



2019年7月期第2四半期 決算補足説明資料

証券コード：3172

2019年3月4日(月)

ティーライフ株式会社

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

当社について



名称：ティーライフ株式会社（証券コード：3172）
本社所在地：静岡県島田市
資本金：356百万円
設立：1983年8月
事業内容：小売事業（健康茶、健康食品、化粧品等の通信販売）
卸売事業（健康茶、寝具、雑貨等の卸売）
プロパティ事業（物流センターを活用した不動産賃貸等）
上場証券取引所：東京証券取引所市場第一部

沿革

1983年8月：会社設立（通信販売とティーバッグ加工）

1998年：ダイエットプーアール茶販売開始

2012年3月：大阪証券取引所（現東京証券取引所）JASDAQ市場上場

2012年11月：株式会社アペックス子会社化

2013年11月：コラムジャパン株式会社子会社化

2014年7月：東京証券取引所市場第二部市場変更

2014年8月：株式会社ダイカイ子会社化

2015年8月：物流センター稼働

2016年10月：東京証券取引所市場第一部に指定

2018年8月：株式会社Lifeit（ライフイット）子会社化

事業紹介

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)
【所在地】
静岡県島田市

健康茶・化粧品を通じて
健康とキレイのお手伝い



2018.8月グループ化
(株)Lifeit (ライフイット)
【所在地】東京都目黒区

NEW!!

お客様のライフステージに
合わせた商品をご提案



2017.3月設立
提來福股份有限公司
【所在地】台湾台北市

2018.11月設立
特萊芙(上海)貿易有限公司
【所在地】中国上海市

NEW!!

健康茶を通じて
健康づくりのお手伝い



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



2012.11月グループ化
(株)アペックス
【所在地】群馬県高崎市

寝具を通じて
健康づくりのお手伝い



2014.8月グループ化
(株)ダイカイ
【所在地】愛知県名古屋市港区

かわいいフィギュアを中心に
癒しの空間を演出



プロパティ事業

：倉庫・通販物流センター機能の外販

※当社は、報告セグメント「不動産賃貸事業」において、賃貸以外への事業範囲の拡大を進めており、同事業の資産を活用した物流業務の請負等を開始しております。これに伴い、第1四半期連結会計期間より、報告セグメントの名称を「プロパティ事業」に変更いたしました。

2019年7月期第2四半期の決算概要

2019年7月期第2四半期 連結決算概要



(単位：百万円)

	2018/7月期 第2四半期 実績	構成比	2019/7月期 第2四半期 実績	構成比	前年同四半期比	
					増減	増減率
売上高	3,773	100.0%	4,505	100.0%	731	19.4%
売上原価	1,341	35.5%	1,889	41.9%	547	40.8%
売上総利益	2,432	64.5%	2,616	58.1%	183	7.6%
販売費及び一般管理費	2,286	60.6%	2,435	54.0%	148	6.5%
営業利益	146	3.9%	181	4.0%	35	24.0%
経常利益	151	4.0%	185	4.1%	34	22.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	225	6.0%	117	2.6%	△107	△47.7%

【売上高】 2018年8月1日付で、株式会社Lifeitを完全子会社化したこと、また、卸売事業の好調により、売上高は前年同四半期比で増加しました。

【利益】 物流業務の内製化や他社の受託を進める等、袋井センターの有効活用及び物流コストのコントロール可能な体制整備を進めたことにより、営業利益、経常利益は前年同四半期比で増益となりました。
また、前年同四半期は当社による子会社の吸収合併に伴い、同社から引き継いだ税務上の繰越欠損金にかかる繰延税金資産の計上により税金負担が一時的に低かったため、当第2四半期連結累計期間の税金負担が前年同四半期に比べて増加したことにより、親会社株主に帰属する四半期純利益は減少いたしました。

2019年7月期第2四半期小売事業の概況

(単位：百万円)

	2018/7月期 第2四半期 実績	2019/7月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減	増減率
売上高	2,691	3,041	350	13.0%
セグメント利益	84	△34	△119	-



【売上高】

- 既存の主力商品の健康茶や健康食品の他、第3類医薬品「ティアホワイト」、基礎化粧品「tea tea (ティアティア)」を中心に展開するとともに、新商品のオールインワンシャンプー「hugm (ハグム) ナチュラルシャンプー」の拡販を進め、新規顧客獲得、定期会員の確保に注力いたしました。
- 新たにdショッピングへ出店し、ECの拡大及び認知度向上を推進いたしました。
- 海外市場において、台湾を中心としたアジア圏でインターネットサイトやSNS等に広告投下し、販路拡大に取り組むとともに、現地取材でのお客様との交流やお誕生月特典による販促の実施によりリピート率の向上に注力いたしました。
- 2018年8月1日付で子会社化した株式会社Lifeitでは、ベビーグッズ等子育て関連やガーデン用品等の専門性の高いECサイトを展開し、各店舗毎の品揃え拡充により集客力の強化を図るとともに、グループ内においてノウハウを共有し、シナジー向上に努めました。

