



平成31年 3月22日

各 位

上場会社名 株式会社タカキュー  
代表者 代表取締役社長 大森 尚昭  
(コード番号 8166)  
問合せ先 常務取締役管理本部長 林 宏夫  
(TEL 03-5248-4100)

**構造改革への取り組みを踏まえた、たな卸資産評価損および  
特別損失の計上ならびに通期業績予想の修正に関するお知らせ**

当社は、平成31年2月期におきまして、たな卸資産評価損および特別損失を計上する見込みとなりましたのでお知らせいたします。それに伴い、平成30年12月27日に公表いたしました平成31年2月期(通期)個別業績予想数値の修正をいたしますので、併せてお知らせいたします。

記

1. 構造改革への取り組みを踏まえた損失計上について

当社は、平成30年2月期を初年度とする中期経営計画を策定し、既存事業の再構築と新たな市場への挑戦を実行してまいりました。しかしながら、消費環境の変化やスーツ市場の縮小、当初想定していた出店計画の未達等により、中期経営計画との乖離が発生しております。

このような状況下において、リアル店舗の出店による売上拡大を前提とした成長戦略を抜本的に見直し、デジタルテクノロジーを活用した事業構造への転換を図り、強靱な財務基盤と安定的かつ継続的な収益構造の改革に取り組みます。

抜本的な構造改革を実施するにあたり平成31年2月期決算にて以下を計上いたします。

(1) たな卸資産評価損の計上について

近年、消費者の嗜好の多様化や商品のライフサイクルの短期化が顕著になるなか、商品政策の失敗に伴うたな卸資産の増加による陳腐化リスクの存在やたな卸資産回転率が著しく低下していると判断し、今後の商品政策も踏まえ、たな卸資産評価プロセスの抜本的な見直しを行うことといたしました。それに伴い、たな卸資産評価損 817 百万円を売上原価として計上いたします。

(2) 特別損失の計上について

当社が保有する固定資産について、現在の事業環境および今後の業績の見通し等を勘案し将来の回収可能性について厳格に再検討した結果、固定資産の減損損失を500百万円計上いたします。また、不採算等の理由から取締役会で退店を決定した19店舗について、退店に係る見積費用118百万円を特別損失として計上いたします。

上記の合計618百万円につきましては、平成31年2月期決算において、減損損失として特別損失に計上いたします。

## 2. 業績予想の修正について

(1)平成31年2月期(通期)個別業績予想数値の修正(平成30年3月1日～平成31年2月28日)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	百万円 24,900	百万円 △750	百万円 △500	百万円 △550	円銭 △22.57
今回修正予想(B)	24,900	△1,650	△1,400	△2,000	△82.08
増減額(B)－(A)	－	△900	△900	△1,450	
増減率(%)	－	－	－	－	
(ご参考)前期実績 (平成30年2月期)	26,134	65	304	51	2.12

### (2)修正の理由

「1-(1)たな卸資産評価損の計上について」および「1-(2)特別損失の計上について」の実施に伴う影響により、営業利益、経常利益、当期純利益は前回予想数値を下回る見込みです。

## 3. 構造改革の概要について

### (1)構造改革の基本方針

当社は、2019年度を新たな成長に向けて戦略実行を加速する1年と位置づけ、目指す姿を「ファッション専門店をコアとしたライフスタイル提案企業“はたらくヒトを応援する服”」と定義し、高品質で高付加価値な商品を適正価格で提供する事業展開を実現いたします。

市場環境や顧客ニーズの構造変化に対応しつつ、日本全国にリアル店舗を展開し、高付加価値の商品と接客を提供できるアナログ面の強みをより強化する改革を実施するとともに、デジタルテクノロジーへの積極的な投資を実行し、デジタルテクノロジーの進化による新たな顧客ニーズに対応していくことが構造改革の課題と認識しており、この観点から、以下重点施策により構造改革を早期に実現し、ステークホルダーへの価値創出を実現いたします。

### (2)構造改革の重点施策

#### ① MDプロセス改革・PB戦略の刷新

- ・MDと生産のプラットフォームにおいて、基幹オペレーションの可視化・標準化により企画・生産・ディストリビューションの精度向上と最適化を実現
- ・通勤スタイルのカジュアル化に対応したビジ・カジスタイルをメンズ・レディース共にトータルで提案(「THE 3rd WARDROBE～はたらくヒトを応援する服」を提唱)
- ・シニア世代向けPBを刷新(サイズスペック、機能、テイスト、プライスライン等)
- ・店舗フォーマットの刷新・細分化による店舗特性に応じた品揃えの実現

#### ② EC売上の拡大加速

- ・市場の特性に合わせたEC限定商品を開発
- ・デジタル販促の強化
- ・事業拡大に向けた組織体制・物流体制の強化

#### ③ デジタルトランスフォーメーションの推進

- ・個客の行動や商品特性データを活用し、「個客」マーケティングによる固定客化の推進
- ・自社アプリの機能強化による送客やデジタル販促の強化
- ・EC拡大を支えるデジタル投資の加速

#### ④ 業務効率化・コスト圧縮

- ・RFID導入による物流の効率化・省力化
- ・RPA導入拡大による本社業務の自動化・省力化の拡大
- ・本部組織の更なるスリム化・更なるコスト圧縮

#### ⑤ 新たな成長戦略の企画・実行

- ・イオングループとのさらなる連携強化

以 上

(注) 本資料に掲載されております事項は、発表時点における当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではありません。

これらの将来展望に関する表明には、様々なリスクや不確実性が内在しており、前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。世界経済・競合状況・気候変動・為替の変動等に係るリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と異なる可能性があることをご承知おき下さい。