

TAKAQ

2025年2月期  
第3四半期 決算説明資料  
2025年1月14日

# 目次

---

I.	2025年2月期第3四半期決算概要	P.3
	(1) 損益計算書(要約)	P.4
	(2) 貸借対照表(要約)	P.9
	(3) 通期業績予想の修正(2024年10月9日公表)	P.10
II.	債務超過解消に向けた取り組みと進捗	P.11
III.	『我社は変わる』	P.14
	(1) MVVの刷新	P.16
	(2) 再成長に向けた課題解決	P.17
	(3) 実施施策	P.19
IV.	Appendix	P.25
	(1) サステイナブル経営への取り組み	P.26
	(2) 新代表取締役社長の略歴	P.27

# I .2025年2月期 第3四半期決算概要

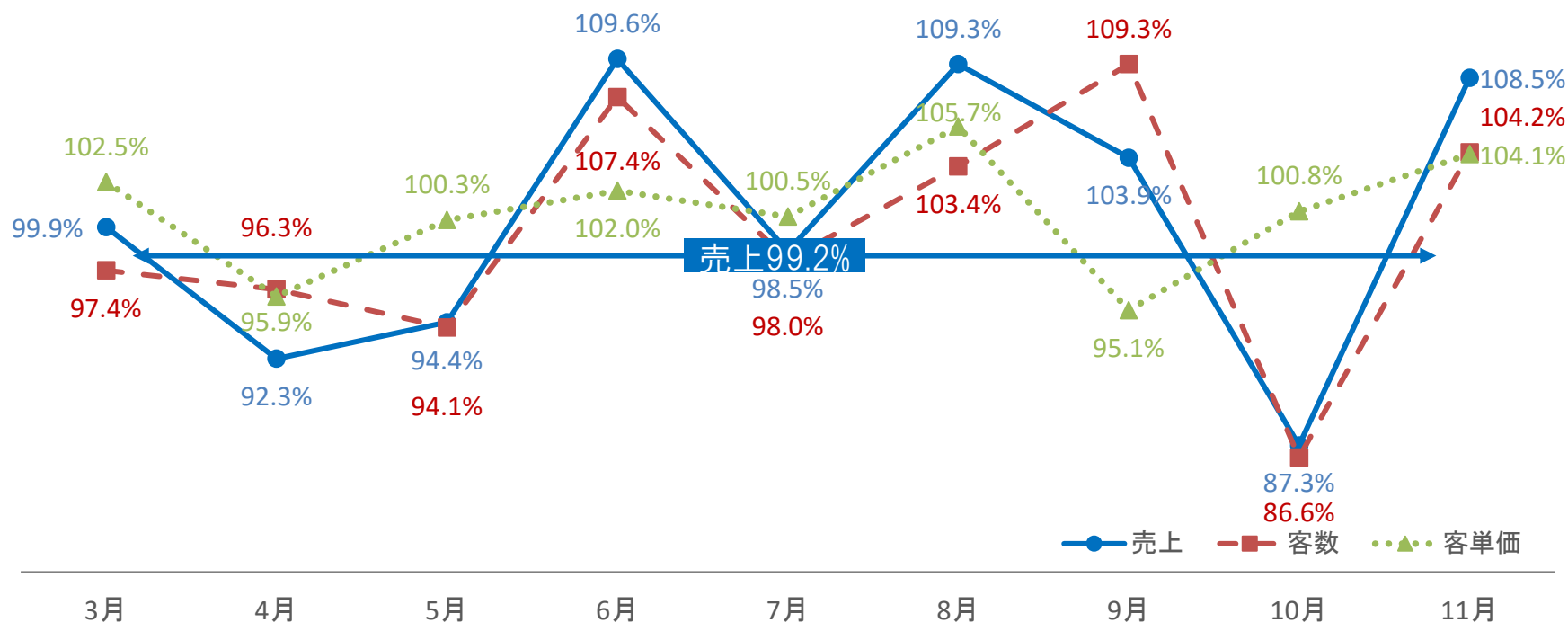
# 1. 損益計算書(要約)

