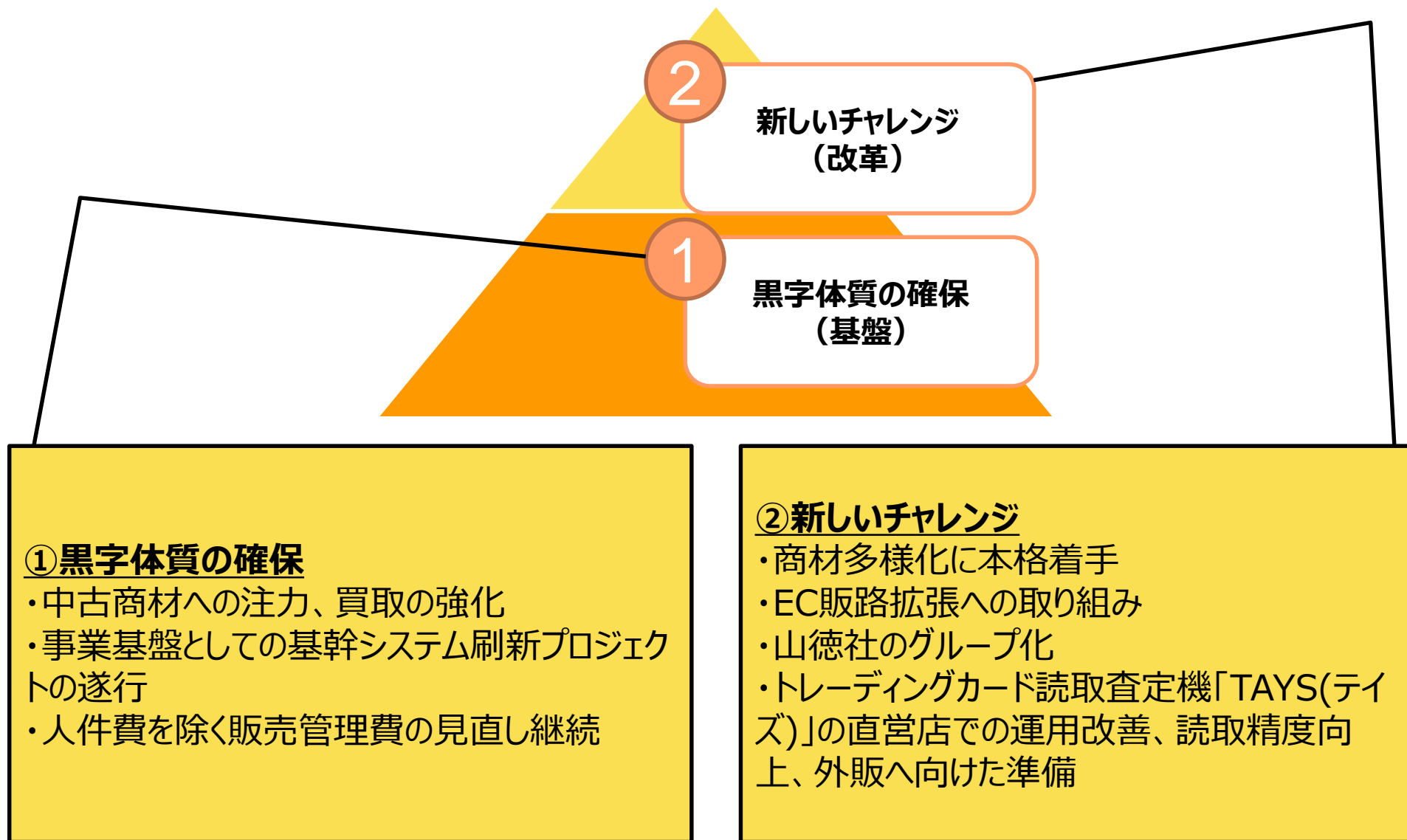


2021年4月19日

株式会社テイツー2021年2月期決算説明会資料

内容	ページ数
1. 2021年2月期の振り返り・主な取り組み	P.3
2. 2021年2月期決算の概要	P.9
3. 2021年度テイツーグループ成長戦略	P.15
4. ふるいちプロジェクト	P.28
5. 2022年2月期の業績予想	P.32
6. 参考資料	P.34

1. 2021年2月期の振り返り・主な取り組み



2021年2月期 主要商材別全社販売状況

(単位：百万円)

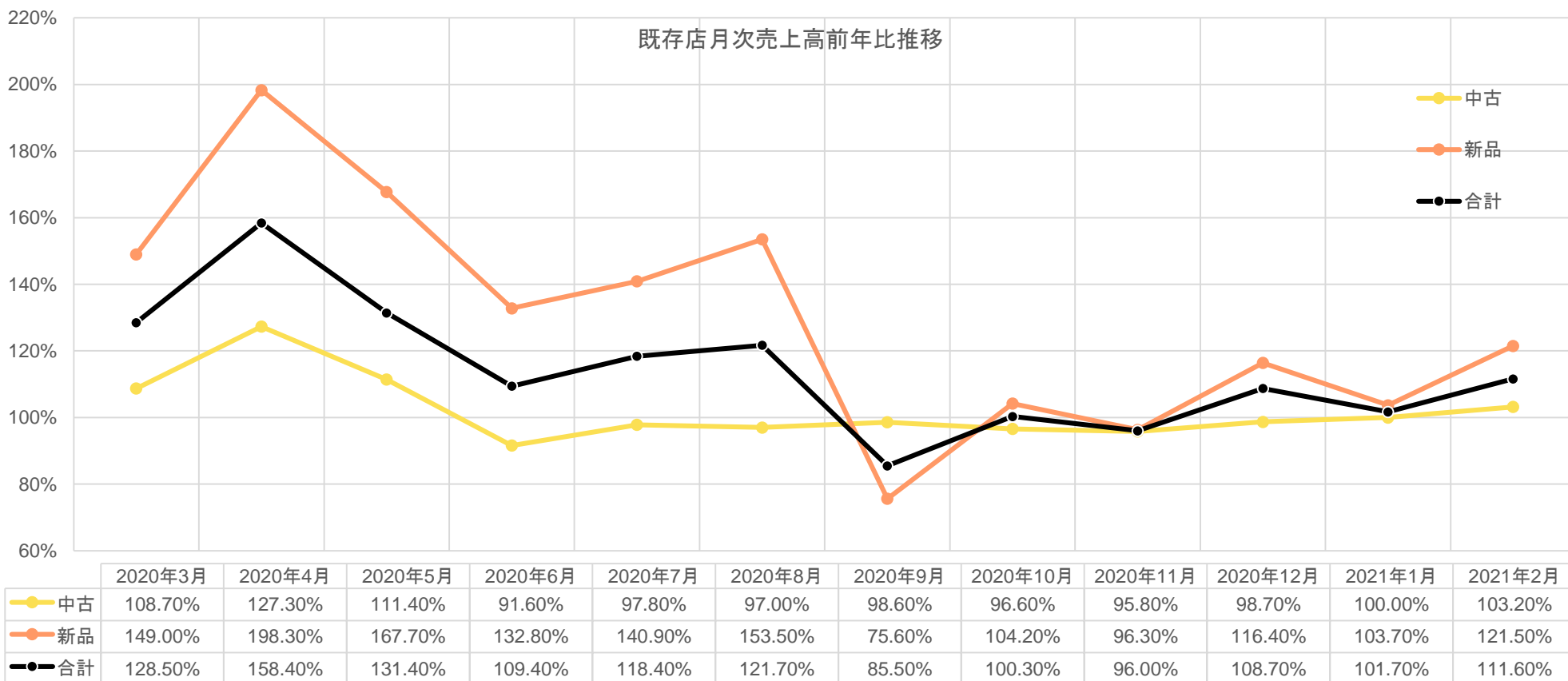
	売上高			構成比		前年比	
	2020年2月期	2021年2月期		2020年2月期	2021年2月期	2020年2月期	2021年2月期
古本	3,286	3,437	↑	15.6%	14.4%	101.7%	104.6%
中古ゲーム	4,733	4,978	↑	22.4%	20.8%	98.2%	105.2%
中古トレカ	1,344	1,386	↑	6.4%	5.8%	102.9%	103.1%
中古計	10,608	10,914	↑	50.2%	45.7%	100.5%	102.9%
新品ゲーム	6,179	8,275	↑	29.3%	34.6%	81.6%	133.9%
新品トレカ	2,484	2,756	↑	11.8%	11.5%	111.8%	110.9%
新品計	10,508	12,979	↑	49.8%	54.3%	89.7%	123.5%
販売品合計	21,116	23,893	↑	-	-	94.8%	113.1%

