



2020年7月期 決算補足説明資料

証券コード : 3172

2020年9月4日(金)

ティーライフ株式会社

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

期首業績予想に対し、

▶ 大幅に増収増益を達成

(8月27日に通期連結業績予想を修正)

▶ 過去最高の
連結売上高100億円超え

1. 2020年7月期決算

2020年7月期 連結決算概要



(単位：百万円)

	2019年7月期 実績	構成比	2020年7月期 実績	構成比	前年同期比	
					増減	増減率
売上高	9,286	100.0%	10,577	100.0%	1,291	13.9%
売上原価	4,084	44.0%	5,217	49.3%	1,133	27.8%
売上総利益	5,202	56.0%	5,359	50.7%	157	3.0%
販売費及び一般管理費	4,861	52.4%	4,863	46.0%	2	0.0%
営業利益	340	3.7%	496	4.7%	155	45.7%
経常利益	355	3.8%	525	5.0%	170	47.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	242	2.6%	420	4.0%	178	73.8%



▶ 売上高

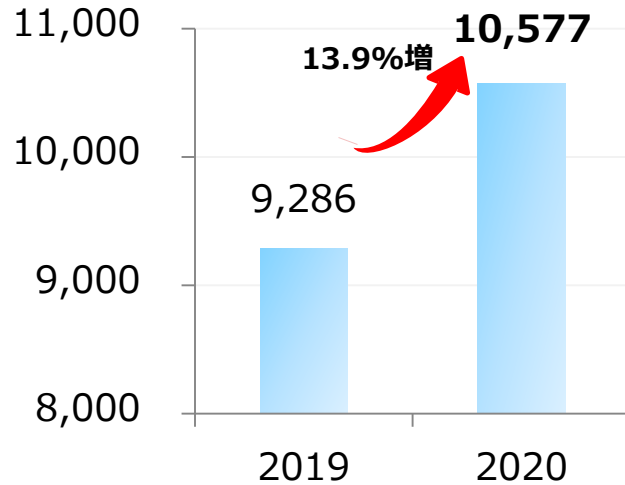
(小売・卸売)

- ・ E Cモールでの巣ごもり需要を捉える
- ・ テレビショッピングでのサプリメント販売が大きく伸長
(プロパティ)
- ・ 新規取得した掛川センターの有効活用及び収益化

