

TAKAQ
ENJOY FASHION! ENJOY LIFE!

2023年2月期
第2四半期 決算説明資料
2022年10月5日

I .2023年2月期 第2四半期決算概要

損益計算書（要約）

- 商品売上高はまん延防止等重点措置解除等、行動制限の緩和に伴い増収。
既存店前期比115%（既存店20年2月期比72.1%、期初想定に対し△4.5pt）
- 販管費は前期の退店や構造改革の実施により減少（前期比91.9%）
- 営業利益は売上の回復と構造改革の実施等により、前期に対し555百万円増益となるも、2Q決算は赤字継続。

（単位：百万円）

	2022/2月期 第2四半期	2023/2月期 第2四半期	前期差額	増減率
売上高	5,458	5,716	+258	4.7%
売上総利益	3,222	3,414	+192	5.9%
販管費	4,502	4,138	△364	△8.1%
営業利益	△1,279	△724	+555	—
経常利益	△1,122	△673	+449	—
当期純利益	△1,294	△713	+581	—

販売費及び一般管理費（要約・前年同期比）

販管費 前年差△364百万円、前期退店、構造改革の影響等

●人件費：△279百万円、人員減少、店舗運営の効率化による人時削減

●賃貸料：△168百万円、退店による減少、交渉による賃料減額

●その他経費：+138百万円、追加監査報酬、ECサイト販売手数料、等

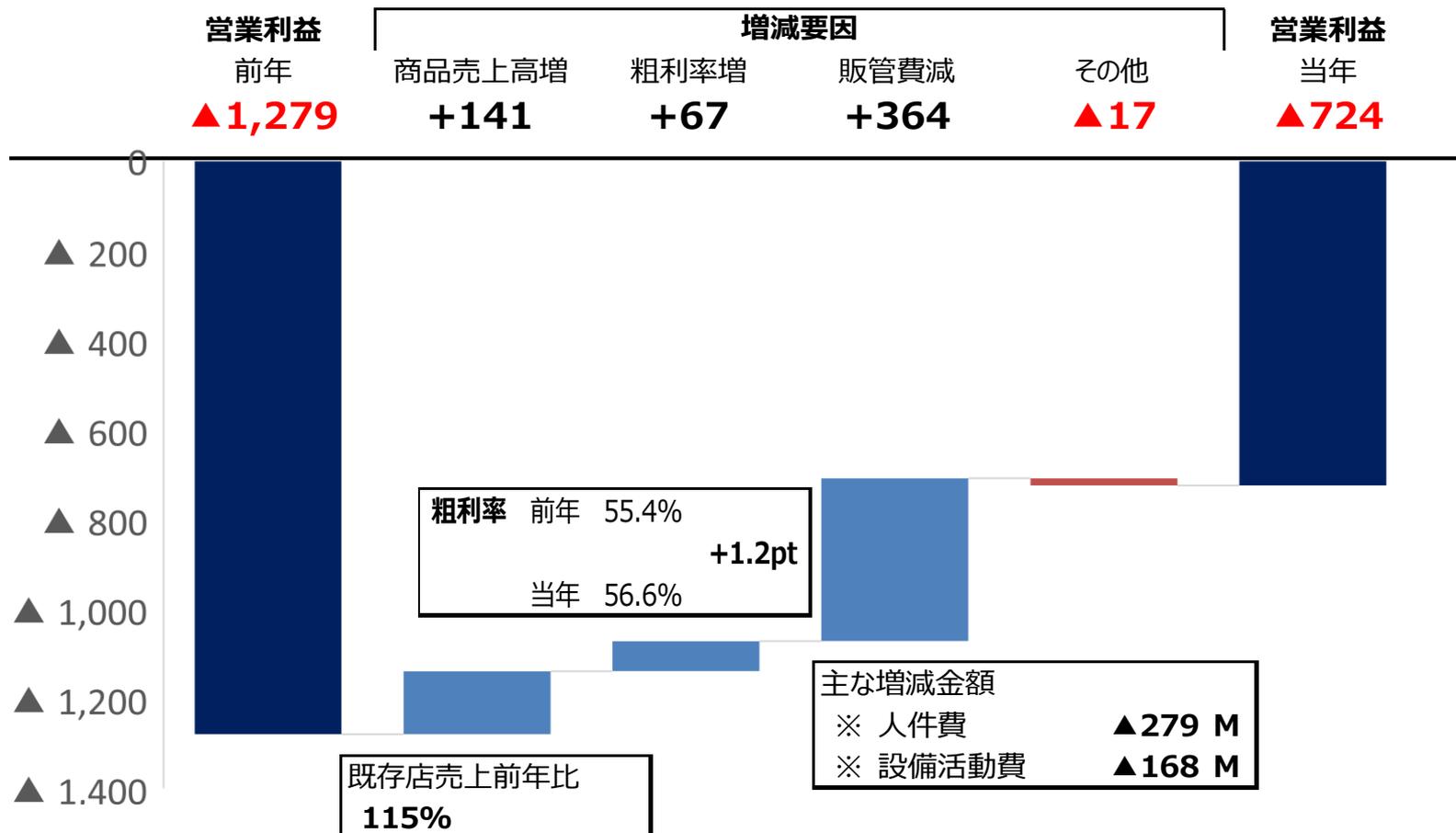
（単位：百万円）

	2022/2月期 第2四半期	2023/2月期 第2四半期	前年同期比較	
			差額	前年比
販管費	4,502	4,138	△364	91.9%
広告宣伝費	224	199	△25	88.9%
人件費	1,696	1,417	△279	83.5%
賃借料	1,195	1,027	△168	85.9%
減価償却費	134	105	△29	78.9%
その他経費	1,251	1,389	+138	111.0%

第2四半期累計営業損益増減益分析

【営業損益の推移】

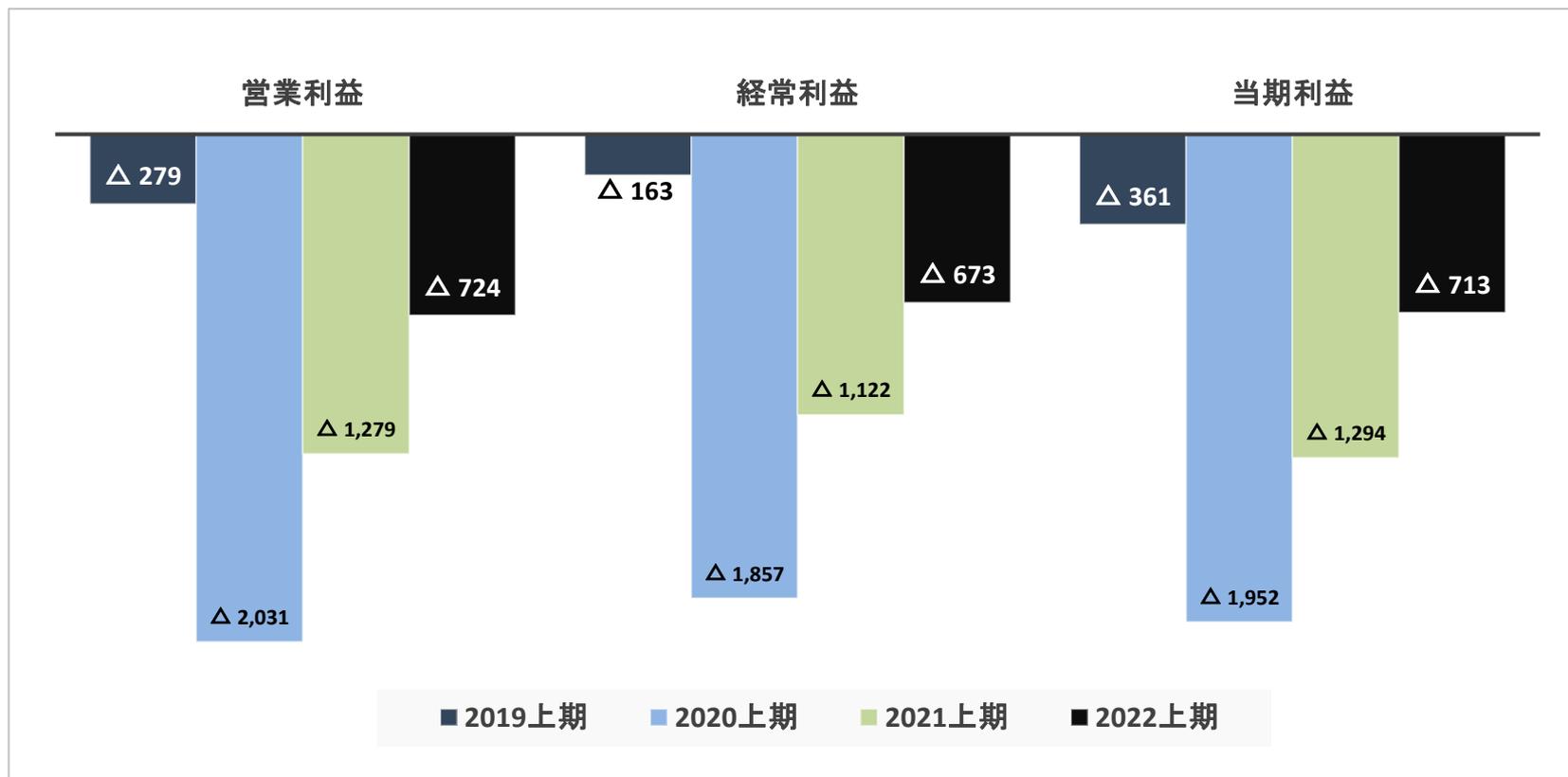
(単位:百万円)