【セグメント利益】

台湾を中心としたアジア圏での新規顧客の開拓など、将来の成長に向けた先行投資を行ったことにより、セグメント利益は前年同期比減となりました。

(単位：百万円)

	2018/7月期 第2四半期 実績	2019/7月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減	増減率
売上高	1,048	1,365	317	30.3%
セグメント利益	38	129	90	237.4%



【売上高】

- ・主力となる北欧寝具ブランド「Danfill（ダンフィル）」に加え、高麗人参エキスを配合したサプリメント「J's kami高麗」や「熟成発酵濃縮黒にんにくゼリー」をテレビショッピングを中心に積極展開したほか、独自のあたたか素材を使用した衣類「Le bois（ルボア）」、キャラクター雑貨「コポー」の他、ギフト用セットや取引先のニーズに合わせたOEM商品の拡販を進めた結果、売上高は伸長いたしました。

【セグメント利益】

売上高の伸長に加え、低原価率の商品の販売が伸長したこと等により、セグメント利益は前年同期比増加いたしました。

2019年7月期第2四半期 プロパティ事業の概況

	2018/7月期 第2四半期 実績	2019/7月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減	増減率
売上高	34	98	63	185.5%
セグメント利益	30	84	54	178.3%



【売上高・セグメント利益】

- ・ 賃貸エリアの拡大及び物流業務の受託等により、売上高が増加いたしました。

海外展開について

2017年3月に台湾に現地法人を設立したことに続き、2018年11月には上海に現地法人を設立いたしました。海外での拠点を中心に販路を拡大し、売上高の伸長を目指してまいります。また、越境ECなどの手法も活用し、他のアジア圏へも市場を拡大してまいります。

※売上高、セグメント利益については、小売事業の実績に含む。



2019年7月期の連結業績予想

単年度	2018/7月期 実績	構成比	2019/7月期 計画	構成比	増減	増減率	主な要因
売上高	7,289	100.0%	8,571	100.0%	1,281	17.6%	賃貸、海外売上を拡大。 M&Aした(株)Lifeitが連結対象に。
営業利益	458	6.3%	369	4.3%	△89	△19.4%	顧客基盤を固めるため、 積極的な広告費の投下。
経常利益	470	6.5%	352	4.1%	△118	△25.1%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	423	5.8%	257	3.0%	△165	△39.1%	

配当金	中間	17円	10円 (予定)
	期末	17円	10円 (予定)
	合計	34円	20円 (予定)

当社は、株主様への利益還元を経営の重要な課題と位置づけており、企業体質の強化及び今後の事業拡大のための内部留保の充実を勘案しつつ、配当性向30%を目標に、毎期安定配当を継続していくことを基本方針としております。* 予想配当性向 33.0%

3ヶ年期計画	2019/7月期 計画	2020/7月期 計画	増減率	2021/7月期 計画	増減率
売上高	8,571	8,897	3.8%	9,516	6.9%
営業利益	369	422	14.4%	489	15.9%
経常利益	352	413	17.6%	481	16.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	257	292	13.5%	331	13.4%

2019年7月期

今後の主な施策

「ウェルネス&ライフサポート事業」にシナジーを見込めるM&Aを積極的に展開
2018年8月1日付に子会社化した株式会社Lifeitとのさらなるシナジー創出



事業シナジー
の創出

Lifeit

I. 通販ノウハウの提供

- ・ データ分析・顧客基盤
- ・ 商品開発・調達
- ・ 紙媒体での集客

II. プラットフォームの提供

- ・ 商品出荷・配送
- ・ お客様対応
- ・ 情報システム

III. TLグループ商品の提案

I. 販売スキルの提供

- 商品提案力
- ショップ運営
- 専門店の立ち上げ ※高級茶ブランドなど

II. さらなる収益力の向上

- 売上・利益貢献

III. 新たな商品ラインの提案

さらにグループでの事業効率の改善を推進し、
グループ利益の拡大に努めてまいります。

「特定市場でのシェアNO.1商品やオンリーワン商品の開発・育成」

戦略商品開発の強化・育成

機能性・医薬品アイテムを計画的に投入し、新規開拓も可能なオリジナル商品を開発する

●ピントー番 ゴールド ●ルイボスワイン



機能性表示食品 D194

[届出表示]本品には、ビルベリー由来アントシアニンが含まれます。ビルベリー由来アントシアニンには目のピント調節機能をサポートし、目の疲労感を軽減する機能が報告されています。



その他、メタボ対策医薬品、ヘアケア医薬品、腸内環境ケア機能性食品など、商品化を進めてまいります。

「海外市場へ注力し、次世代の事業の柱を育成する」

- ① **台湾事業での利益創出**
→ **台湾事業を海外展開の軸とする**
- ② **中国を次の海外の柱として成長させる**
→ **2018年11月、上海に現地法人設立**
中国での事業拠点とする
- ③ **地域別での利益管理 & PDCA**
→ **国別の利益管理を行い、**
判断基準の明確化とPDCAを早める

【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
コーポレート本部 コーポレート部
T E L (0547) 46-3459
U R L <http://www.tealifeir.com/>