※テイツー単体での比較です

- ✓ 巣ごもり需要の影響により、新品ゲーム、中古ゲーム、古本の各分類の売上が伸長しました
- ✓ トレカ商材は、新型コロナウイルス感染症の流行に伴うデュエルスペースの閉鎖の影響を受けたものの、6月以降回復し、中古と新品とも前年を上回って着地しました
- ✓ 中古商材と新品商材を含めた販売品合計は新品ゲームが大幅に伸びたことなどにより113.1%と増加し、同合計の売上総利益は前年比で114.8%を確保しました

2021年2月期 既存店月次売上高前年比推移

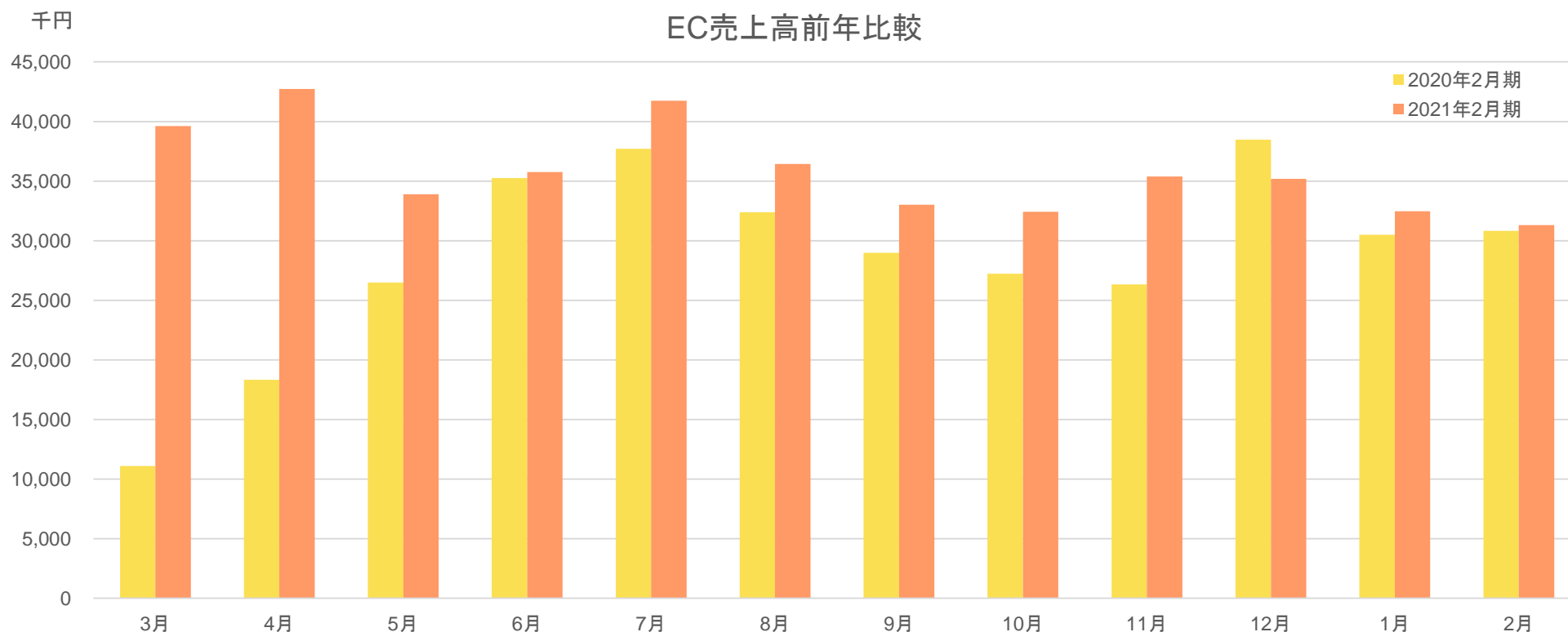
- ✓ 上期は3月から5月にかけて巣ごもり需要で売上の伸長が顕著であり、6月以降はその需要も一服しました
- ✓ 9月からは「Go To トラベル事業」の影響もあり、上期とは違ってかわって前年比100%を維持するかどうかの攻防でした
- ✓ 4Qに入ってから「緊急事態宣言」の影響による内向きの需要増の影響もあり、対前年比では3Qに比べて伸長しました



※本グラフは月次速報値の数値を基にグラフ化したもので決算修正を反映したものではありません

店舗商材のECでの売上推移 ～テイツー単体での状況～

- ✓ ピッキングシステムの再構築を行い、出荷オペレーションを簡素化しました
- ✓ 古本自社出荷比率を引き上げ、支払手数料の削減を行いました
- ✓ 売買価格コントロールにより、粗利率が改善しました
- ✓ 古本在庫管理システムを構築し、セット本の出品数を大幅増加させました
- ✓ 関西物流倉庫の新設、関東物流倉庫の拡張を行いました
- ✓ 売上高は約4.3億円で前期比約25%増、営業利益は前期の約2倍となりました



