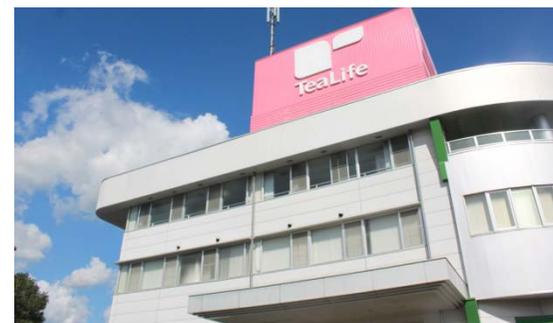




平成28年7月期 第2四半期決算補足説明資料

証券コード：3172



平成28年3月4日(金)

ティーライフ株式会社

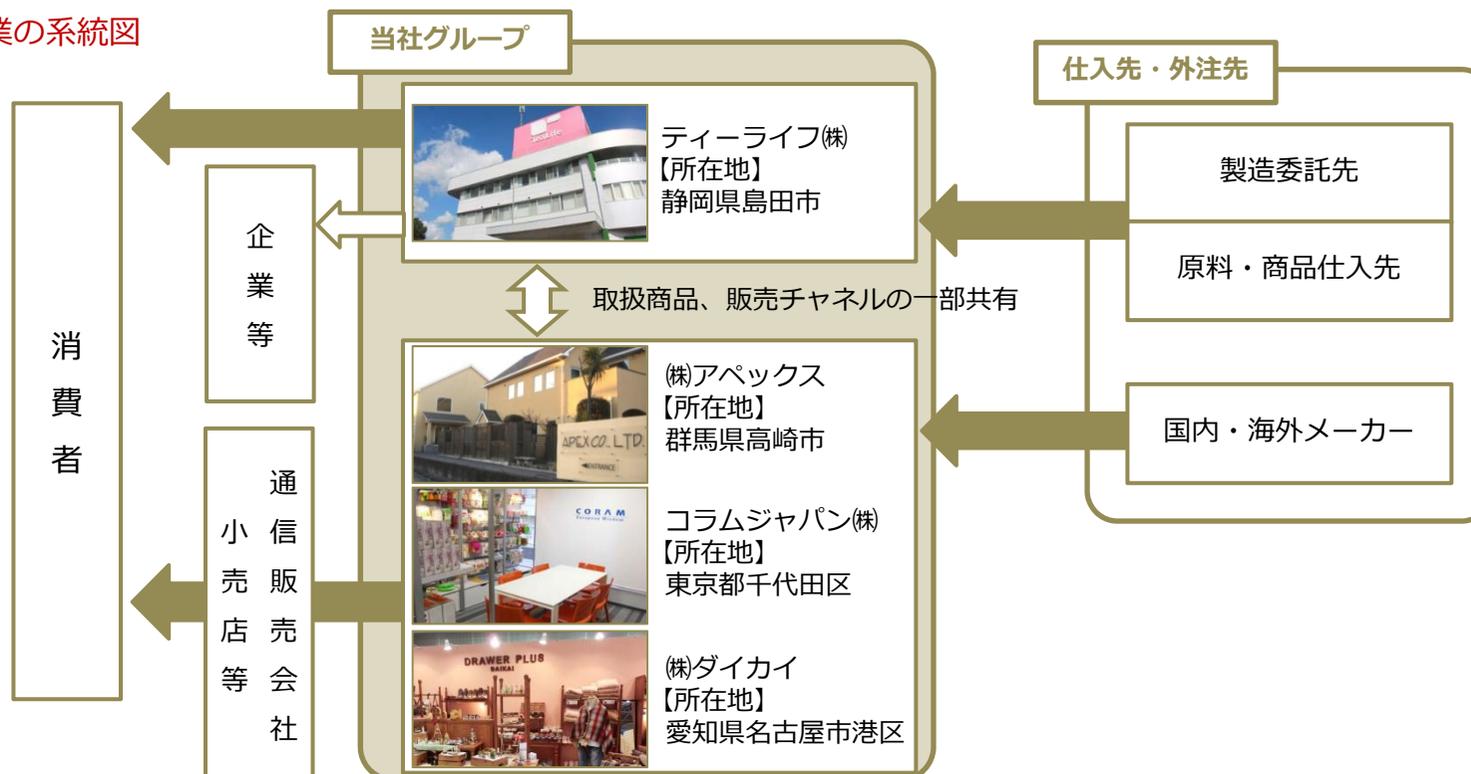
<http://www.tealifeir.com/>

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 株式会社ダイカイ
その他	不動産賃貸事業：物流センターとして取得した建物の一部を企業等へ賃貸	ティーライフ株式会社

◆事業の系統図



平成28年7月期第2四半期 連結損益計算書



(単位：百万円)

	H27/7月期 第2四半期 実績	構成比	H28/7月期 第2四半期 実績	構成比	対H27/7月期第2四半期	
					増減	増減率
売上高	3,396	100.0%	3,572	100.0%	176	5.2%
売上原価	1,335	39.3%	1,320	37.0%	△14	△1.1%
売上総利益	2,061	60.7%	2,251	63.0%	190	9.3%
販売費及び一般管理費	1,957	57.6%	2,064	57.8%	106	5.5%
営業利益	104	3.1%	187	5.3%	83	80.5%
経常利益	111	3.3%	195	5.5%	84	75.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	62	1.8%	179	5.0%	116	185.6%