営業利益・経常利益・四半期純利益の推移

事業構造改革による収益改善を推進するも、期初の想定を上回る急激な円安、原材料費等の値上げ、新型コロナウイルス感染症の影響継続による売上回復の遅れ等により黒字化には至らず

(単位:百万円)



貸借対照表(要約)

- 流動資産の減少: $\Delta 304$ 百万円
商品($\Delta 1,060$ 百万円)、現預金(+ 949 百万円)、未収金($\Delta 202$ 百万円)
- 固定資産の減少: $\Delta 799$ 百万円
敷金・保証金($\Delta 596$ 百万円)
- 負債の増加: + 483 百万円
借入金(+ 898 百万円)、未払金($\Delta 224$ 百万円)

(単位: 百万円)

	2021/8月期 第2四半期	2022/8月期 第2四半期	増減
総資産	7,801	6,697	$\Delta 1,104$
流動資産	4,200	3,895	$\Delta 304$
固定資産	3,601	2,801	$\Delta 799$
負債	7,789	8,272	+483
純資産	11	$\Delta 1,575$	$\Delta 1,587$

キャッシュ・フロー計算書(要約)

(単位:百万円)

	2021/8月期 第2四半期	2022/8月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュフロー	△2,159	△169
投資活動によるキャッシュフロー	290	48
財務活動によるキャッシュフロー	1,548	△205
現金及び現金同等物の増減額	△320	△325
現金及び現金同等物の期首残高	631	1,585
現金及び現金同等物の四半期末残高	310	1,259

2023年2月期 通期業績予想見直し

今後の見直しにつきましては、急激に進む円安や国際情勢の影響等による仕入価格及び物流費の高騰に加えて、新型コロナウイルス感染症の影響等、当社業績における影響額の合理的な見積もりは非常に困難な状況が継続しており、2023年2月期の業績予想につきましては、未定としております。

