

TAKAQ

2025年2月期
第2四半期 決算説明資料
2024年10月9日

目次

I.	『我社は変わる』	P.3
	(1)MVVの刷新	P.5
	(2)再成長に向けた課題解決	P.6
	(3)実施施策	P.8
II.	2025年2月期第2四半期決算概要	P.10
	(1)損益計算書(要約)	P.11
	(2)貸借対照表(要約)	P.16
	(3)キャッシュ・フロー計算書(要約)	P.17
	(4)通期業績予想の修正(2024年10月9日公表)	P.18
III.	債務超過解消に向けた取り組みと進捗	P.19
IV.	Appendix	P.23
	(1)サステイナブル経営への取り組み	P.24
	(2)新代表取締役社長の略歴	P.25

I . 『我社は変わる』

『我社は変わる』

景気に左右されない
強い体質の会社に生まれ変わる

根本からすべてを見直し、
甘えを捨てスピードをもって実践していく

人が成長できる
やりがいのある仕事を作り出す

そして
再び力と輝きを取り戻す



2024年9月17日就任
代表取締役社長執行役員
伊藤 健治

MVVの刷新

MISSION (企業理念)

私たちは、服を通してお客様を幸せにし、自信と喜びを提供することを使命とします。

私たちは、常に高品質でトレンドを反映した商品を提供し、

お客様の人生を幸せにすることを目指します。

VISION (経営理念)

私たちは、服を通してお客様と深い信頼関係を築き、

服を通して持続可能なファッションを推進し社会と環境に貢献する会社になります。

VALUES (行動指針)

お客様第一主義 私たちは、お客様の声に耳を傾けて 期待を超える商品・サービスを提供します。

イノベーション 私たちは、新しいアイデアと技術を取り入れ業界をリードします。

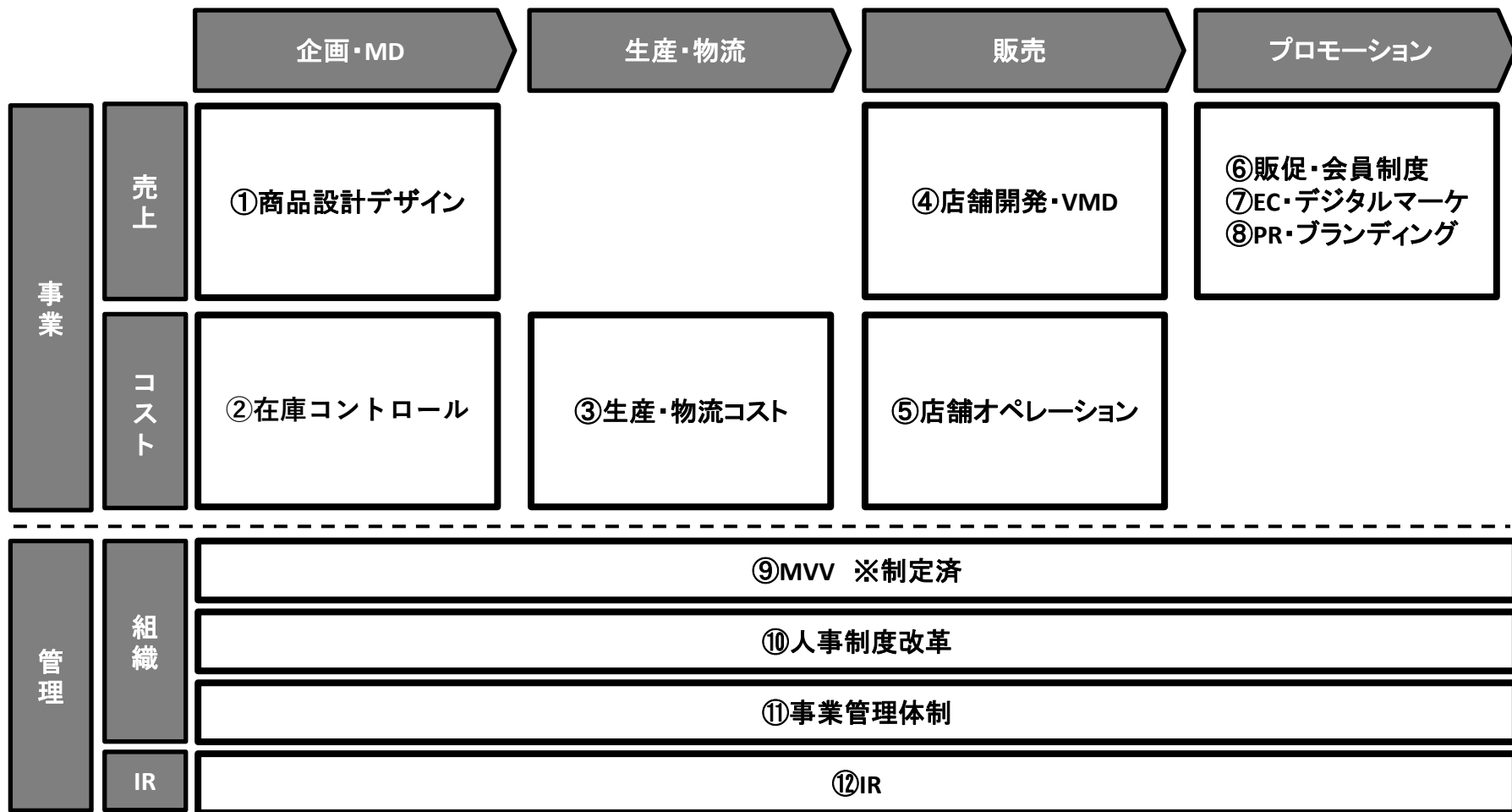
持続可能性 私たちは、環境に優しい素材、製造方法を取り入れ持続可能な未来を目指します。