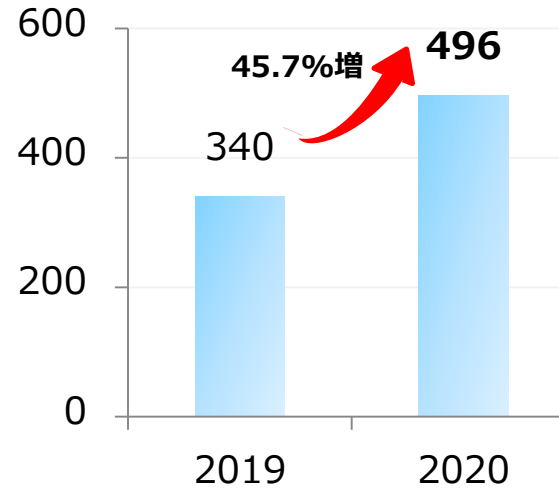
▶ 利益面

- ・ 新規顧客開拓を目的とした広告宣伝費の運用見直し
- ・ グループ内での出荷機能の集約による物流コストの圧縮

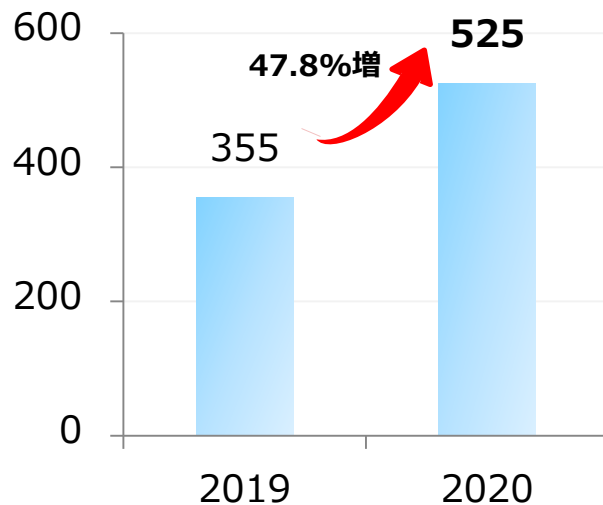
【売上高】



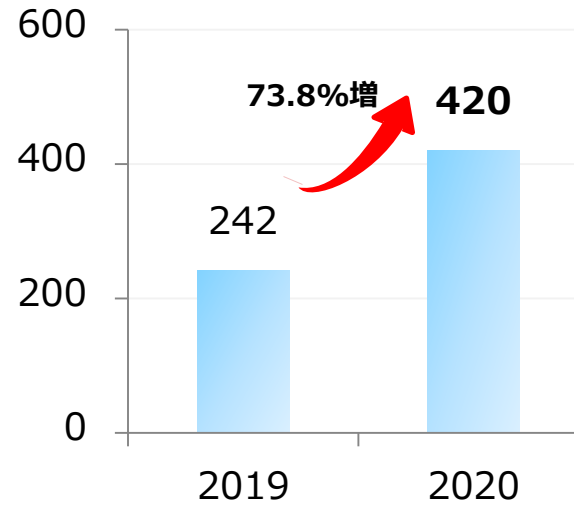
【営業利益】



【経常利益】

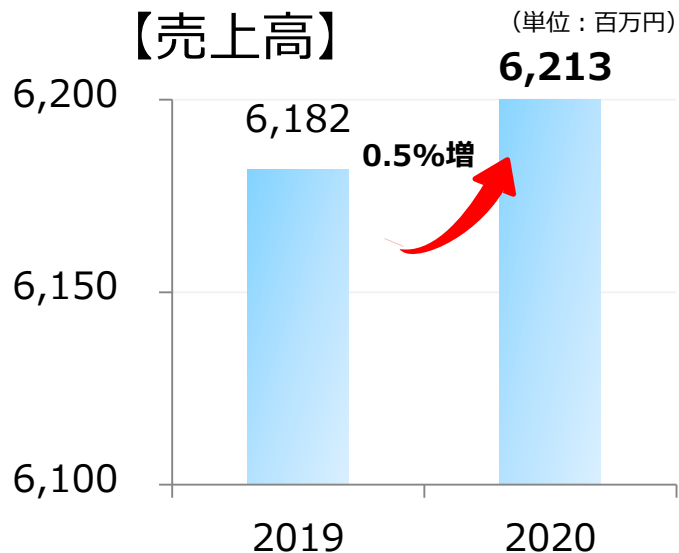


【親会社株主に帰属する当期純利益】



2.セグメント別業績

2020年7月期 小売事業の概況



【通信販売】

- ・ 機能性表示食品の開発、医薬品の通信販売事業の譲受
- ・ オールインワンシャンプー「h u g m (ハグム)」を拡販
- ・ 広告費運用等の見直し

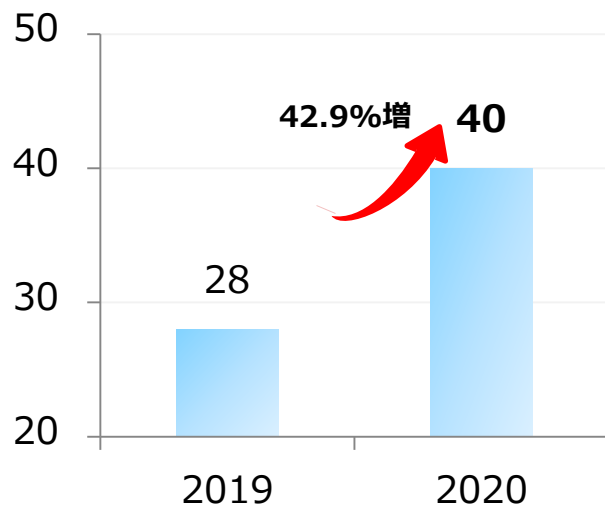


機能性表示食品
メタボメ青汁スッキリーナ
(2020年2月～販売開始)