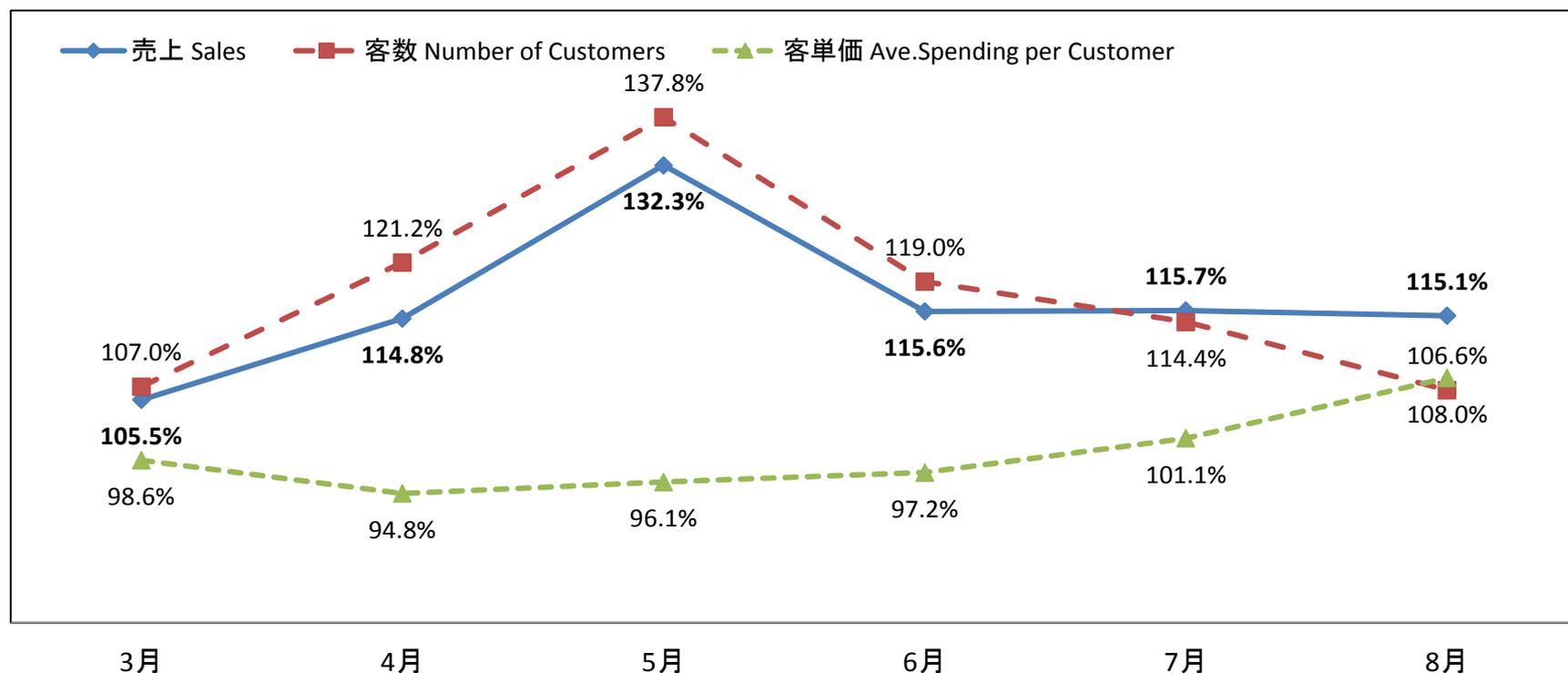
今後、業績予想の算定が可能となった時点で、速やかに公表いたします。

Ⅱ.2023年2月期 上半期の振り返りおよび 債務超過解消に向けた取り組みの進捗

2023年2月期 上半期月別状況(既存店売上前年比)

