



2021年7月期第2四半期 決算補足説明資料

証券コード：3172

2021年3月5日(金)

ティーライフ株式会社

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

- ▶ **売上高：前年同期比10.5%増**
- ▶ **営業利益：前年同期比78.2%増**
- ▶ **経常利益：前年同期比64.7%増**
- ▶ **四半期純利益：前年同期比73.5%増**

連結売上高、利益面ともに過去最高

1. 2021年7月期第2四半期決算

連結決算概要



(単位：百万円)

	2020年7月期 第2四半期 実績	構成比	2021年7月期 第2四半期 実績	構成比	前年同期比	
					増減	増減率
売上高	5,079	100.0%	5,612	100.0%	533	10.5%
売上原価	2,437	48.0%	2,930	52.2%	493	20.2%
売上総利益	2,641	52.0%	2,682	47.8%	40	1.5%
販売費及び一般管理費	2,384	46.9%	2,222	39.6%	△161	△6.8%
営業利益	257	5.1%	459	8.2%	201	78.2%
経常利益	284	5.6%	468	8.4%	184	64.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	222	4.4%	385	6.9%	163	73.5%

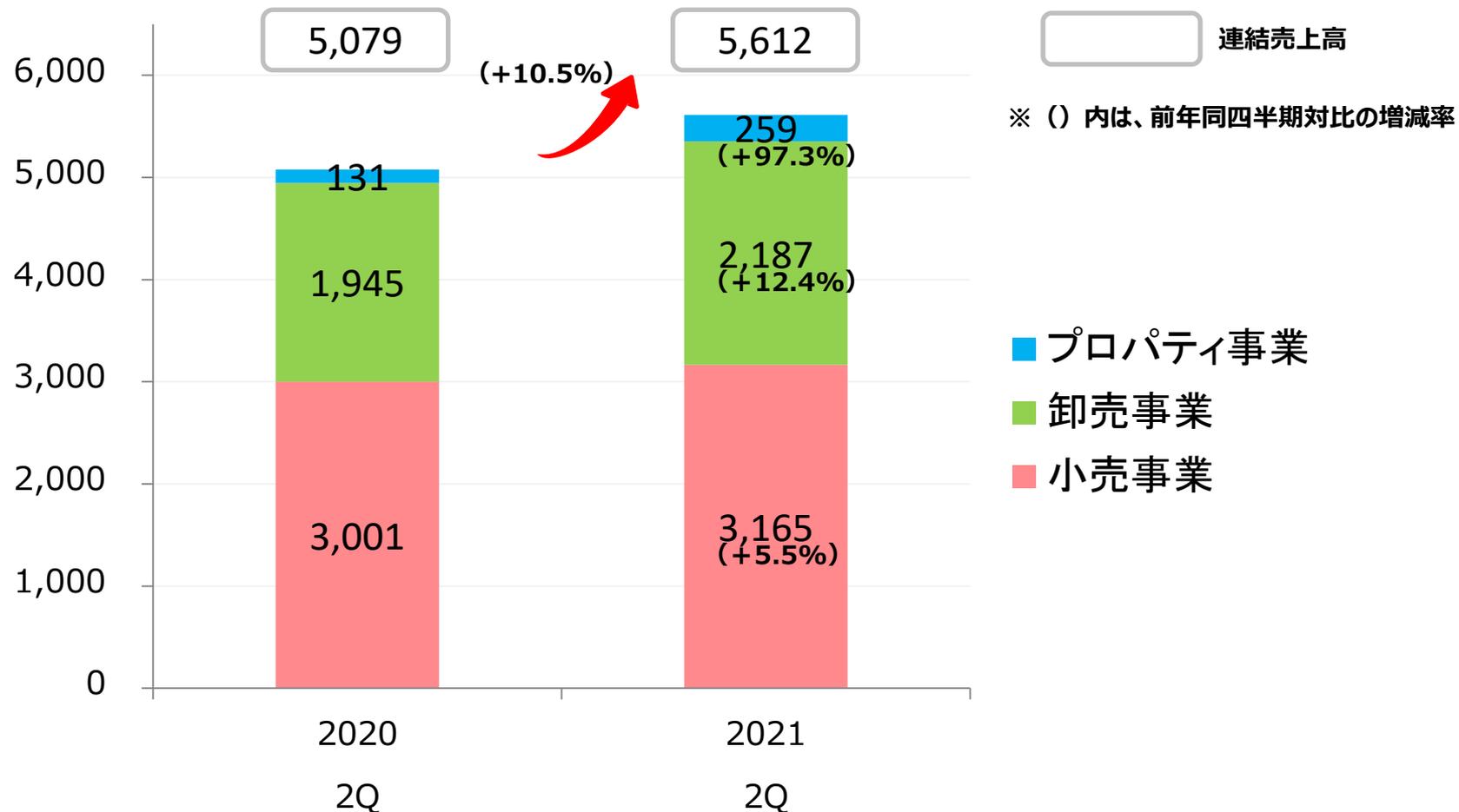
【売上高】：全ての事業セグメントで増収。特にプロパティ事業は大幅に増収。

【利益】：増収、小売事業の販売費及び一般管理費が計画を下回ったことにより増益。

2.セグメント別業績

セグメント別売上高の推移

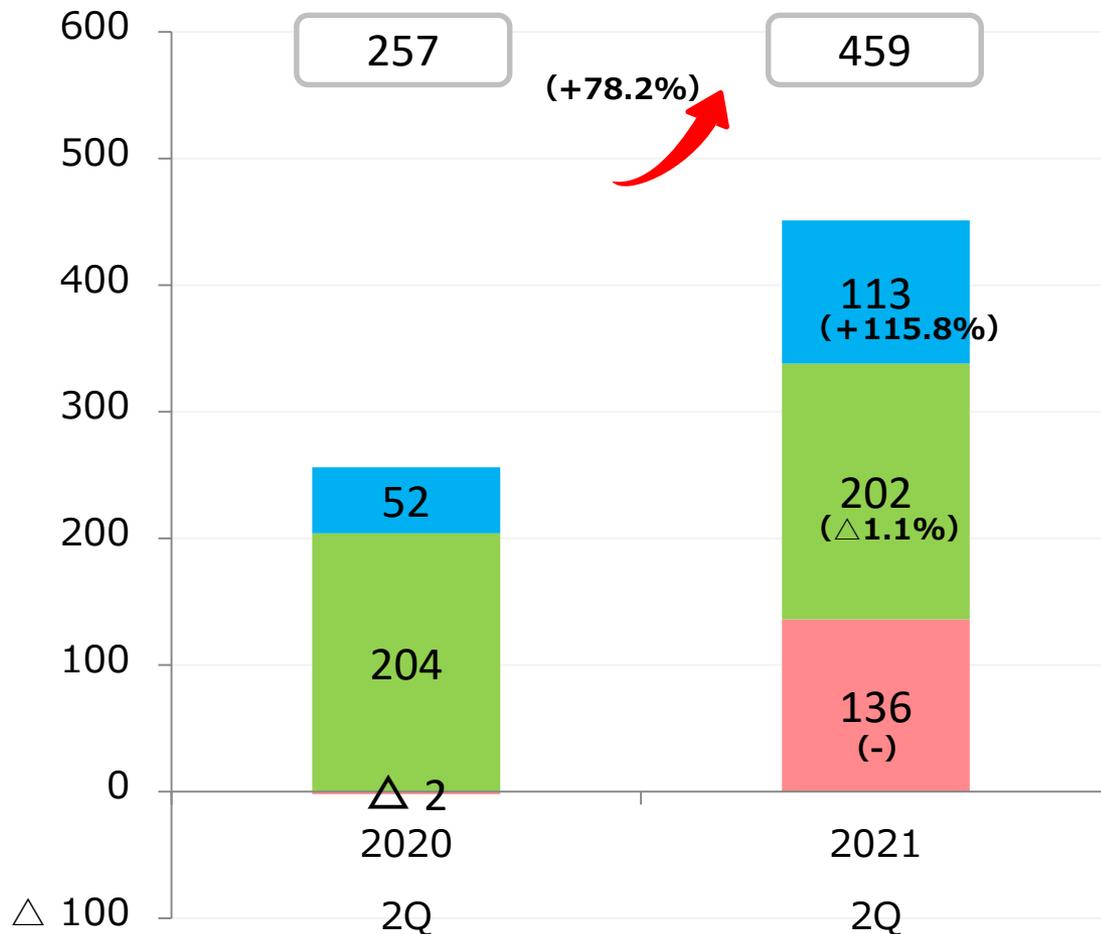
(単位：百万円)



- ・小売事業：巣ごもり消費に即した品揃えや販売を強化、またデジタルシフトの推進により増収。
- ・卸売事業：コロナ禍で需要が拡大しているTVショッピングでサプリメント・化粧品の売上拡大により増収。
- ・プロパティ事業：物流センターにおける賃貸稼働率の維持向上、他社出荷業務の受託量の拡大により増収。

セグメント利益の推移

(単位：百万円)



連結営業利益
※ () 内は、前年同四半期対比の増減率

■ プロパティ事業
■ 卸売事業
■ 小売事業

- ・小売事業：カタログ配布の効率化等の費用対効果の改善によるコスト低減を進め増益。
- ・卸売事業：コロナ禍における時短営業等の影響による実店舗販売での苦戦により微減。
- ・プロパティ事業：人員配置の最適化等により増益。