山徳社のグループ化 ～今後の展望も含めて～



2021年2月期の最も大きなトピックスは、山徳（石川県金沢市）の株式を取得してグループ化したことです。グループとしての相乗効果を発揮するために、様々なプロジェクトを進行させてきましたが、今後山徳の企画/マーケティング力を活用し、「グループECサイト」を構築することで最大限の相乗効果を発揮していきます。

■ 山徳等子会社の業績

連結子会社の山徳及び着物インターナショナルの業績は、売上高、営業利益、経常利益及び当期純利益のいずれの指標においても過去最高を記録し、グループの決算に大きく貢献しました。

■ プロジェクト

次の各プロジェクトについては、「グループECサイト」構築の過程でそれぞれ検討していきます。

- ・商材共有化
- ・古本市場店舗情報サイトリニューアル
- ・テイツー取扱商材の宅配買取



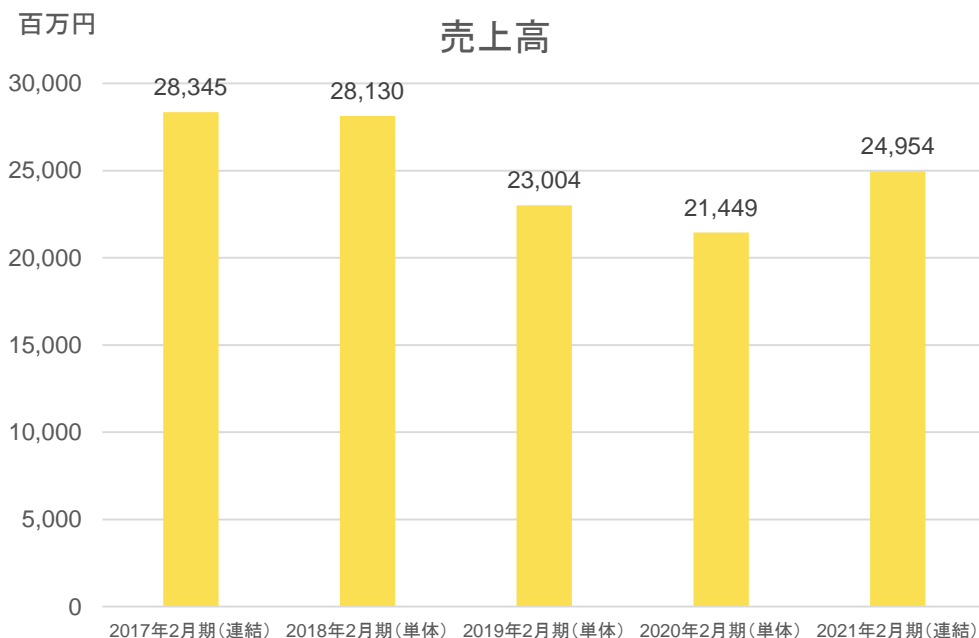
■ 人材交流

山徳代表取締役社長岩瀬氏を当社取締役候補者とする他、適材適所の配置、一層の業務連携、人材育成他目的に沿った人材交流を今後本格化します。

2. 2021年2月期決算の概要

2021年2月期損益とその推移① ～売上高～

(単位：百万円)	2017年2月期 (連結)	2018年2月期 (単体)	2019年2月期 (単体)	2020年2月期 (単体)	2021年2月期 (連結)
売上高	28,345	28,130	23,004	21,449	24,953
売上総利益	7,493	6,748	6,329	6,263	7,738
販管費	7,961	6,921	6,125	6,003	6,807
営業利益	△467	△173	202	260	929
経常利益	△451	△171	201	270	934
当期純利益	△1,104	△644	108	178	703

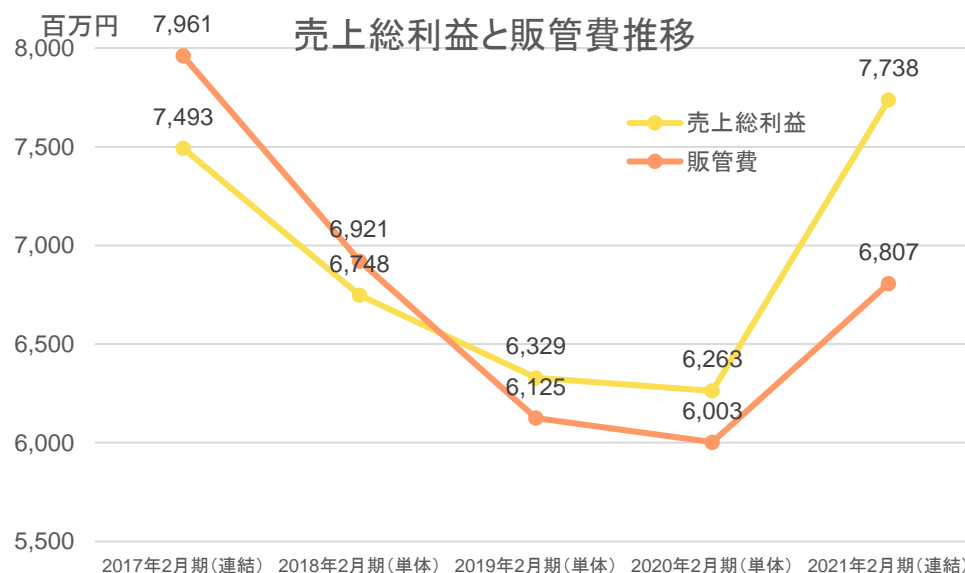


- ✓ 2021年2月期上期の売上高は、巣ごもり需要により古本、ゲームを中心に売り上げが大きく伸長しました
- ✓ また、山徳社をグループ化したことにより、売上高がかさ上げされました
- ✓ 結果として、2010年2月期（連結）以来11年ぶりに増収で着地しました

2021年2月期損益とその推移② ～売上総利益と販売管理費～

(単位：百万円)	2017年2月期 (連結)	2018年2月期 (単体)	2019年2月期 (単体)	2020年2月期 (単体)	2021年2月期 (連結)
売上高	28,345	28,130	23,004	21,449	24,953
売上総利益	7,493	6,748	6,329	6,263	7,738
販管費	7,961	6,921	6,125	6,003	6,807
営業利益	△467	△173	202	260	929
経常利益	△451	△171	201	270	934
当期純利益	△1,104	△644	108	178	703

- ✓ 単体での販管費6,269百万円は2020年2月期までの経費削減最優先の方針とは異なり、新規出店投資当期費用、空調・LED等店舗設備投資当期費用、EC物流構築費用等将来の収益化投資が含まれております
- ✓ 単体での販管費にはその他に、コロナ対策費用や決算賞与支給等の増加要因がありましたが、前年に対して約4%増にとどめました
- ✓ 連結の販管費には山徳をグループ化したことに伴う同社の販管費が連結決算として計上されております