3月中旬までは、まん延防止等重点措置等の影響により、売上・客数は低調に推移したものの、行動制限の緩和に伴い、売上・客数共に回復。

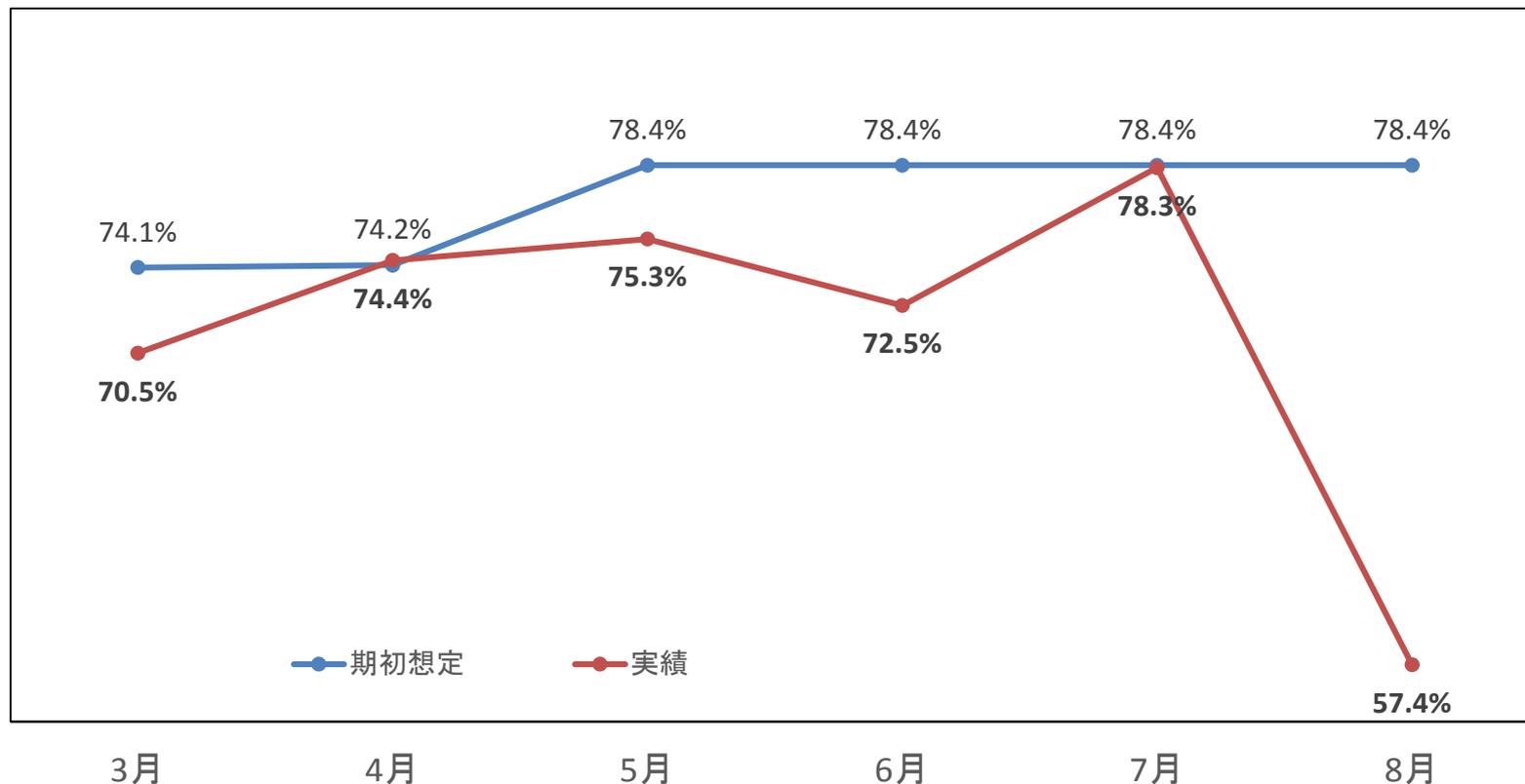
7月中旬以降の新型コロナウイルス感染症再拡大が影響したものの、販売強化商品が堅調に推移し、売上高既存店前期比は115.0%



リアル店舗既存売上2020/2期対比 期初想定比較

期初想定 上半期76.6%に対し実績は72.1%(▲4.5pt)

8月度は、新型コロナウイルス感染症再拡大等外部要因に加え、内部要因として、夏物セール抑制等により売上下振れ



円安影響と仕入原価対策

1. 円安影響の見通し(2022年秋冬物仕入)

①当社仕入の約9割が海外生産

②2022年秋冬商品の為替レートは平均126円/ドル(前年比114%)

③対策後新規生産計画前年比 売単価115%、原単価112%、値入率+0.8pt

2. 仕入原価対策

①調達コストの抑制

・取引先の生産背景の見直し(工場・原材料・附属品)

・取引先の集約(注文ロットの積み増し)・協業生産

②生産バランスの見直し

・商品別の生産バランスの見直し・プライス別構成の見直し

③商品価格の見直し

・値上げ(価格転嫁)・中間価格帯の新設

・値下・値引の見直し・圧縮

債務超過解消に向けた取り組みの進捗

当社は、2022年2月期において債務超過となり、当第2四半期累計期間末における債務超過額は、15億7千5百万円となっております。

また、2022年5月26日に「債務超過解消に向けた取り組みに関するお知らせ」を開示しております。

■債務超過の解消に向けた基本方針について

当社は事業構造改革の諸施策の実施により、事業面及び財務面での安定化を図り、持続的な収支の改善を図るとともに、資本増強に向けた各種施策を検討・推進し、当該状況の解消・改善に努めてまいります。

■債務超過解消に向けた取り組み

- ①商品ポートフォリオの最適化(カジュアルシフト、中核商品の確実な販売、オーダースーツ拡大)
- ②販売チャネル改革(Eコマースの拡大、OMOの推進)
- ③コスト圧縮、不採算店舗の退店(本部の縮小、追加退店)
- ④資本増強に向けた各種施策の実施