エンパワーメント 私たちは、社員一人ひとりが力を発揮できる環境で成長をサポートします。

社会的責任 私たちは、公正で透明なビジネスを実践し信頼される企業であり続けます。

再成長に向けた課題解決

- 現場課題から組織課題に至るまで、ゼロベースで全社を見直し、課題抽出を実施。
- 優先度の高い12テーマを特定し、各課題解決プロジェクトを2024年5月以降順次発足。



再成長に向けた課題解決

- 各課題解決プロジェクトにて、以下の取り組みを遂行中。
- 長年続いた過度な会員優遇・セール常態化に区切りをつける等、再成長に向けた施策の立案、迅速な意思決定、施策の実行、効果の検証を進める。

事業	企画・MD	①商品設計デザイン	● ペルソナ・各ブランドポジショニングの再設計、地域・店舗特性に応じたブランド・商品戦略の実装、商品開発力の強化、トップ商品の確立、商品単価の再設計
		②在庫コントロール	● ガバナンスと機動性のある生産体制の整備、短納期生産の実現、初期・期中配分の最適化
	生産・物流	③生産・物流コスト	● 物流の最適化、粗利改善に向けた生産体制・パートナーの再設計
		販売	④店舗開発・VMD
	⑤店舗オペレーション		● システム改修等によるオペレーションの改善、販促制度変更による店舗業務削減
	プロモーション	⑥販促・会員制度	● 会員制度の変更、セール期間の縮小、TQポイント制度の再整備
		⑦EC・デジタルマーケ	● EC自社サイト改善、他社モール運用強化、デジタル施策(メール・SNS等)強化
		⑧PR・ブランディング	● 広報内製化に向けた体制整備、PR会社との協業推進によるPR強化、メディアへのアプローチ強化、新ブランド・新業態の検討
管理	組織	⑩人事制度	● 人事制度の再構築(評価・等級・報酬)、若手の積極登用、教育研修体制の整備、パート・アルバイト採用強化
		⑪事業管理体制	● 適切なKPIの設定・管理、組織再編、会議体再整備
	IR	⑫IR	● IR開示資料の改善

実施施策：④VMD再設計

- トライアル店舗としてタカキューヤエチカ店のVMD再設計を実施。変更後1日目から売上は前年比300%超を達成
- 今後、他店舗の再設計も実施予定

変更前



変更後



	売上前年比
変更前日	93.7%
1日目	331.3%
2日目	344.4%
3日目	280.2%

実施施策：⑥会員制度変更

- 健全な収益獲得に向け、会員制度の変更を決定。2026年2月期より適用予定
- 値引割引の大幅軽減の一方で、ポイント制度の運用拡大等を図る
- 年間の約90%実施していたセール期間は一般的な水準(20%弱)まで縮小予定