- 売上高は、店舗の撤退により前年比減収であるものの、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(+10.2pt)
- 利益面では、商品値引販売のコントロール、コスト管理の徹底及び店舗数減少による販管費削減( $\Delta 8.9$ pt)により、営業利益は2期連続の黒字、営業利益率は改善(+2.7pt)
- 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3四半期	25/2期 第3四半期	前年同期差額	増減率
売上高	7,475	7,106	$\Delta 369$	$\Delta 4.9\%$
成長率	84.9	95.1	+10.2pt	
売上総利益	4,636	4,409	$\Delta 227$	$\Delta 4.9\%$
売上総利益率	62.0	62.0	+0.0pt	—
販管費	4,629	4,216	$\Delta 413$	$\Delta 8.9\%$
営業利益	7	193	+185	—
営業利益率	0.0	2.7	+2.7pt	—
経常利益	83	293	+209	251.7%
四半期純利益	28	1,741	+1,713	—

# 1-1. 既存店売上 (EC含む・前年同期比)

- 第3四半期は、11月上旬まで気温の高い日が続いたことで秋冬商品が苦戦
- 11月中旬頃急激に気温が低下したことで需要が回復するも、それまでの下振れを補うには至らず、第3四半期累計では既存店売上前年同期比は99.2%



## 1-2. 販売費及び一般管理費(要約)

- 販管費 前年同期差△413百万円、事業構造改革、店舗撤退の影響等
  - 人件費: △116百万円: 店舗運営の効率化による人員・時間数の削減
  - 賃借料: △84百万円: 店舗撤退、交渉による賃料減額
  - その他経費: △182百万円: 運送費、業務委託費等の支出抑制

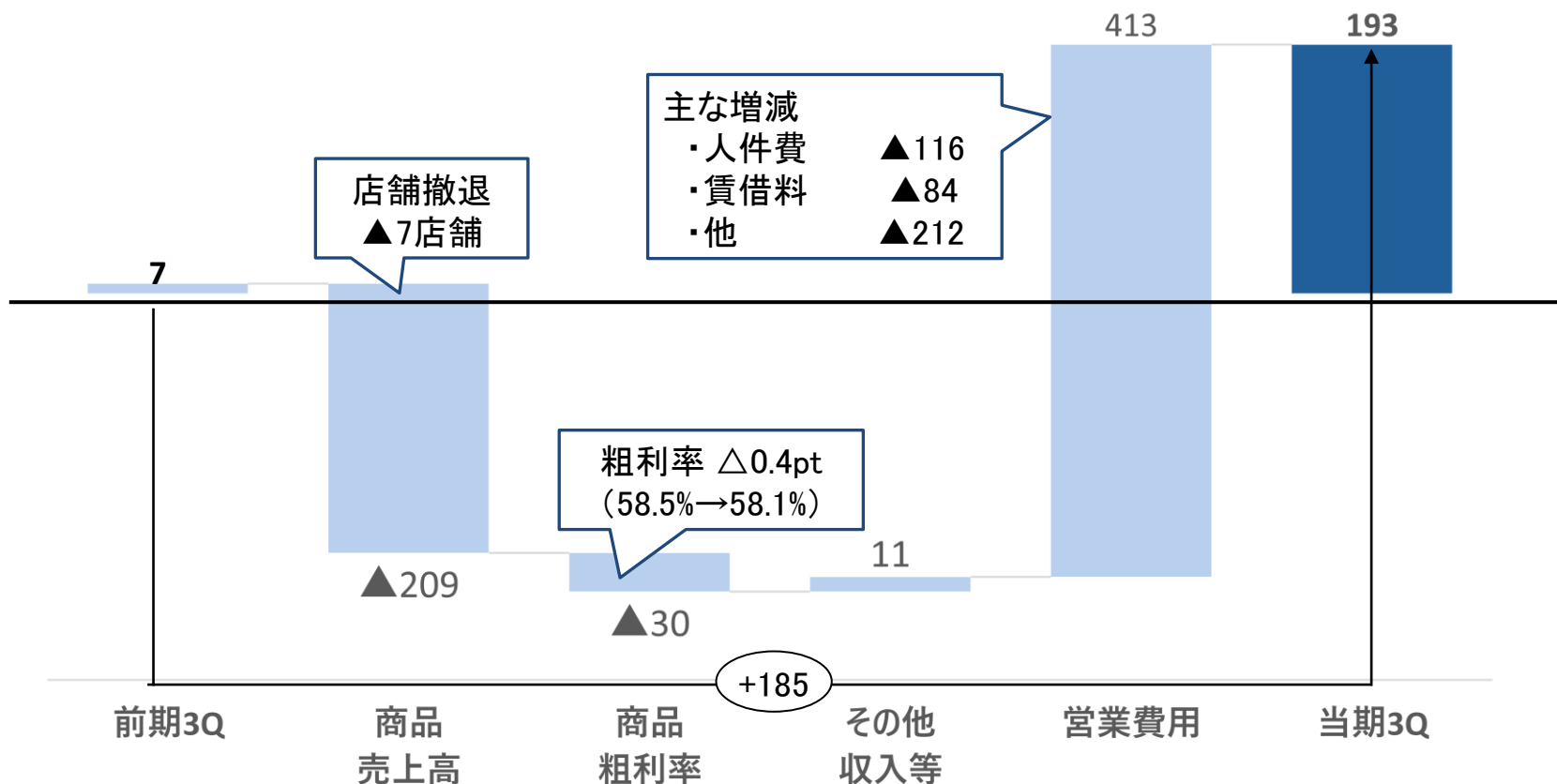
(単位: 百万円)