商品ポートフォリオの最適化

●MDプロセス改革・PB戦略の刷新

商品自体に、特に優れた機能があり、お客様の日常を快適に、気分を上げるアイテム“HAPPY FUNCTION”を軸にPB戦略を刷新し、黒字体質への変革を目指したMDプラットフォームを構築する

具体的な取組み、上半期実績

① カジュアルシフト

遊びでも仕事でも着回しの効く品種を強化、特にボトムス

カジュアルパンツ+スラックス上半期実績
19年既前比:85% 21年既前比:113%

② オーダーシフト

オーダースーツの構成比を上げる
ことにより、スーツ在庫を適正化
(スーツ在庫19年比65%)

オーダー上半期実績
19年既前比:118% 21年既前比:112%

③ スーツ、 ドレスシャツの 着実な販売

高粗利率のビジネス品種販売による粗利率の確保

ドレスシャツ上半期実績
19年既前比:90% 21年既前比:127%

商品事例、上半期概況



ハッピーファンクションシリーズの中でも人気の“クロスストレッチ”パンツは、昨年秋の登場以来、累計売上が40,000点を突破。今年度も複数点購入やリピーターで、多くの支持を集めた。来期に向けて更なる企画の

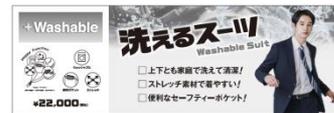


深耕とQR体制の構築で、売上を拡販する。

スーツ+オーダーの売上で、オーダーの構成比が19年は21.5%に対し、昨年は32.8%、当上半期計では34.1%まで拡大。スタッフのオーダー販売におけるスキルアップに加え、店頭、DMIによる販促と連動した2着セールの効果が奏功した。これにより、1店舗あたりの既成スーツの店頭在庫は19年比55.8%まで縮小した。



スーツにおいては、出社によるビジネスユーズとイベント、結婚式等の再開により特にフォーマル関連のスーツ、シャツ、ネクタイが回復基調。セレモニー関連のこれら売上は、既前比126.3%まで伸長した。



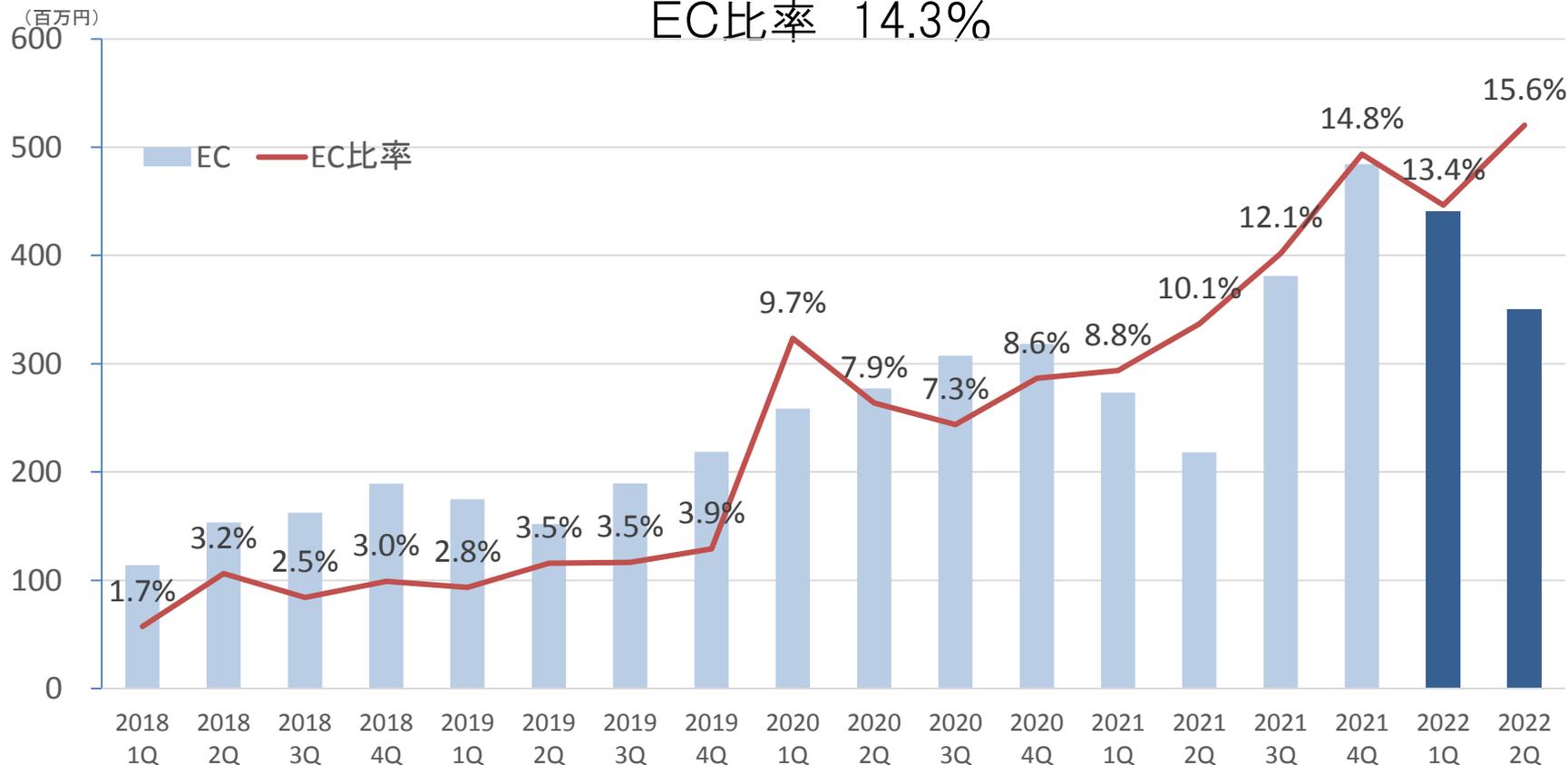
長袖ドレスシャツでは、コットン100%のノーアイロン、半袖では高通気・吸水速乾のハッピーファンクションシリーズが全体を牽引した。