旧制度

新制度

区分	ランク	購入金額	通年	会員セール期間		バースデー 買物券	入会 更新 買物券	年間計 買物券	
			割引	割引	買物券				
提携 カード	エグゼクティブ	50万円～	8%	20%	¥3,000	¥5,000	¥4,000	¥27,000	
	ラグジュアリー	40万円～							
	デラックス	30万円～							
	スーパーリア	20万円～			¥2,000	¥3,000			¥19,000
	プラチナ	10万円～							
	ゴールド	稼働							
	ゴールド	非稼働							
ハウス カード	シルバー		3%		¥2,000	¥3,000	--	¥15,000	
	ブロンズ	稼働			¥1,000	¥1,000	--	¥7,000	
	ブロンズ	非稼働			¥500	¥500	--	¥3,500	
アプリ	グリーン	10万円～	3%	10%	¥2,000	¥2,000	--	¥14,000	
	ブルー				¥500	¥500	--	¥3,500	

区分	ランク	購入金額	通年	会員セール期間		バースデー 買物券	入会 更新 買物券	ポイント 付与率
			割引	割引	買物券			
提携 カード	ダイヤモンド	30万円～	廃止	廃止	廃止	¥2,000	入会 ¥2,000 更新 ¥2,000	5P/¥100
	プラチナ	10万円～				¥1,000		3P/¥100
	ゴールド					¥500		1P/¥100
ハウス カード	パール	30万円～	廃止	廃止	廃止	¥2,000	新規入 会なし	5P/¥100
	シルバー	10万円～				¥1,000		3P/¥100
	ブロンズ					¥500		1P/¥100
アプリ	エメラルド	30万円～				¥2,000	入会 ¥500	5P/¥100
	グリーン	10万円～				¥1,000		3P/¥100
	ブルー					¥500		1P/¥100

Ⅱ .2025年2月期 第2四半期決算概要

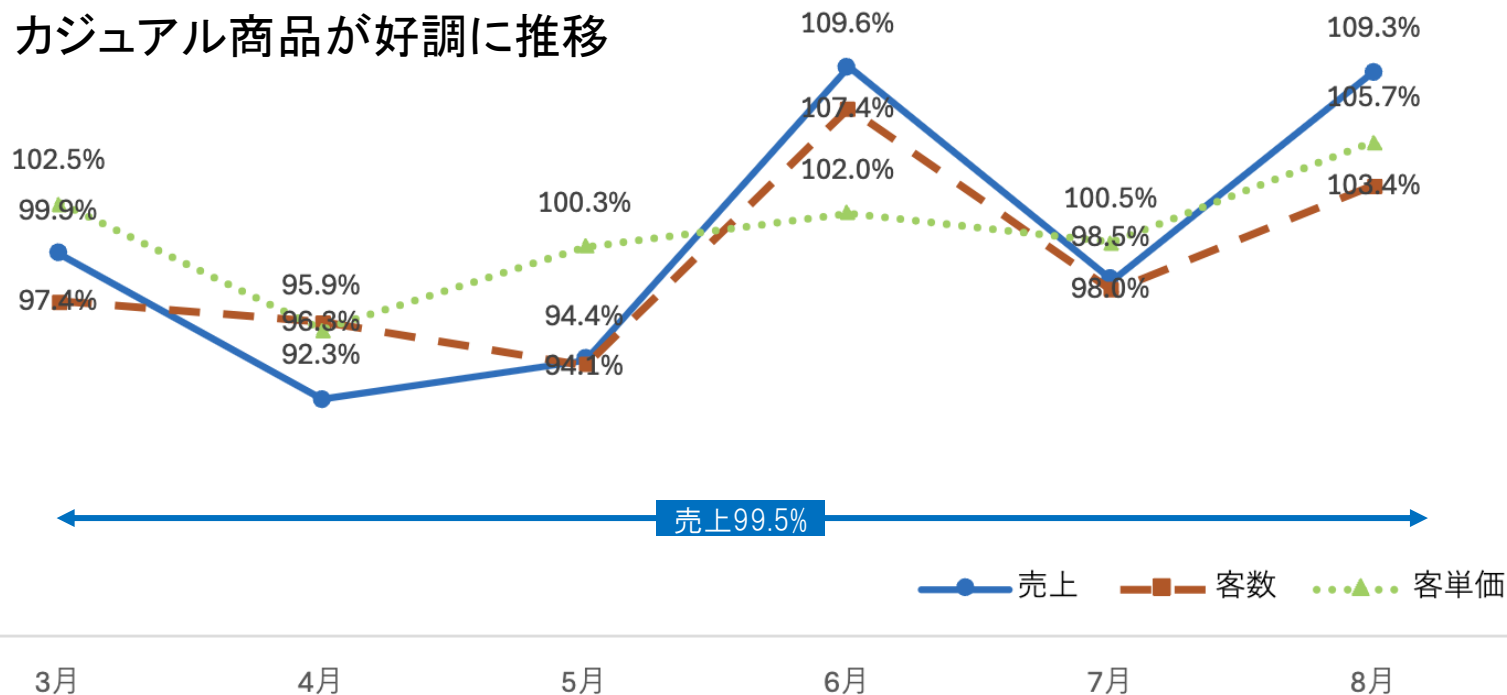
1. 損益計算書(要約)