	24/2期 第3四半期	25/2期 第3四半期	前年同期差額	増減率
販管費	4,629	4,216	△413	△8.9%
広告宣伝費	240	227	△13	△5.6%
人件費	1,535	1,419	△116	△7.6%
賃借料	1,176	1,092	△84	△7.2%
減価償却費	130	113	△16	△12.9%
その他経費	1,545	1,363	△182	△11.8%

# 1-3. 営業損益増減(前年同期比)

- 営業損益は、前年同期比+185百万円改善し193万円を達成
- 2期連続の黒字確保

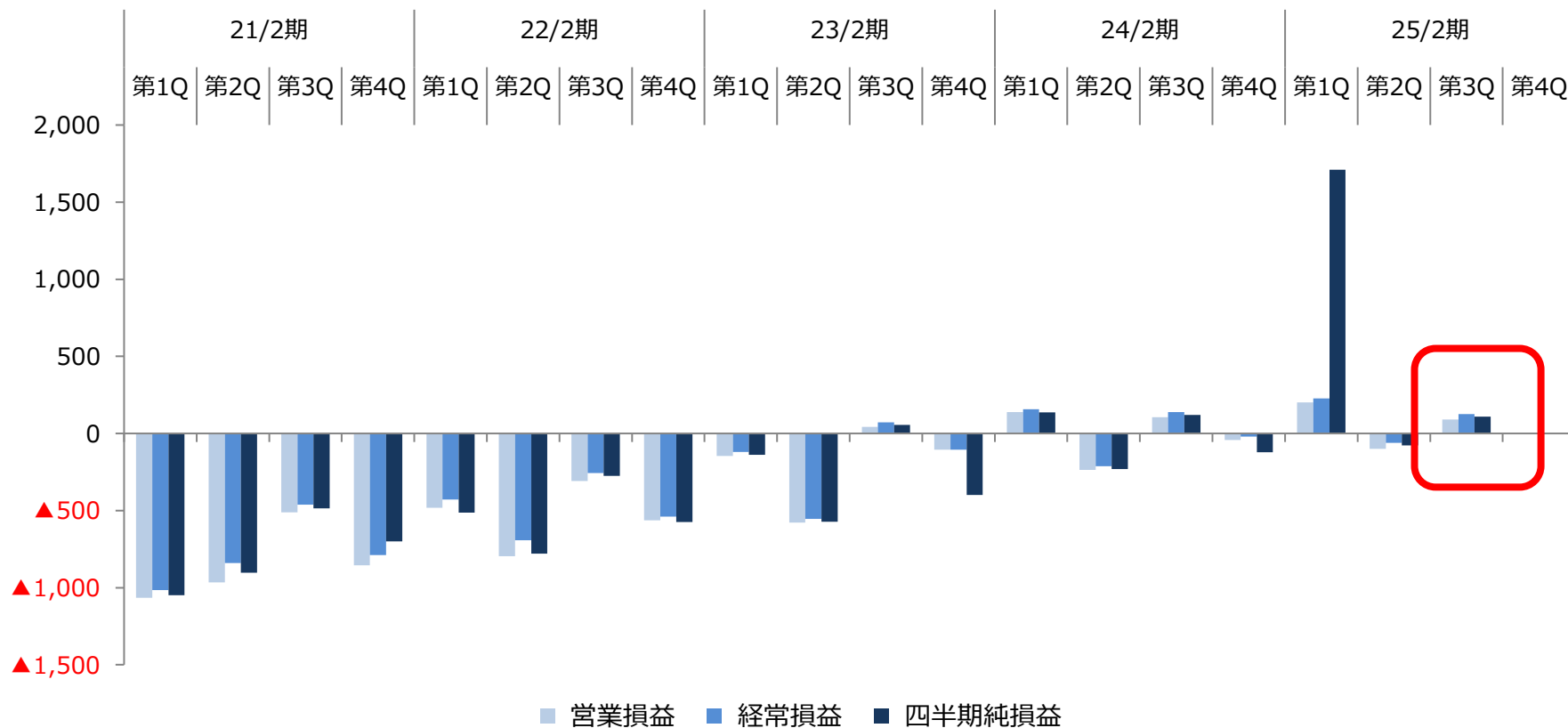
(単位:百万円)