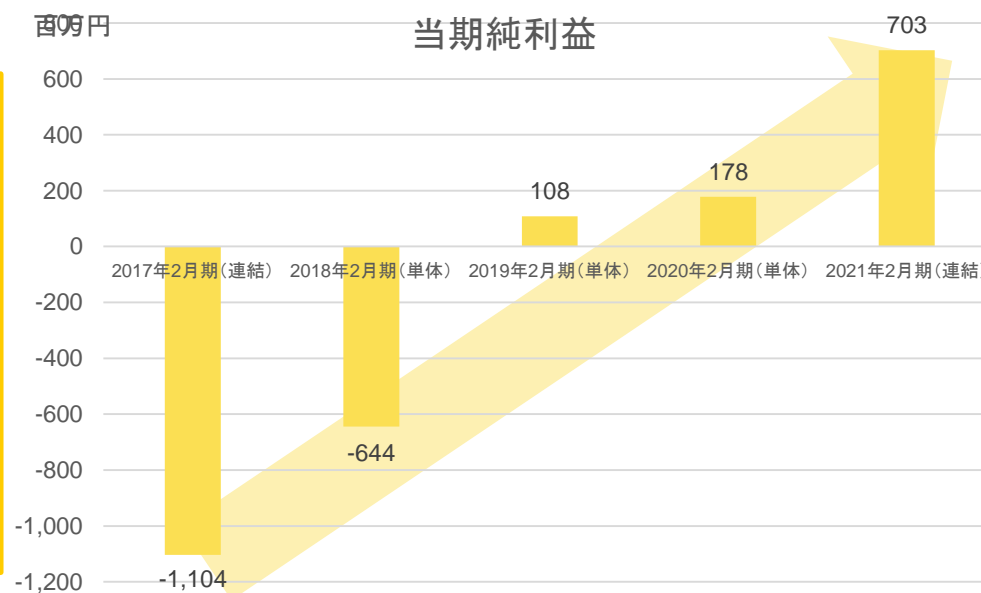


2017年2月期(連結) 2018年2月期(単体) 2019年2月期(単体) 2020年2月期(単体) 2021年2月期(連結)

2021年2月期損益とその推移③ ～当期純利益～

(単位：百万円)	2017年2月期 (連結)	2018年2月期 (単体)	2019年2月期 (単体)	2020年2月期 (単体)	2021年2月期 (連結)
売上高	28,345	28,130	23,004	21,449	24,953
売上総利益	7,493	6,748	6,329	6,263	7,738
販管費	7,961	6,921	6,125	6,003	6,807
営業利益	△467	△173	202	260	929
経常利益	△451	△171	201	270	934
当期純利益	△1,104	△644	108	178	703

- ✓ 売上伸長による粗利増の結果当期純利益は前年比4倍弱と大幅に伸びました
- ✓ 分配可能額のマイナス解消が完了し、復配に向けた準備は整いつつあります。自己株式取得も含めて検討してまいります
- ✓ この決算が寄与して自己資本比率も前期末に比べて大きく上昇しました



2021年2月期貸借対照表

貸借対照表 (単位：百万円)	2020年2月末(単体)		2021年2月末(連結)			主な増減要因
	金額	構成比	金額	構成比	前期末増減	
資産合計	6,855	100.0%	8,243	100.0%	1,388	
流動資産	4,921	71.8%	5,695	69.1%	774	(流動資産)
現預金	1,489	21.7%	2,044	24.8%	555	・現預金/売掛金の増加
売掛金	271	4.0%	396	4.8%	125	
商品	2,854	41.6%	2,907	35.3%	53	
その他	306	4.5%	348	4.2%	42	
固定資産	1,933	28.2%	2,548	30.9%	615	(固定資産)
有形固定資産	541	7.9%	704	8.5%	163	・有形/無形固定資産の増加
無形固定資産	129	1.9%	365	4.4%	236	・子会社株式取得によるのれんの増加
投資その他の資産	1,262	18.4%	1,479	18.0%	217	
負債合計	4,526	66.0%	4,667	56.7%	141	
流動負債	2,407	35.1%	2,533	30.7%	126	(流動負債)
買掛金	419	6.1%	467	5.7%	48	・1年内返済予定の長期借入金の減少
短期借入金	15	0.2%	0	0%	△15	
1年内長期借入金	1,211	17.7%	592	7.2%	△619	
その他	762	11.1%	1,473	17.9%	711	
固定負債	2,118	30.9%	2,134	25.9%	16	(固定負債)
長期借入金	1,106	16.1%	1,274	15.5%	168	・長期借入金の増加
その他	1,012	14.8%	860	10.4%	△152	
純資産合計	2,328	34.0%	3,575	43.4%	1,248	(株主資本)
株主資本	2,330	34.0%	3,502	42.5%	1,172	・税金等調整前当期純利益計上による増加
新株予約権	5	0.1%	0	0%	△5	
その他	△6	△0.1%	74	0.9%	80	

2021年2月期キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2019年2月期 (単体)	2020年2月期 (単体)	2021年2月期 (連結)
営業キャッシュ・フロー	443	1,062	1,218
投資キャッシュ・フロー	23	△286	△440
財務キャッシュ・フロー	△567	△584	△223
現金及び現金同等物の増減額	△101	192	554
現金及び現金同等物	1,213	1,405	1,960

■ 営業キャッシュ・フロー

- ✓ 税金等調整前当期純利益、減価償却費、ポイント値引引当金の増加等の結果資金が増加

■ 投資キャッシュ・フロー

- ✓ 子会社株式の取得、有形・無形固定資産の取得による支出等の結果資金が減少

■ 財務キャッシュ・フロー

- ✓ 株式の発行による収入、長期借入金の返済による支出、自己株式の取得による支出等の結果資金が減少

3. 2021年度テイツーグループ成長戦略

グループビジョンの制定

リユース(再利用)を事業の中核に位置付け、リアル店舗網に加えECで出店エリア外の地域をカバーしつつ事業展開し、販路を海外にも拡大することを推進する。また、リユースを通じて社会貢献を果たし、グループ経営理念の「満足を創る」を実現する。