- 売上高は、不採算店舗の撤退により前年比減収であるものの、第2四半期に強化したビジネスカジュアル商品が好調に推移し、売上高成長率は改善(+7.4pt)
- 利益面では、商品値引販売のコントロールによる粗利率改善(+0.5pt)、コスト管理の徹底及び店舗数減少による販管費削減(△3.6pt)により、営業利益は11期ぶりの黒字化
- なお、四半期純利益には、債務免除益1,499百万円(特別利益に計上)を含む

単位:百万円	24/2期 第2四半期	25/2期 第2四半期	前年同期差額	増減率
売上高	4,970	4,691	△278	△5.6%
成長率	86.9%	94.4%	+7.4pt	
売上総利益	3,058	2,911	△146	△4.8%
売上総利益率	61.5%	62.1%	+0.5pt	—
販管費	3,156	2,810	△346	△11.0%
営業利益	△98	101	+199	—
営業利益率	△2.0%	2.2%	+4.1pt	—
経常利益	△55	166	+222	—
四半期純利益	△93	1,632	+1,725	—

1-1. 既存店売上 (EC含む・前年同期比)

- 第1Qは一部品揃えの不足等から客数が下振れ、客単価は着実に改善し、第2Q以降は客数も回復してきているが、既存店売上高は前年同期比99.5%
- 実店舗は気温の上昇と共に、半袖ドレスシャツ・カットソー等のビジネスカジュアル商品が好調に推移
 - 3～5月はスーツ・ドレスシャツ等が苦戦
 - 6～8月は前年不足した夏物商品を細分化したMD計画に基づき投入。ビジネスカジュアル商品が好調に推移



1-2. 販売費及び一般管理費(要約)