# 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3四半期は11月上旬までの高気温による影響もあるが前期並みの黒字を確保

(単位:百万円)





## 2. 貸借対照表(要約)

- 流動資産の増加: 280百万円
  - 商品(151百万円)、現預金(120百万円)
- 固定資産の減少:  $\Delta$ 60百万円
  - 敷金( $\Delta$ 75百万円)
- 負債の減少:  $\Delta$ 2,463百万円
  - 電子記録債務( $\Delta$ 421百万円)、有利子負債( $\Delta$ 2,052百万円)

(単位:百万円)

	24/2期 第3四半期末	25/2期 第3四半期末	増減	【参考】 24/2期末
総資産	5,779	5,998	219	5,610
流動資産	3,495	3,775	280	3,322
固定資産	2,284	2,223	$\Delta$ 60	2,288
負債	7,624	5,160	$\Delta$ 2,463	7,526
有利子負債	4,047	1,995	$\Delta$ 2,052	4,031
純資産	$\Delta$ 1,845	838	2,683	$\Delta$ 1,915

### 3.通期業績予想(2024年10月9日公表から変更なし)

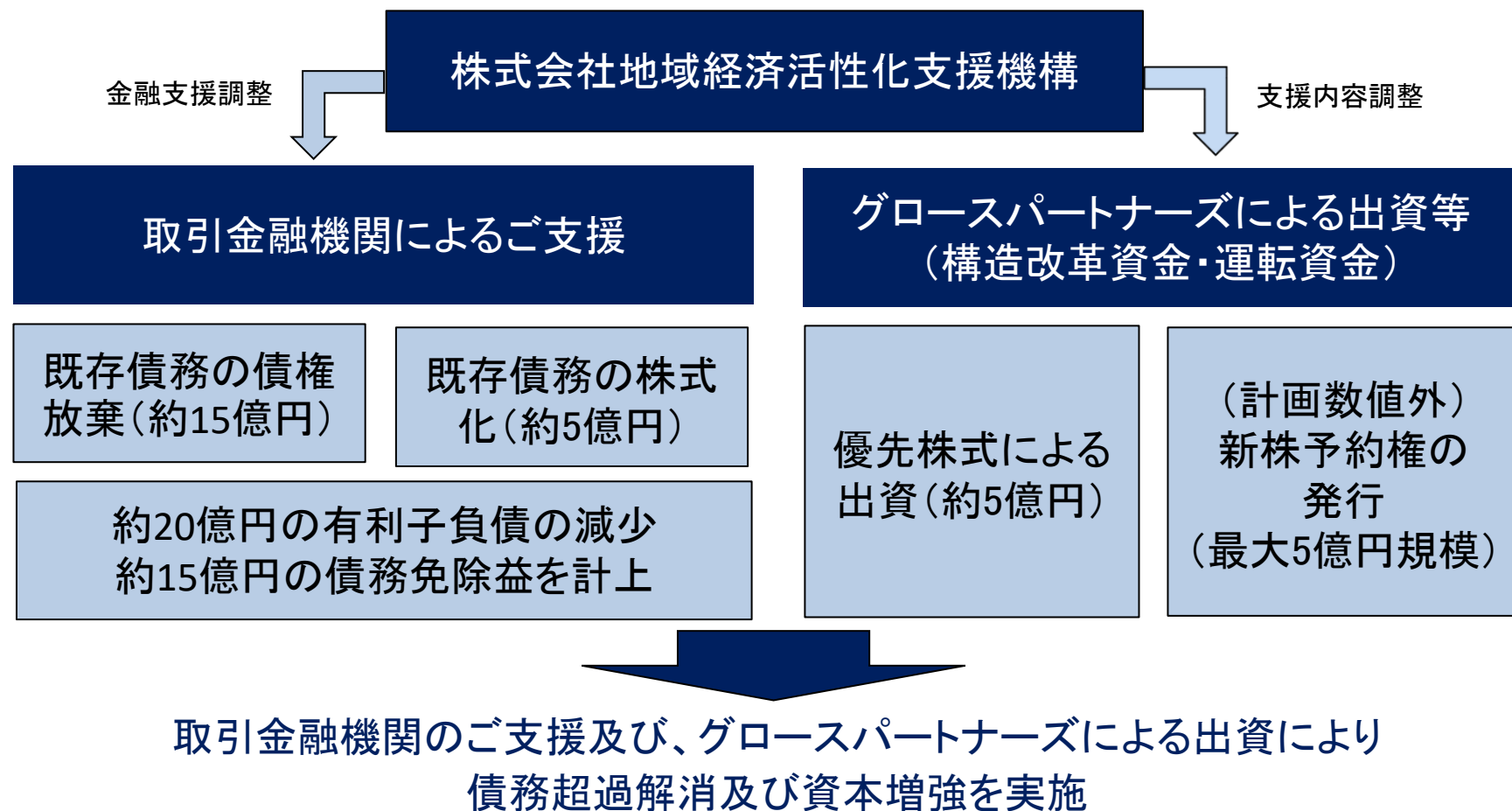
- ・ 値引き販促等の抑制による収益性の向上を推し進める中、第3四半期において10月度の異常な高気温により、秋物の立ち上がりに苦戦したものの、11月中旬以降の気温の低下と共に需要が回復
- ・ 第3四半期末時点では、10月9日公表予想を据え置きとする