【売上高】 ・小売事業において新規顧客開拓が好調に推移しました。
 ・安定した売上の基礎となる定期会員数が増加しました。
 (定期会員は継続的な購入をお約束いただき定期的に商品をお届けするお客様のことです。)

【営業利益】 自社製造商品の売上構成比の上昇、主力商品の価格改定などにより売上原価率が減少しました。

平成28年7月期第2四半期 小売事業の概況

(単位：百万円)

	H27/7月期 第2四半期 実績	H28/7月期 第2四半期 実績	対H27/7月期第2四半期	
			増減	増減率
売上高	2,267	2,469	202	8.9%
セグメント利益	117	151	33	28.7%

【売上高】

- ・新規顧客開拓が好調に推移しました。
- ・新規顧客に対し、定期お届けの利用促進を実施し、定期会員数が約10万人に達しました。定期会員になっていただくことで年間のお買上げ金額がアップしました。
- ・主力商品での新規開拓が好調に進み「メタボメ茶」の売上が伸長しました。
- ・自社オンラインショップにおいて、季節イベントの開催とメールマガジンの配信を組み合わせることで売り場の活性化を図りました。
- ・大手オンラインモールにおいて、「レイボスティー」を重点的に拡販することにより、成長を続けるネット市場での集客に加え、モール内でのカテゴリーシェアを拡大しました。

【セグメント利益】

- ・自社製造商品の売上構成比が上がり、利益面に貢献しました。

平成28年7月期第2四半期 卸売事業の概況



(単位：百万円)

	H27/7月期 第2四半期 実績	H28/7月期 第2四半期 実績	対H27/7月期第2四半期	
			増減	増減率
売上高	1,128	1,080	△48	△4.3%
セグメント利益 (損失)	△15	14	30	-

【売上高】

- ・テレビ、雑誌等を活用し、北欧寝具「Danfill（ダンフィル）」、キッチン雑貨「moha（モハ）」等、取り扱いブランドの認知度向上に注力しました。
- ・防寒グッズを中心とした秋冬商材の早期訴求や、インテリア雑貨「コポーシリーズ」の拡充に取り組んでまいりました。
- ・展示会への出展により新たな販売チャネルの拡大に努めました。
- ・シニア層向け衣料の展開や化粧品の開発に取り組み、新たな分野の開拓を進めました。
- ・暖冬傾向により防寒グッズや寝具等の秋冬商品が伸び悩みました。

【セグメント利益】

- ・円安や生産国での人件費高騰に対応するため、主要商品の一部を価格改定し、利益の確保を図りました。
- ・荷造運賃等の販売費及び一般管理費の低減を進めました。

平成28年7月期 通期連結業績予想



(単位：百万円)

	【連結】 H27/7月期 実績	構成比	【連結】 H28/7月期 計画	構成比	増減	増減率
売上高	6,814	100.0%	7,306	100.0%	492	7.2%
営業利益	350	5.1%	527	7.2%	176	50.4%
経常利益	363	5.3%	524	7.2%	161	44.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	185	2.7%	367	5.0%	182	98.7%
配当金	27円		28円 (予定)			

※平成27年12月4日に公表いたしました通期の連結業績予想に変更はありません。

1. 定期会員の継続率の向上

(定期会員は継続的な購入をお約束いただき定期的に商品をお届けするお客様のことです。)

お客様との絆をより強くするため、コールセンターを活用したアフターフォローのお電話、商品の開発ストーリーや利用者の声をまとめた情報誌の配布などコミュニケーションの充実に取り組みます。さらに、季節商品や話題性のある商品をご案内することで併せ買いを促し、お買上げ単価の向上を図ります。

2. ネット通販への注力

楽天、アマゾンなど大手オンラインモールへの出品を強化するとともに、新規出店にも取り組みます。さらに、海外向け販売チャネルとしてネット通販での海外販売を推進します。

3. 独自性のある新商品の開発

3月にお茶の成分に着目したエイジングケア化粧品「トリフタシリーズ」を発売いたします。アクティブシニアに対応した商品の開発を中心に、ニッチ市場でシェアNO.1となれる差別化された商品の開発・育成を推進します。



オリジナル緑茶エキス配合
「トリフタシリーズ」

4. 販売チャネルの拡大

卸売事業において、新たな仕入先や商材の開拓を行い、新商品の開発に取り組むとともに、販売先との共同企画商品や化粧品の開発など新たな分野の開拓を図ります。また、販路拡大のため、展示会への出展に注力します。

5. グループ全体の物流業務の効率化

平成28年1月より一部卸売事業の商品の出荷を開始いたしました。

物流センターの生産性向上に取り組み、物流コストの抑制や今後のグループの事業拡大への対応を推進します。

【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
T E L (0547) 46-3459
U R L <http://www.tealifeir.com/>