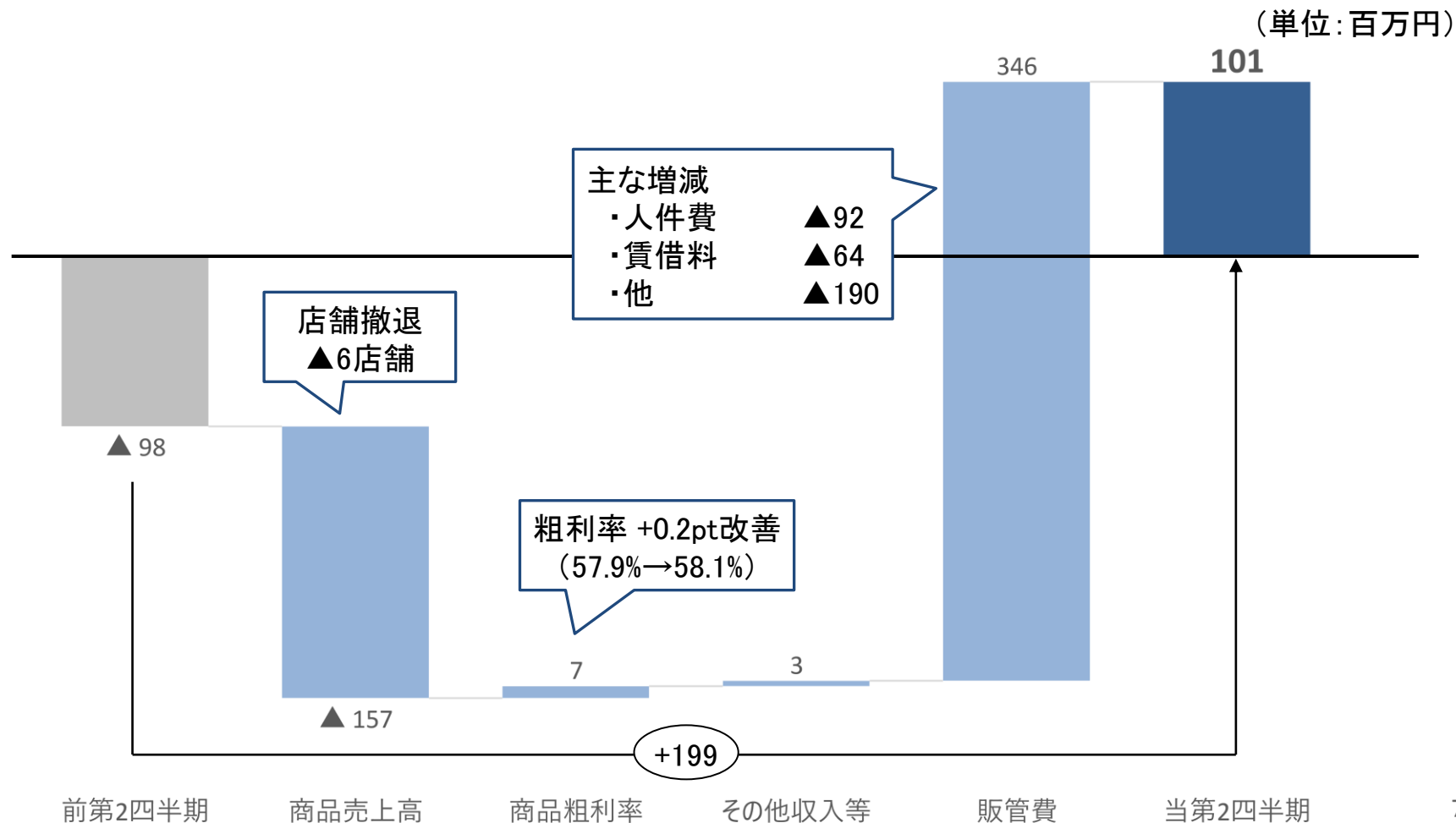
- 販管費 前年同期差△346百万円、事業構造改革、店舗撤退の影響等
 - 人件費: △92百万円: 店舗運営の効率化による人員・時間数の削減
 - 賃借料: △64百万円: 店舗撤退、交渉による賃料減額
 - その他経費: △159百万円: 運送費、業務委託費等の支出抑制

(単位: 百万円)

	24/2期 第2四半期	25/2期 第2四半期	前年同期差額	増減率
販管費	3,156	2,810	△346	△11.0%
広告宣伝費	158	141	△16	△10.5%
人件費	1,046	953	△92	△8.9%
賃借料	796	731	△64	△8.0%
減価償却費	88	75	△13	△14.8%
その他経費	1,067	908	△159	△14.9%

1-3. 営業損益増減(前年同期比)