(単位:百万円)

	24/2期 実績	25/2期予想			
		4/10公表	10/9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%

## Ⅱ. 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 3Q	25/2期	26/2期	27/2期	28/2期	29/2期
売上高	11,975	10,026	7,106	9,884	9,856	9,908	9,908	9,908
営業利益	▲785	▲40	193	57	19	56	71	132
経常利益	▲706	52	293	239	158	198	214	277
当期利益	▲1,050	▲102	1,741	1,668	87	127	143	207
総資産合計	6,406	5,610	5,998	5,753	5,686	5,746	5,771	5,840
負債合計	8,340	7,526	5,160	5,091	4,957	4,910	4,811	4,694
純資産合計	▲1,933	▲1,915	838	662	729	836	959	1,146

【再掲】

## Ⅲ. 『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

## 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。

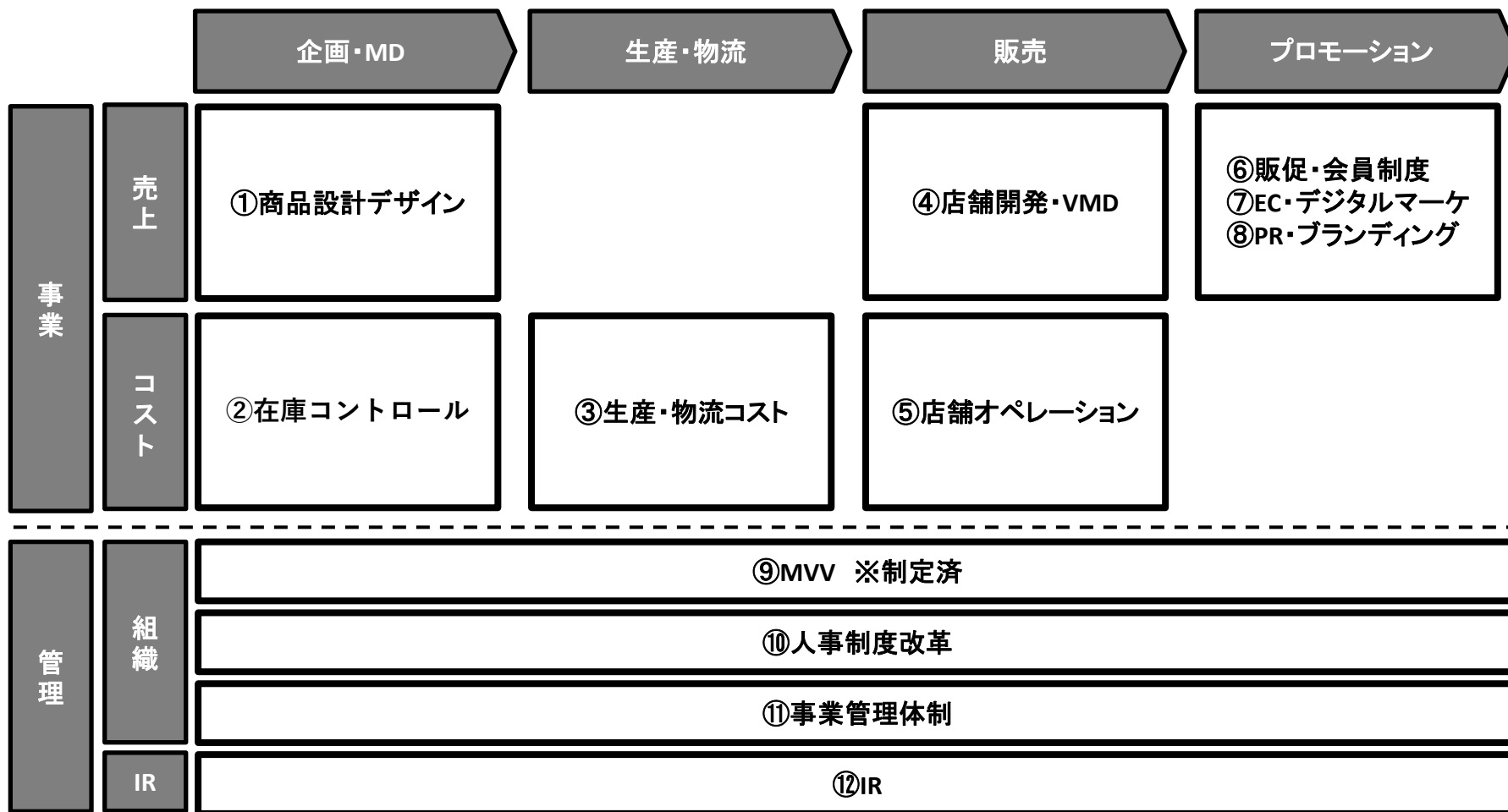