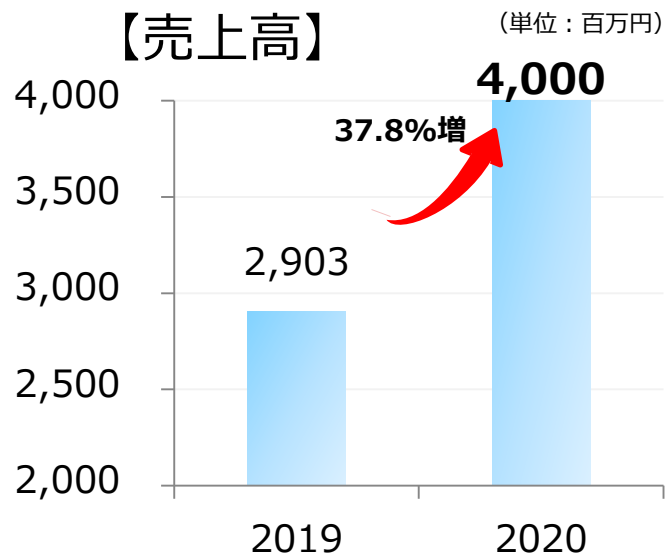
h u g m (ハグム)

【セグメント利益】



【ECモール】

- ・ グループ間で販売ノウハウを共有
- ・ イベント時の販売力強化、広告運用の効率化
- ・ コロナ禍に対応した商品提案、販促の実施



- コロナ禍での在宅率上昇によりテレビショッピングを中心にヘルスケア商品の販売が大幅に伸長

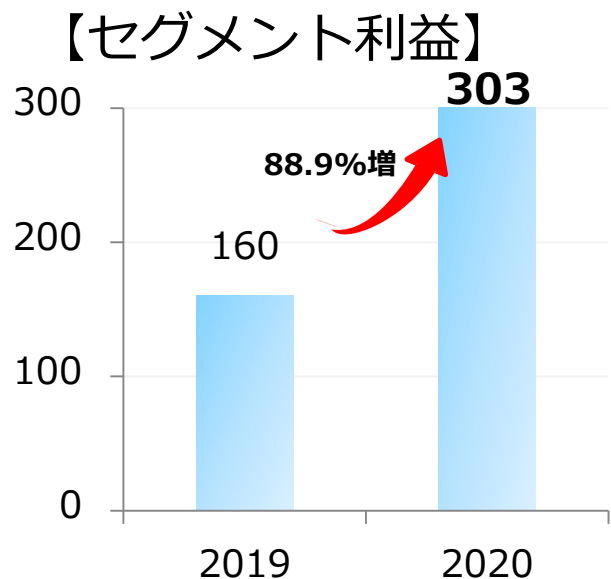
売上が伸長したヘルスケア商品



J's Kami高麗
(ジェイズカミコウライ)