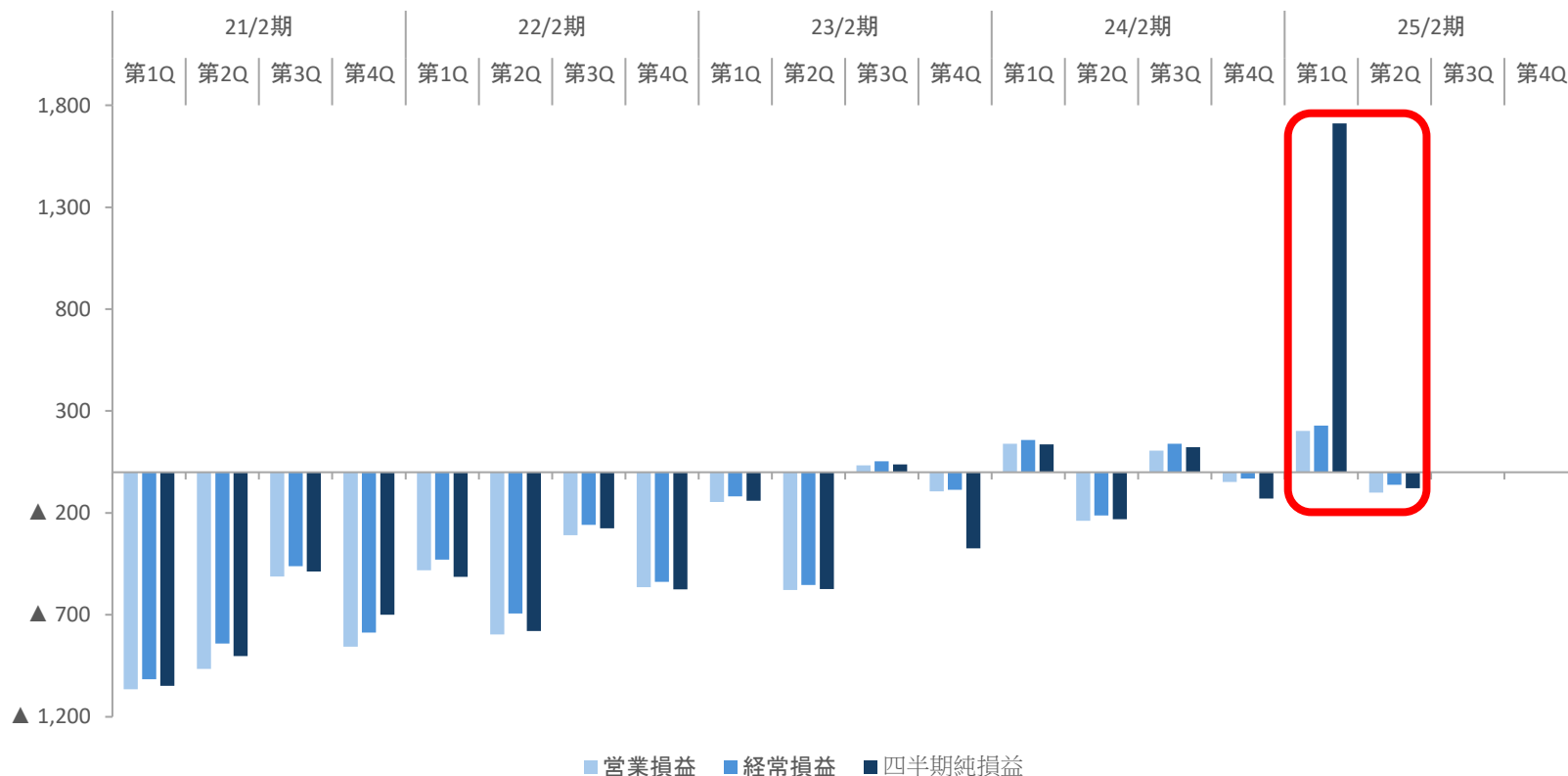
- 営業損益は、前年同期比+199百万円改善し101万円を達成
- 11期ぶりの黒字化



1-4. 営業利益・経常利益・四半期純利益の推移

- 新規品売上構成比増等による粗利率の改善、販管費の抑制により営業利益は伸長
- 第2四半期は季節要因により赤字化となるも、赤字幅は着実に縮小

(単位:百万円)



2. 貸借対照表(要約)

- 流動資産の増加:224百万円
 - 商品(40百万円)、現預金(147百万円)
- 固定資産の減少:△82百万円
 - 敷金(△84百万円)
- 負債の減少:△2,564百万円
 - 電子記録債務(△430百万円)、有利子負債(△2,014百万円)、未払金(△86百万円)、資産除去債務(△48百万円)

(単位:百万円)

	24/2期 第2四半期末	25/2期 第2四半期末	増減	【参考】 24/2期末
総資産	5,365	5,507	142	5,610
流動資産	3,039	3,264	224	3,322
固定資産	2,326	2,243	△82	2,288
負債	7,337	4,772	△2,564	7,526
純資産	△1,971	734	2,706	△1,915

3. キャッシュフロー計算書(要約)

- 営業活動によるキャッシュフローには以下を含む
— 仕入債務減少額△553百万円

(単位:百万円)