**社会的責任** 私たちは、公正で透明なビジネスを実践し信頼される企業であり続けます。



# 再成長に向けた課題解決

【再掲】

- 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

【再掲】

- 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：①商品設計再定義

- 廉価レンジで同質化した各ブランドを再定義。ターゲットペルソナ・価格帯・テイストを明確に区別し、ブランドをポートフォリオ化。ブランドにEC専用の新規ブランドも2025年春夏シーズンより展開し、顧客層の拡大も狙う
- 全国画一的な商品配分を廃止。全店舗の顧客・競争環境分析を実施し、店舗特性に応じた展開ブランド・商品配分戦略を設計。的中率向上を狙う

ブランド・ブランドポートフォリオの再定義

店舗戦略の再構築



実施  
取組

- 全店舗の顧客分布・購買行動分析
- 全店舗のブランド別売上構成分析
- 全店舗の立地・形態・競合分析

狙い

全国画一的な品揃え  
(商品配分・販売戦略の欠落)

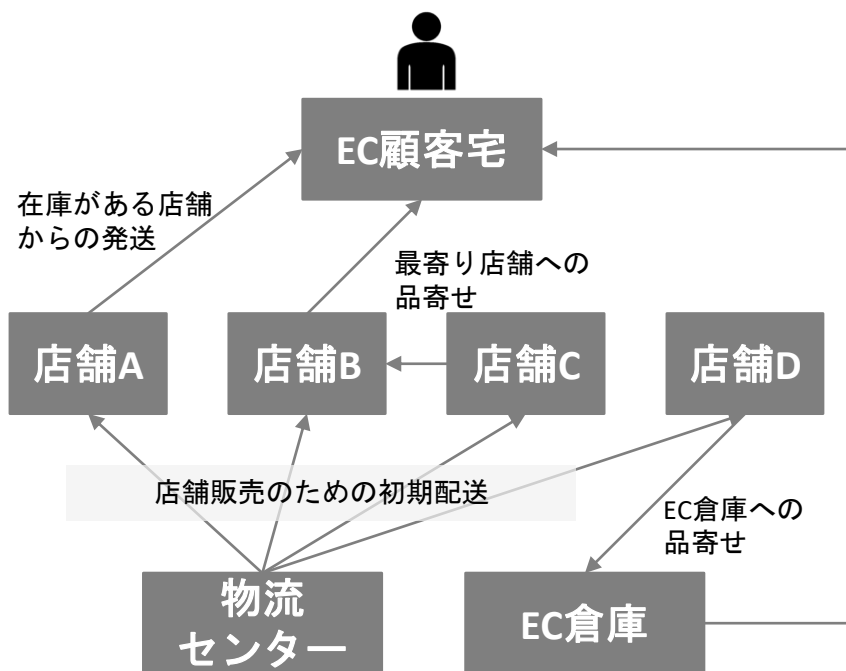
深い顧客理解と環境認識に基づく、  
商品配分・販売戦略により**的中率向上**