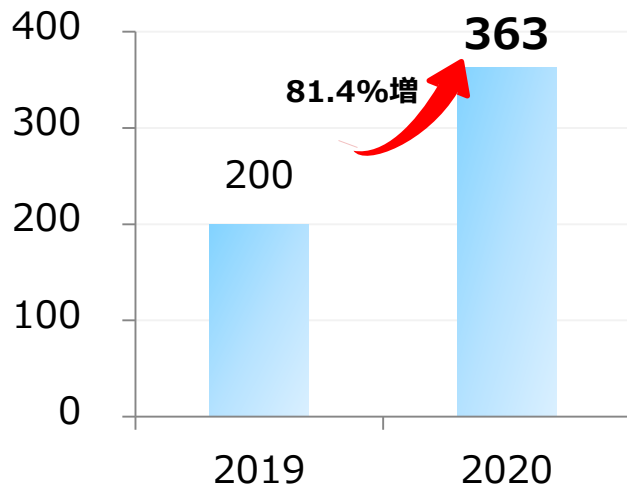
熟成発酵濃縮黒にんにくゼリー



- 株式会社ダイカイの出荷場を掛川センターに移転し、物流コストの圧縮を実現

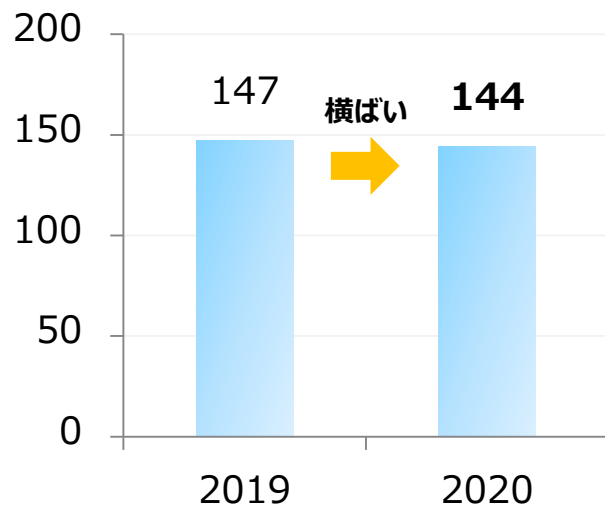
【売上高】

(単位：百万円)



- 他社の出荷業務請負の売上拡大
- 新規取得した掛川センターの賃貸先開拓
- 出荷業務に係る人件費の増加及び各センターの修繕費を計上

【セグメント利益】



自社出荷も行っている
袋井センター



9月より営業を開始した
掛川センター

3. 2021年7月期業績予想

単年度

(単位：百万円)

	2020年7月期 実績	構成比	2021年7月期 計画	構成比	増減	増減率
売上高	10,577	100.0%	9,906	100.0%	▲671	▲6.3%
営業利益	496	4.7%	530	5.4%	33	6.8%
経常利益	525	5.0%	530	5.4%	4	0.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	420	4.0%	368	3.7%	▲51	▲12.4%

▶ 今期は売上成長から利益重視にシフト

- ・ コロナ禍が消費に与える影響は長期化すると想定
- ・ ローコストオペレーションを徹底し、筋肉質な経営を目指す
- 広告宣伝費の運用見直し
- 3PL事業の収益化、グループ間のシステム統合

配当予想

		2020年7月期 実績	2021年7月期 計画
配当金	中間	10円	15円 (予定)
	期末	20円	15円 (予定)
	合計	30円	30円 (予定)
配当性向		30.3%	34.6% (予定)

■配当方針
 当社グループは、株主への利益還元を
 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%を目途に、
 毎期安定した配当を継続していくことを
 基本方針としております。

中期経営計画

(単位：百万円)

	2021年7月期 計画	2022年7月期 計画	増減率	2023年7月期 計画	増減率
売上高	9,906	10,398	5.0%	11,229	8.0%
営業利益	530	619	16.9%	766	23.7%
経常利益	530	615	16.0%	761	23.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	368	427	15.8%	529	23.9%

4. 今後の主な施策

デジタルシフトの推進

コロナ禍で大きく変化した消費者のライフスタイルに対応するため、One to One コミュニケーション、ライブコマース、キャッシュレス決済など、広告媒体や販促ツールのデジタルシフトを進めていきます。

新規事業のウィッグ販売では**独自のバーチャルフィッティングアプリ**の導入により、**新たな購買体験**を提供することによって、顧客満足度の向上を目指します。



ウィッグ販売用のバーチャルフィッティングアプリ

1. 戦略的な商品の開発育成

戦略商品の品揃え拡充と商品育成を進めるとともに、8月より新発売となった「体脂肪が気になる方のプーアール茶 ヘルシーボ」を最注力商品として、販売強化を行い、更なる顧客開拓の拡大につなげます。



最注力の
「ヘルシーボ」

2. 新規事業（ウィッグ事業）の確立

ブランド認知の拡大、販売網拡大のための主要都市への新規出店に加え、既存事業のインフラ及びデジタル技術を活用した販売を進めていきます。医療用ウィッグ・小顔ウィッグ・おしゃれウィッグ等、ラインナップの拡充を進めながら、店舗とECで同時に展開し、ウィッグ事業の拡大に注力してまいります。

K◇GA◇



小顔効果が狙える
「ナチュウィッグKOGAO」

3. プロパティ事業の拡大

自社出荷業務で蓄積したノウハウを活用し、新たに他社の出荷業務を請負うなど、物流機能の外販や3PL事業の拡大を推進し、袋井・掛川の自社物流拠点を最大限に活用していきます。



掛川センター

4. 海外市場への販路開拓

越境ECでの販売を加速させ、主に中国での事業基盤の構築を進めます。また、パートナー企業との取り組みを進め、BtoBでの販売を強化していきます。



Tmall Global

【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 <https://www.tealifeir.com/>