株式会社ダイカイがグループ企業に加盟しました。同社は、安定的に売上高5億円以上を維持しており、連結決算に対しプラス要因となります。



2. 定期会員の加入促進の強化

前期より推進している定期会員の加入促進を今期においても継続いたします。定期会員は顧客からストップといわれたい限り、定期的にお届けする顧客のことであり、安定的な売上に貢献いたします。現在、7万人の会員を有し、今期は5%増を計画しています。新規顧客の開拓は、開拓効率のよい媒体へシフトしつつ、休眠顧客も含めた積極的な開拓を実施し、アクティブ口座数の増加を目指します。あわせてコア商品中心で開拓することで継続率の向上を図ってまいります。

3. WEB受注比率の拡大を図る

スマートフォンをはじめ、さらなるネット利便性の改善を図るとともに、ネットの特徴を活かしたネット独自の販促を行い、WEB受注比率の拡大を図ります。

4. オンリーワン商品の拡販

各社の強みであるオンリーワン商品を軸に、これまでの通信販売会社や小売店の枠にとらわれず、各社の販売チャネルを活用（シナジー）した新規取引先の拡大に努めます。すでに新しく大手流通業者からの引き合いもあり、売上高への貢献を期待しています。

5. グループ全体での物流部門のコストの削減を実施

当社が持つ物流ノウハウを活用し、グループ全体として経営資源を集中させ、早期実現を目指します。

【本資料に関する注意事項】

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

【お問合せ先】

ティーライフ株式会社 管理部
TEL (0547) 46-3459
URL <http://www.tealifeir.com/>