※上記他、メンズ向けビッグサイズ商品を展開するプライベートブランド「グランバック」

# 実施施策：③EC物流の最適化

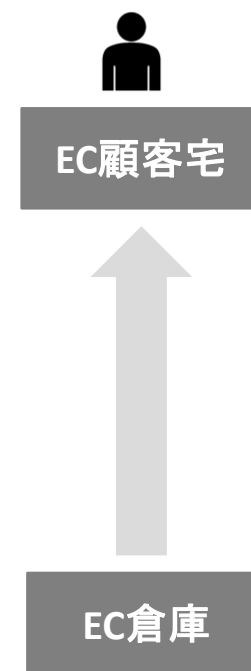
- 従前はEC倉庫が小さく、EC倉庫での在庫切れの場合には、店舗在庫から発送していたために、二重三重の配送が発生していた。EC商品はEC倉庫からの直送とすることで、EC物流を最適化し、配送費を大幅に削減
- EC倉庫のスペースを確保でき次第、EC倉庫からの直送に完全移行予定

変更前



店舗在庫からの配送により、顧客に商品が届くまでに**配送が2~4回**生じている

変更後



EC商品はEC倉庫からの直送とすることで、**配送を1回**に留め、物流費を削減

# 実施施策：④VMD再設計

【再掲】

- 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

【再掲】

- 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～									
	プラチナ	10万円～									
	ゴールド	稼働							¥2,000	¥3,000	¥19,000
	ゴールド	非稼働							¥1,000	¥1,000	¥11,000
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～				¥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

# 実施施策：⑦ECのアルゴリズム改善

- ・ カテゴリーページの商品並び順を「新着順」から「おすすめ順(売上高の高い順)」に変更した結果、翌週には主要4品種で売上前年比147%、全体で同120%を達成

変更前

対象商品 680件 **おすすめ順** 代表カラーのみ 人気キーワード

タイプ  メンズ  レディース  グッズ

商品タイプ  すべて  新着商品  満堂価格商品  セール価格商品  予約商品

カテゴリ  ワイシャツ/ブラウス  スリムフィット (長袖) (20)  スリムフィット (半袖) (1)  レギュラーフィット (長袖) (16)  レギュラーフィット (半袖) (14) **この条件で検索する**   その他ビジネス シャツ/ブラウス(9)