グループビジョン：リユースで地域と世界をつなぐ



グループビジョン目指して経営方針として注力する事項

グループビジョン実現に向けて、主として次の点を経営方針として力を注ぎます。

(1) リユースを拡大する

積極的にリユースの取扱商材を広げていきます。

(2) E C領域に注力する

E Cを活用することで、これまでアプローチできていなかった地域にも事業展開していきます。

(3) 経営基盤を強化する

グループビジョン実現のために人材への投資を行い、事業・財務・業務領域を意図して変革していきます。



成長戦略3つの事業領域

経営方針に沿って、当社の現在の事業領域を次の3つの領域と識別し、それぞれに経営資源を配分します。

リユースEC領域



■ 具体的に取り組む事項

- ・機能・サービス向上
- ・新たな商材本格参入
- ・マーケティング向上

リユース店舗領域



- ・EC販路構築
- ・商材多様化
- ・「ふるいち」出店加速

リユースBtoB領域

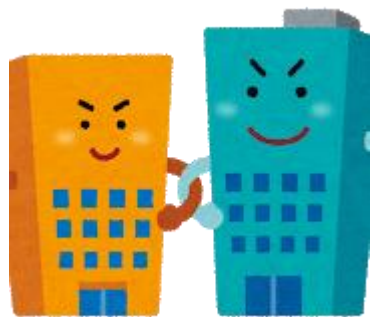


- ・TAYS読取精度向上
- ・システム構築
- ・外販準備

成長戦略としてのM&A

当社の属するリユース事業あるいはエンタメ事業の周辺領域で、ECを中心に事業展開している会社やリアル店舗でも当社の展開地域外で事業展開している会社で、当社と組むことにより相乗効果を発揮できる会社と積極的に連携対話を行っていきます。また、当社の3つの事業領域において、あるいは各事業領域の周辺領域において、何らかの形で当該事業に資する事業体があればM&Aも事業領域拡大の手段の一つとして積極的に活用します。

M&A

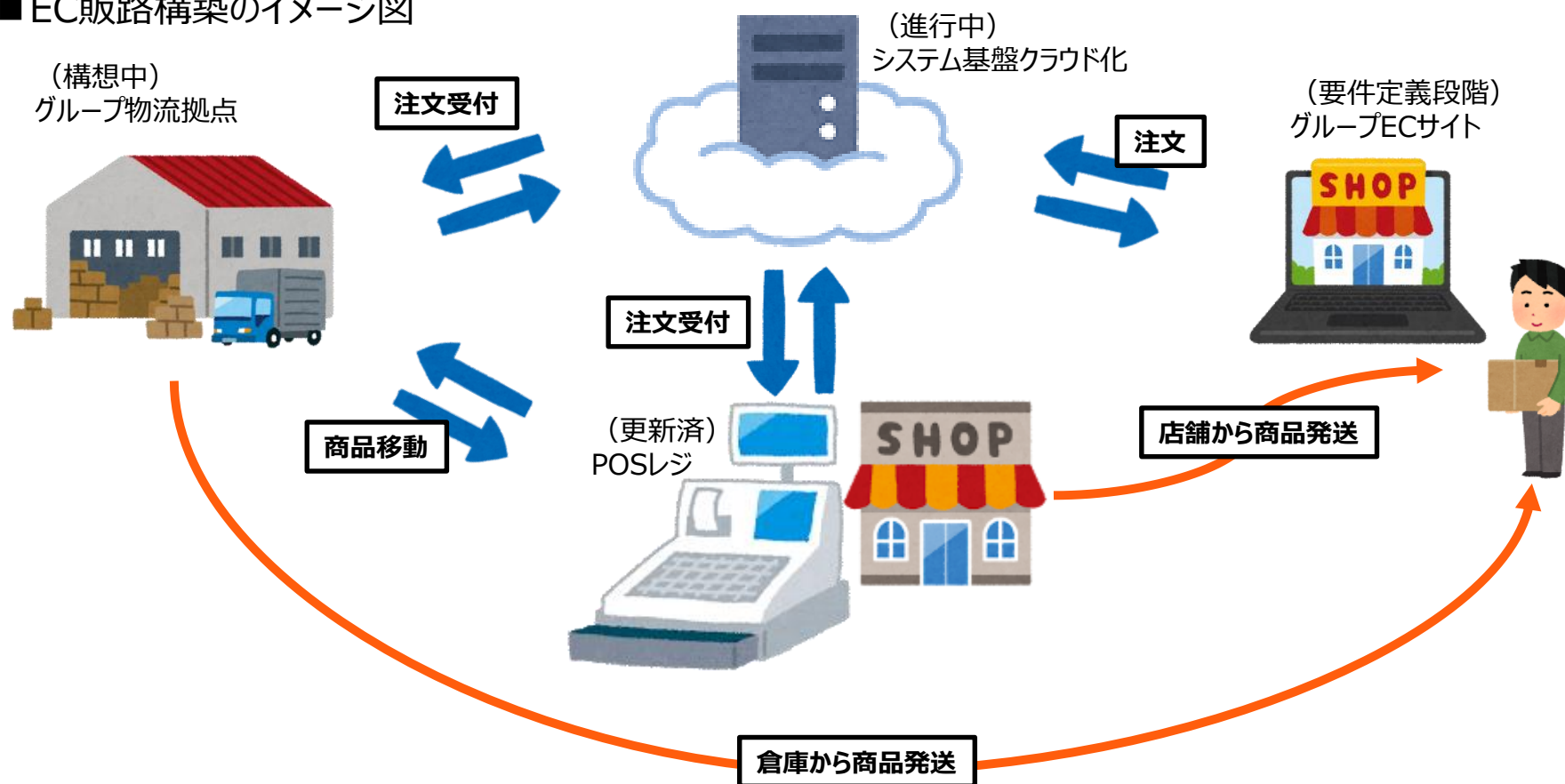


- ✓ M&Aポリシー① ⇒ M&Aの対象会社は、当社取扱商材と親和性の高い領域でECを主戦場に事業展開している会社
- ✓ M&Aポリシー② ⇒ M&Aの対象会社は、当社取扱商材と親和性の高い領域でリアル店舗を当社展開地域外で事業展開している会社
- ✓ M&Aポリシー③ ⇒ M&A金額は10億円程度までの規模
- ✓ M&Aポリシー④ ⇒ 100%株式取得
- ✓ M&Aポリシー補足 ⇒ 案件により、100%株式取得にこだわらず、資本提携、業務提携など多様な手段で外部連携を検討します

【成長戦略】 リユース店舗領域 ～基幹システム刷新からグループECサイト構築へ～

2021年9月を目途として、基幹システムの刷新を完了させます。システム基盤をクラウド化することによって、他の各種システムとの結合が容易になるため、店舗商材をECで販売する等の事業の展開可能性が広がり、その展開の方策の一つとして「グループECサイト」構築を計画しています。

■ EC販路構築のイメージ図



【成長戦略】 リユース店舗領域 ～取扱商材の多様化～

前期より進めてきた取扱商材多様化をさらに推し進めて、これまでに本格導入したモバイル商材に加えて、古着、ブランド品、アウトドア用品、楽器、金券、お酒等にも本腰を入れて取り扱いを開始していきます。これら商材を取り扱う古本市場店舗を順次増やしていきます。