	24/2期 第2四半期	25/2期 第2四半期
営業活動によるキャッシュフロー	△528	△434
投資活動によるキャッシュフロー	73	△57
財務活動によるキャッシュフロー	△86	455
現金及び現金同等物の増減額	△542	△36
現金及び現金同等物の期首残高	1,488	1,130
現金及び現金同等物の四半期末残高	946	1,094

4.通期業績予想の修正（2024年10月9日公表）

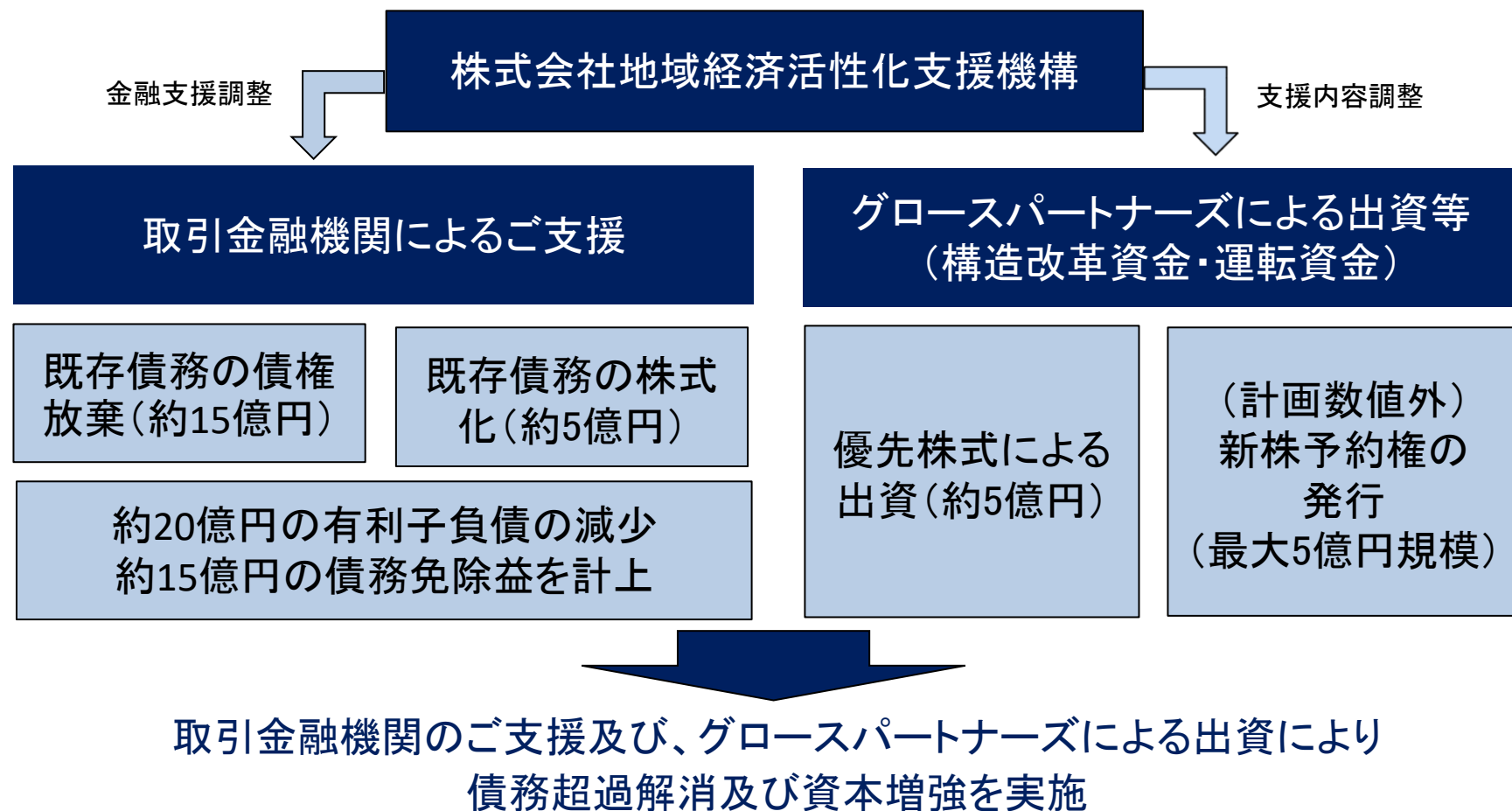
- 値引き販促等の抑制による収益性の向上を推し進める中、第1四半期において一部品揃えの不足から売上高が想定を下回りました。第2四半期以降、気温に対応したきめ細かな商品の投入により、オフィスカジュアル衣料等が堅調に推移しておりますが、売上高は第1四半期の下振れを補うには至らず、通期で前回予想を下回る見込みであります。
- 利益面につきましては、商品粗利益率の改善に加え、事業構造改革の推進による販管費の削減等の結果、営業利益・経常利益・当期純利益とも前回予想を上回る見込みであります。