変更後

対象商品 680件 **おすすめ順** 代表カラーのみ 人気キーワード

タイプ  メンズ  レディース  グッズ

商品タイプ  すべて  新着商品  満堂価格商品  セール価格商品  予約商品

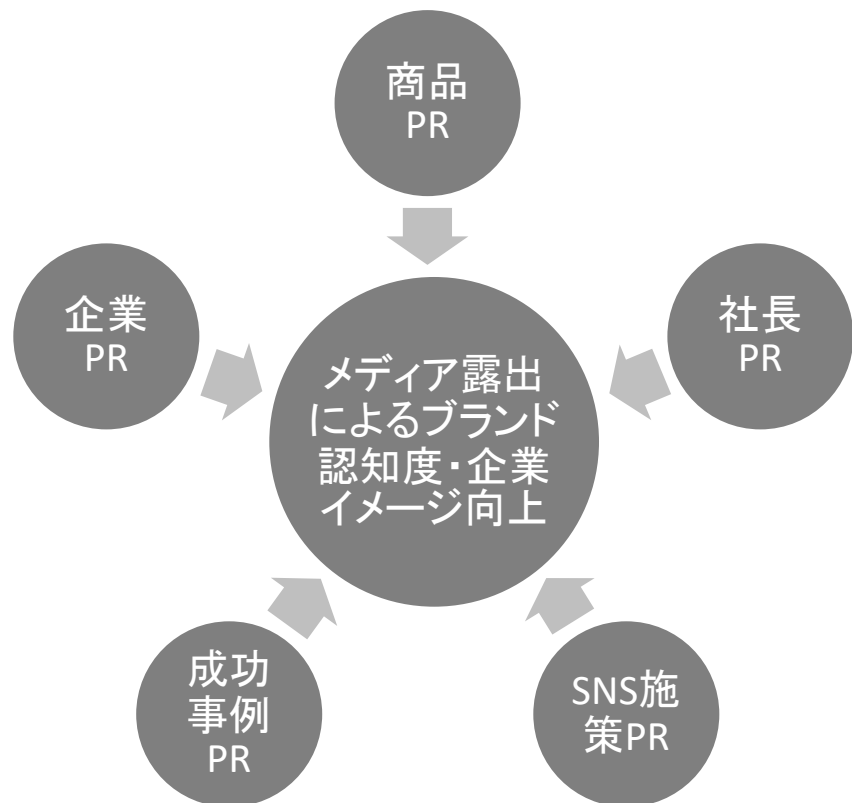
カテゴリ  ワイシャツ/ブラウス  スリムフィット (長袖) (20)  スリムフィット (半袖) (1)  レギュラーフィット (長袖) (16)  レギュラーフィット (半袖) (14) **この条件で検索する**   その他ビジネス シャツ/ブラウス(9)

品種	売上前年比(変更前週)	売上前年比(変更翌週)
スーツ	99.2%	113.2%
ドレスシャツ	113.5%	179.5%
トップス	102.2%	93.0%
カジュアルパンツ	102.1%	139.7%
全体	96.9%	120.2%

# 実施施策：⑦PR・メディアアプローチ強化

- 第3QよりPR支援会社との協業を開始し、PR活動を強化。5軸でのPR施策によりメディア露出を拡大し、ブランド認知度・企業イメージ向上に取り組む
- 取組み開始以降、TV、新聞、雑誌への露出を実現

## PR戦略



## 実績

### TV

- 2025/1/1  
日本テレビ「月曜から夜ふかし 元日 SP」内で、TAKA-Q新宿本店にてクロスストレッチパンツ紹介
- 2025/1/12～ 22:30  
日曜ドラマ「ホットスポット」ゲスト出演の俳優 真島秀和氏着用予定

### 新聞

- 2024/10/11  
「織研新聞」にて社長インタビュー掲載
- 2024/11/14  
「日刊工業新聞」にて社長インタビュー掲載

### 雑誌

- 2025/1/16  
「女性セブン」バレンタイン特集にてネクタイ抽選プレゼント掲載予定
- 2025/3/11  
「財界」にて社長インタビュー掲載予定



# 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)

# 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）

The image displays a collection of logos for various companies, categorized by industry:

- 製造 (Manufacturing):** MEIKO, ITOKI, Ferro Tec, JPE, ASAHI ETO (アサヒ衛陶株式会社), KODAMA (児玉化学工業株式会社), CCS (CREATIVE COSMETIC SATISFACTION), PIXELA.
- 外食 (Food & Beverage):** ALS (アーランドサービスホールディングス), PFS, Storyteller tells the Story (物語コーポレーション), SAINTMARC HOLDINGS CO., LTD., Hiramatsu (株式会社 フジフードシステム), FUJIO FOOD SYSTEM, SLD ENTERTAINMENT INC., MP KITCHEN, OISHES Co., Ltd.
- 小売・外食 (Retail & Food Service):** TAKA-Q, 京鼎樓 (KYODINRYO).
- テック (Tech):** metaps (Net Protections), VISASQ, ザン電子株式会社, Aplix, APPBANK 株式会社.
- その他 (Other):** WELNET (ONLINE MANAGING AND SYSTEM), Estore, SMU (星美文旅), APPBANK 株式会社, EPS, CanBas, STARFLYER (その他), VILLAGE VANGUARD (EXCITING BOOK STORE), Koshidaka HOLDINGS, LIVZON (大成温調株式会社), 石垣食品, Lancers (株式会社 No.1), JAIC (日本アジア投資株式会社).

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

---

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。





TAKAQ