【成長戦略】 リユース店舗領域 ～「ふるいち」店舗の出店加速～

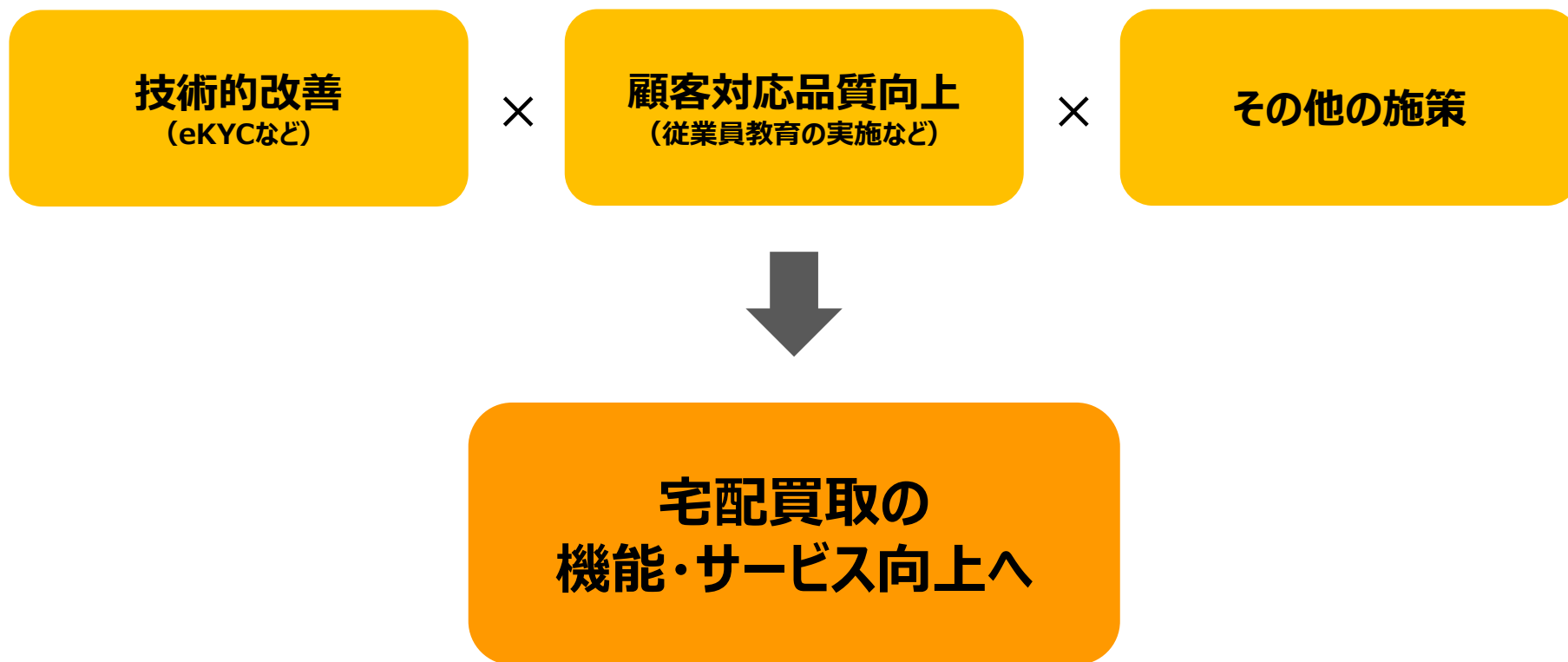
「ふるいち」小型店舗のイオンモールへの出店を進めます。当期は既に浦和美園店(埼玉県)、多摩平の森店(東京都)を出店しており、4月23日に「ふるいち」店舗として神奈川県初出店となる座間店を出店します。今後上期中に、岡山店(岡山県)、倉敷店(岡山県)、名古屋ドーム前店(愛知県)、浜松市野店(静岡県) への出店が確定しています。



小型パッケージ店舗：ふるいち イオンモール川口前川店

【成長戦略】 リユースEC領域（山徳） ～宅配買取の機能・サービスの向上～

古物買取時の本人確認手段として、eKYC※の導入を予定しているほか、宅配買取に関わる機能の、継続的な改善を続けていきます。また、従業員教育の実施による顧客対応品質向上など、サービス品質の改善にも取り組んでいきます。



※electronic Know Your Customerの略で、本人確認をオンライン上で行う技術、プロセスのこと

【成長戦略】 リユースEC領域（山徳） ～新たな取り扱い商材への本格参入～

宅配買取、ECでの販売においても、取扱商材多様化を推し進めます。
今期はレコードに本腰を入れて取り扱いを開始していき、人員や運営体制を整えつつ、順次取扱規模を拡大していきます。



ゲーム



アイドルグッズ



レコード



着物



トレーディングカード



【成長戦略】 リユースEC領域（山徳） ～マーケティング力の向上～

新たにマーケティングチームを立ち上げ、これまで得意としてきたSEM（検索エンジンマーケティング）だけでなく、SNSの本格的な活用やデジタル以外のマーケティングにも着手し、総合的なマーケティング力の向上を目指します。



マーケティングチーム

WEB
広告

SEO
対策

アフィリ
エイト

SNS
活用

アナログ
広告

AI機能を搭載した自社開発のトレーディングカード読取査定機「TAYS(テイズ)」の直営店舗での運用が定着し、現在は外部販売できる段階までシステムとしての完成度を高めるべく最終的なシステム面の改修を行っております。これまでの当社にないBtoBという新たな収益の柱を構築すべく引き続き事業化に傾注していきます。

- ✓ 外販に向けた体制整備 ⇒ 事業化へ向けて責任者を明確にし、具体的な外販営業にも取り掛かっております
- ✓ システムへの追加投資 ⇒ 読取精度を上げるための機能開発に追加投資を実行して、外販へ向けた準備を整えております