販売チャネル改革(ECコマース販売の拡大・OMO推進)

2022年上半期 EC売上高 7.9億円(前期比160.8%)

うちOMO売上 2.0億円

EC比率 14.3%



コスト圧縮、不採算店舗の退店

■コスト圧縮

2023年2月期におきましても、損益分岐点売上高を更に引き下げ、ウィズコロナの環境においても確実に黒字化を達成するよう、抜本的な事業構造の見直しとコスト削減等の追加施策を策定。具体的には、家賃の更なる減額の交渉継続、2022年11月末を以って本社面積を2フロアから1フロアへ集約、併せて店舗及び本部の人員配置見直し等を実施予定。

■不採算店舗の退店

2023年2月期は期初9店舗の退店を計画しておりましたが、上半期の売上状況からより保守的に店舗別採算の見直しを実施し、十分な黒字確保が見通しづらい店舗について、2022年8月末までに追加した3店舗に加え、2023年8月末までに、セマンティックデザイン業態全13店舗を含めた26店舗、合計29店舗の追加退店を決定。

更なるコスト圧縮と追加退店29店舗により、損益分岐点を更に引き下げ
コロナ前水準の7割程度の売上高でも黒字化を目指す

資本増強に向けた各種施策の実施

■ 資本増強に向けた各種施策の実施

債務超過の早期解消に向け、事業構造改革による収益改善を加速させ、あわせて経営安定化を目的とした様々な資本政策についても検討を進めております。

しかしながら期初の想定を上回る急激な円安、原材料費等の値上げ、新型コロナウイルス感染症の影響継続による売上回復の遅れの中、収益改善計画を含め検討しております。

今後、当該資本政策が決定しましたら速やかにお知らせいたします。

■ 債務超過の解消時期

債務超過解消に向けた取り組みを早期に実行し、2024年2月期会計年度中までに債務超過を解消するよう努めてまいります。

なお現在の債務超過は、新型コロナウイルス感染症の影響に起因するものであるため、上場廃止基準(債務超過)に係る猶予期間は、1年から2年に延長されております。

サステナブル経営への取り組み

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

●OMO オーダー事業拡大

⇒お客様が要望するものを取りそろえ
大量消費、大量生産に歯止めをかける



●衣類回収

⇒着なくなった衣料を回収し、
新しい衣料の素材へ



●照明のLED化

⇒消費電力の少ない照明を活用し、
地球温暖化を防ぐ



●ビニール袋の廃止

⇒全ショッパーを紙袋へ移行



本資料に掲載されております事項は、決算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・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ります。本資料と併せて、決算短信などの開示書類をご参考にしていただきますようお願い申し上げます。