（単位：百万円）

	24/2期 実績	25/2期予想			
		前回公表	今回公表	増減	増減率
売上高	10,026	9,800	9,700	△100	△1.0%
売上総利益	6,156	5,770	5,900	+130	2.2%
販管費	6,196	5,720	5,700	△20	△0.3%
営業利益	△40	50	200	+150	300.0%
経常利益	52	230	380	+150	65.2%
当期純利益	△102	1,700	1,800	+100	5.9%

Ⅲ. 債務超過解消に向けた 取り組みと進捗

1. 財務体質の改善



※上記の各種財務施策の詳細については、2024年1月25日付「第三者割当によるA種種類株式及びB種種類株式の発行、第三者割当による第1回新株予約権の発行、定款の一部変更、資本金及び資本準備金の額の減少、並びにその他の関係会社、主要株主及び主要株主である筆頭株主異動に関するお知らせ」をご参照ください。

※株式会社地域経済活性化支援機構は2024年6月13日付けにて当社に対する再生支援決定に関わる全ての業務を完了しております。

2. 数値計画

- 取引金融機関のご支援及びグロースパートナーズによる出資により、債務超過解消及び資本増強を達成

(単位:百万円)

	実績			計画(2024年3月28日公表)				
	23/2期	24/2期	25/2期 上半期	25/2期	26/2期	27/2期	28/2期	29/2期
売上高	11,976	10,026	4,691	9,884	9,856	9,908	9,908	9,908
営業利益	△785	△40	101	57	19	56	71	132
経常利益	△707	52	166	239	158	198	214	277
当期利益	△1,050	△102	1,632	1,668	87	127	143	207
総資産合計	6,407	5,610	5,507	5,753	5,686	5,746	5,771	5,840
負債合計	8,341	7,526	4,772	5,091	4,957	4,910	4,811	4,694
純資産合計	△1,934	△1,915	734	662	729	836	959	1,146

3. スポンサーのグロースパートナーズのご紹介

- グロースパートナーズは、国内上場企業に対する幅広い投資実績を有する 古川徳厚氏が設立したファンド運営会社

スポンサー概要

会社名	グロースパートナーズ株式会社
所在地	東京都目黒区自由が丘2-16-12 RJ3
設立	2022年7月
従業員数	5名
事業内容	投資及びハンズオン支援事業
代表者	代表取締役 古川 徳厚 (PEファンドであるアドバンテッジアドバイザーズの上場企業成長支援ファンドの元責任者)

代表者の過去の投資実績（一例）



BtoC型ビジネス・ECビジネスの知見、マーケティング等専門家のサポート、
事業提携・連携によるシナジー創出機会、等の活用により、
MD改革、OMO推進、顧客の困り込み等の更なる推進を通じて収益改善を図る

IV. Appendix

1. サステイ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



2. 新代表取締役社長の略歴

氏名 (生年月日)	略歴
(いとう けんじ) 伊藤 健治 (1966年9月6日)	1987年4月 株式会社ファイブフォックス入社
	1997年4月 同社「KENJIITO COMME CA COLLECTION」立ち 上げ
	2003年3月 同社メンズグループ「COMME CA DU MODE MEN」MD・企画デザイン管掌
	2007年4月 同社メンズグループ統括部長 メンズブランド6ブランド管掌
	2016年3月 同社取締役本部長
	2020年11月 同社取締役副社長
	2022年7月 同社退社
	2022年11月 株式会社ジャパングループ入社
	2023年11月 同社退社
	2024年5月 株式会社タカキュー入社(顧問)
	2024年8月 当社商品本部長
	2024年9月 当社代表取締役社長執行役員(現任)
	2024年10月 当社事業本部長(現任)

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くださいませすようお願い申し上げます。

Memo

TAKAQ