【成長戦略】 ～機能戦略～

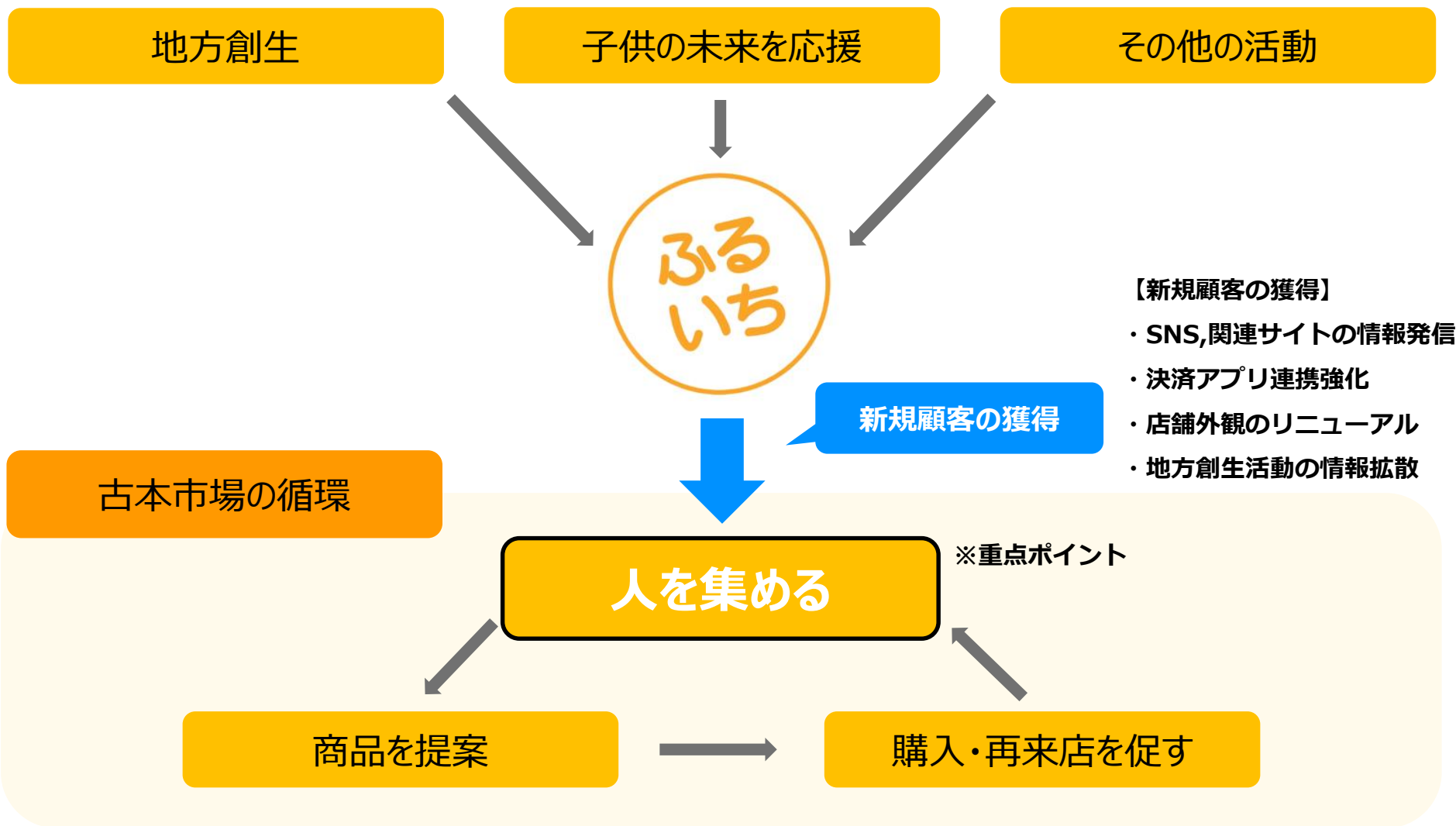
経営方針に沿って経営基盤を強化するために、また各事業を下支えするために、機能戦略として次の点を実施します。

項目	機能戦略
機関設計	<ul style="list-style-type: none">・指名報酬委員会の設置に続いて、機動的な執行体制を構築するために、「執行役員制度」の導入を検討します・東京証券取引所の市場再編において、「スタンダード市場（仮称）」を選択する準備として、コーポレートガバナンス・コードの全78原則への対応を開始しており、その準備過程で各種課題を解消していくことで、企業価値向上の基盤整備を進めます
配当政策	<ul style="list-style-type: none">・投資資金や運転資金の確保等現預金の状況を勘案しながら、前期に実施した自己株式取得あるいは復配を検討します
株主政策	<ul style="list-style-type: none">・前期に更新した株主優待制度について、ファン株主となっていたただくことを目的として、「グループECサイト」構築にあたっては、店舗での割引にとどまらないECでの株主優待割引券等を設計に織り込んでいきます
財務政策	<ul style="list-style-type: none">・テイツー単体でネットデット(≡借入－キャッシュ)をゼロに近づけることを目標にして、長期借入金の圧縮を継続します
人材育成	<ul style="list-style-type: none">・出店の加速に人材育成を追いつかせるため、店長育成を含めて人材投資に注力します・次世代経営者人材を育成するために後継者育成計画を策定して今期以降取り組みを開始いたします・女性活躍推進法に基づく行動計画に沿って女性登用を推進します

4. ふるいちプロジェクト

ふるいちプロジェクト

新規顧客の獲得に重点を置き、営業活動の活性化を目指して、ふるいちプロジェクトを推進します。



ふるいちプロジェクトの将来構想絵巻

【「ふるいち」既存店舗戦略】



■ 営業活動の活性化に必要な循環



【「ふるいちイオンモール」店舗戦略】



強力な集客力を活用し、新たな顧客層への情報拡散を推進

事業再生のため閉鎖したECサイト復活に合わせ、リアル店舗の発信力を最大限に引き出す取組強化

ネット販社：山徳グループECサイト構築中！

【関西】中核エリアとしてリアル店舗網の活性化

■ 会社設立30周年と関西店舗網活性化プロジェクトを展開中！
「古本市場」関西50店舗網による強化キャンペーン展開

※画像は一例タイプアップ



【強化キャンペーンPOINT】
-当社収益源の中核となる近畿圏エリアにおいて、万単別権を集中に営業強化施策を集中的に展開する。
①プロデビュー30周年
②高山直樹自身
③特に関西圏で知名度が高い「阪吉丈一郎」氏を広告塔として起用。

■ 坂岡彰氏「えびめチャンネル」運営サポート連携中！



既存コミュニティ強化 & 新たなコミュニティの形成！



【関東】マンガの聖地出店



【中国】地方創生活動モデル開拓全国発信

■ 「マンガ」による集客力を地方創生活動に反映、新たな取組の開始



「ふるいち」のコンテンツパワーと情報拡散の仕掛けが施設の活性化を実現したことを立証！！

国内

ユニークなコンテンツ（観光資源含む）による顧客誘導

インターネット・海外パートナーによる情報拡散

海外

トキワ荘通り店 ～トキワ同通り商店街VRマップ～

☰ YouTube JP

検索



トキワ荘商店街がVR化！？ふるいちトキワ荘通り店も映ってるダイジェスト版！YouTubeアプリでぜひ視聴ください。#トキワ荘

#トキワ荘マンガミュージアム #古本市場 #豊島区

VR180

120 回視聴・2021/04/17

👍 28 🗨️ 0 ➡️ 共有 📌 保存 ...