3. 2021年7月期業績予想

本日（3月5日）通期連結業績予想及び配当予想を修正

（単位：百万円）

	2020年7月期 通期	2021年7月期 通期予想		増減率	
	実績	修正前	修正後	対修正前	対前年同期
売上高	10,577	9,906	11,029	+11.3%	+4.3%
営業利益	496	530	700	+32.1%	+41.1%
経常利益	525	530	709	+33.9%	+34.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	420	368	560	+52.0%	+33.2%



		2020年7月期 通期	2021年7月期 通期予想	
		実績	修正前	修正後
配当金	中間	10円	15円	20円
	期末	20円	15円	24円
	合計	30円	30円	44円

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お客様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推進。

また、オンライン接客やSNSによる情報発信を強化していくため、本社内に撮影スタジオを設置。



オンライン接客のイメージ

今後の主な施策（セグメント別）

小売事業

YouTubeやInstagram等のSNSを活用した
オンライン配信をおこない、プロモーション力を強化。
ニーズが高まるネット通販での販売を更に拡大していく。



2020年8月発売開始の機能性表示食品
「体脂肪が気になる方のプーアール茶
ヘルシーボ」

2021年2月にリニューアルした
「hugm（ハグム）ナチュラルシャンプー」

今後の主な施策（セグメント別）

小売事業

新茶や母の日、お中元シーズンに向けたWEB独自の企画やオンラインイベント等も企画。



新茶の予約販売の実施



母の日用の特別セットを展開

今後の主な施策（セグメント別）

小売事業

入学式シーズンに向けたランドセルの予約販売や、
コロナ禍で高まるペット人気に対応した商品アイテムの拡大。



キッズ家具・雑貨の通販サイト
「こどもと暮らし」



オフを愉しむインテリアショップ
「uminecco (ウミネッコ)」

今後の主な施策（セグメント別）

小売事業（ウィッグ販売）

オンライン接客の品質向上



KOGAO
自然なツヤとボリューム感を再現！手軽に若々しい小顔印象をつくれる部分ウィッグ

STYLE
髪悩みに応じて選べるオーダーメイド部分ウィッグ。あなたに似合う自然なスタイルをご提案します

MEDIC
新しい医療用フルウィッグの選び方。フィッティングアプリで自分らしいオーダーメイドフルウィッグを。



Natu Wig
静岡で誕生したウィッグブランド

確かな品質と価格設定。

小売事業（海外展開）

Tmall Globalでの販売強化



Tealife 海外旗舰店

¥10 券11.00可用 2021.03.01-2021.03.31

¥40 券41.00可用 2021.03.01-2021.03.31

素颜美女爱喝的美
0咖啡因 0卡路里 美容



Tealife

Drink Tea Enjoy Life

品牌优势
ブランドの強み

源于日本 日本输入

日本受欢迎美容健... 自然

TVCM等も活用し、
ブランド認知の浸透を図る。

今後の主な施策（セグメント別）

卸売事業

好調が続く、TVショッピング向けの販売を強化。
利益率の高い商品の販売に注力。

2020年6月、12月テレビショッピング売上
ワールドレコードを2回連続で更新!

高濃縮 高濃度 高麗人参サプリ

J's kami 高麗

天から降った命の根

名産地として名高い韓国ファンギ産の高麗人参を6年かけてじっくり育て、蒸して乾燥を繰り返して作る「紅参6年根」は高麗人参の最高峰。韓国歴代皇帝も愛用した逸品とされています。そんな貴重な高麗人参を原料に作ったのがこの「J's Kami 高麗」です。圧倒的なサポニン含有量を実感してください。

約2000年前の中国の薬学書にも、その名が記載されている高麗人参。名産地のファンギ産だけを使用。

高濃縮60倍

紅参から低温でじっくりと抽出した一割増しエキスのみを限定使用。他の高麗人参から抽出して約10倍もの高濃縮を実現しました。

驚きの含有量

高麗人参の特有のサポニン(ジエンサイド)を1カプセルあたり31mg含有しています。



1日あたり1〜2粒目安

カプセル以外は高濃度紅参エキス100%粒状カプセルなので高麗人参の味が苦手な方でも、無理なくお召し上がりいただけます。



メガヒットを記録した
「J's Kami高麗（ジェイズカミコウライ）」

栄養バランスにも注目して作られた
「熟成発酵濃縮黒にんにくゼリー」

今後の主な施策（セグメント別）

卸売事業（実店舗販売向け）

長引くステイホームとテレワークの増加に対応した
リラックス&サポートアイテムを中心に販売を推進。
主力であるコポーシリーズの10周年記念アイテムを発売。



テレワークを快適にする
リラックスアイテム



コポー10周年記念アイテム

今後の主な施策（セグメント別）

プロパティ事業

不動産賃貸、3PLの更なる営業拡大（通販ニーズに対応）
グループシナジーの創出



**3PL事業の拡大
（袋井センター）**



**遊休地の有効活用
（掛川センター）**

【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/>