<https://www.youtube.com/watch?v=dIQRft2-6Cw>

5. 2022年2月期の業績予想

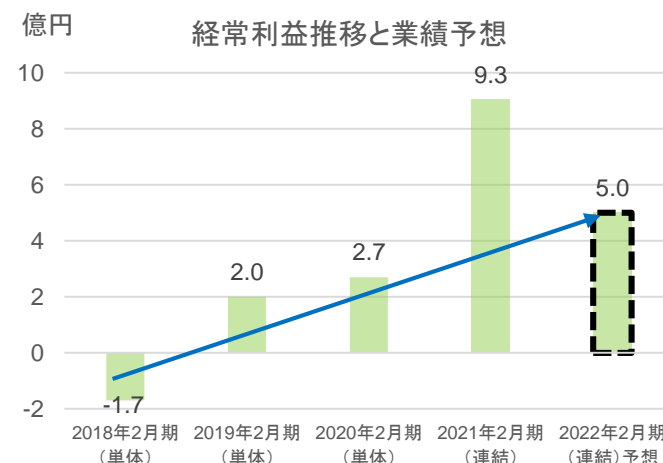
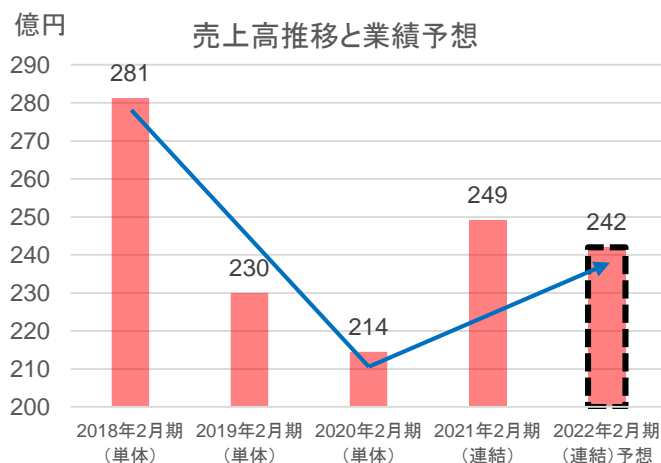
2022年2月期の連結業績予想

2022年2月期の連結業績予想は、前期の特需要因を除けば、順調に増収増益基調です！

単位：百万円	2018年2月期実績 (単体)	2019年2月期実績 (単体)	2020年2月期実績 (単体)	2021年2月期実績 (連結)	2022年2月期業績 予想 (連結)
売上高	28,130	23,004	21,449	24,953	24,200
営業利益	△173	202	260	929	500
経常利益	△171	201	270	934	500
当期純利益	△644	108	178	703	250

※過年度まで単体決算で、2021年2月期第2四半期会計期間より連結決算となりましたが、比較として掲示しました

- ✓ 2022年2月期の業績予想 (連結) には、イオンモールへの小型パッケージ店舗「ふるいち」の出店を含めて、10店舗程度の出店投資を計画しております。これらの店舗群は保守的に損益赤字と見立てて今期費用分を織り込んでおりますが、それでも十分に利益確保することができると見込んでおります。



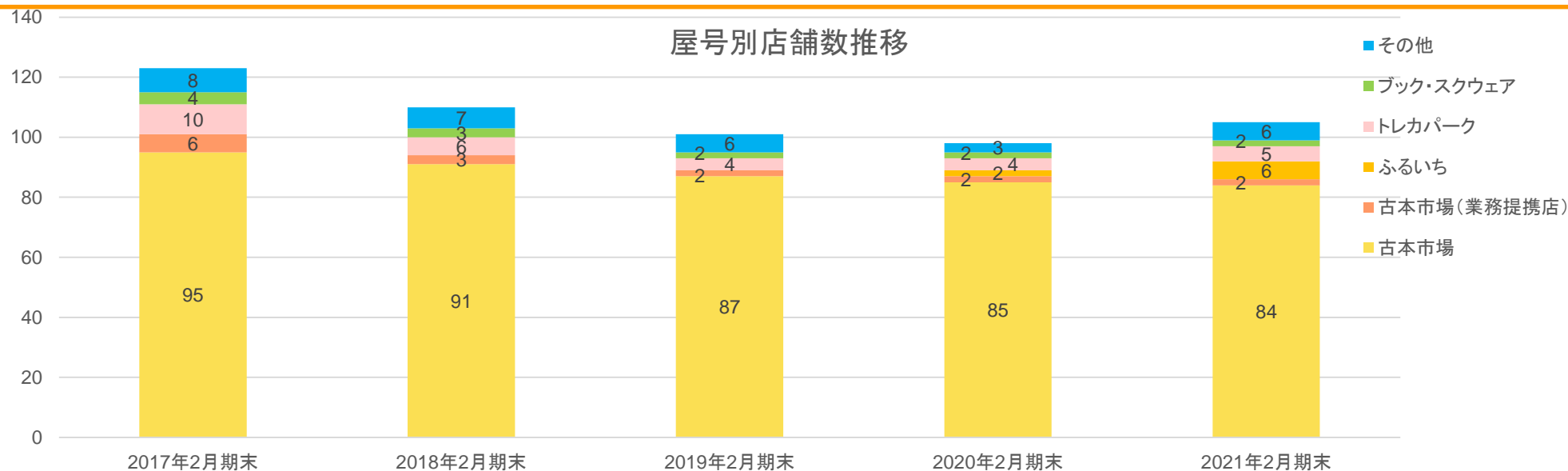
6. 參考資料

会社概要 (2021年2月末現在)

社名	株式会社ティーツー
経営理念	「満足を創る」
本社所在地	岡山県岡山市北区今村650番111
設立	1990年4月16日
代表者	代表取締役社長 藤原 克治
資本金	15億2,945万円
事業内容	書籍・テレビゲーム・トレーディングカード・ホビー・スマホ・DVD・CD・衣類等の買取及び販売店舗運営、ECでの同商材の販売、DVD等レンタル店舗運営
店舗屋号	古本市場（ふるほんいちば）、ふるいち、トレカパーク ブック・スクウェア、MO-ZEAL（モ・ジール）、TSUTAYA、ベクトル
子会社	株式会社山徳、株式会社着物インターナショナル※
主要取引銀行	山陰合同銀行、埼玉りそな銀行、商工中金、三井住友銀行、 高知銀行、三菱UFJ銀行、みずほ銀行、トマト銀行、中国銀行

※着物インターナショナル社は解散決議済であり当期中に清算完了予定です

店舗の状況（2021年2月末現在）



	2020年2月期	2021年2月期			増減数
	期末	出店	退店	期末	
古本市場	85	－	1	84	△1
古本市場（業務提携店）	2	－	－	2	－
ふるいち	2	5	1	6	4
トレカパーク	4	1	－	5	1
ブック・スクウェア	2	－	－	2	－
モ・ジール	1	－	－	1	－
TSUTAYA	5	－	1	4	△1
ベクトル	－	1	－	1	1
合計	101	7	3	105	4

※古本市場の退店はリニューアルに伴う一時的なものです。2021年9月にリニューアルオープンします