2025年2月期
通期決算説明資料
2025年4月9日

©2025TAKA-Q

目次

I.	2025年2月期通期決算概要	P.3
	(1)損益計算書(要約)	P.4
	(2)貸借対照表(要約)	P.9
	(3)キャッシュフロー計算書(要約)	P.10
	(4)2026年2月期通期業績予想	P.11
	(5)種類株式に係る剰余金配当	P.12
II.	債務超過解消に向けた取り組みと進捗	P.13
III.	『我社は変わる』	P.18
	(1)MVVの刷新	P.20
	(2)再成長に向けた課題解決	P.21
	(3)実施施策	P.22
	(4)2025年度基本方針	P.35
IV.	Appendix	P.37
	(1)サスティナブル経営への取り組み	P.38

©2025TAKA-Q

Ⅰ.2025年2月期通期決算概要

©2025TAKA-Q

1. 損益計算書(要約)

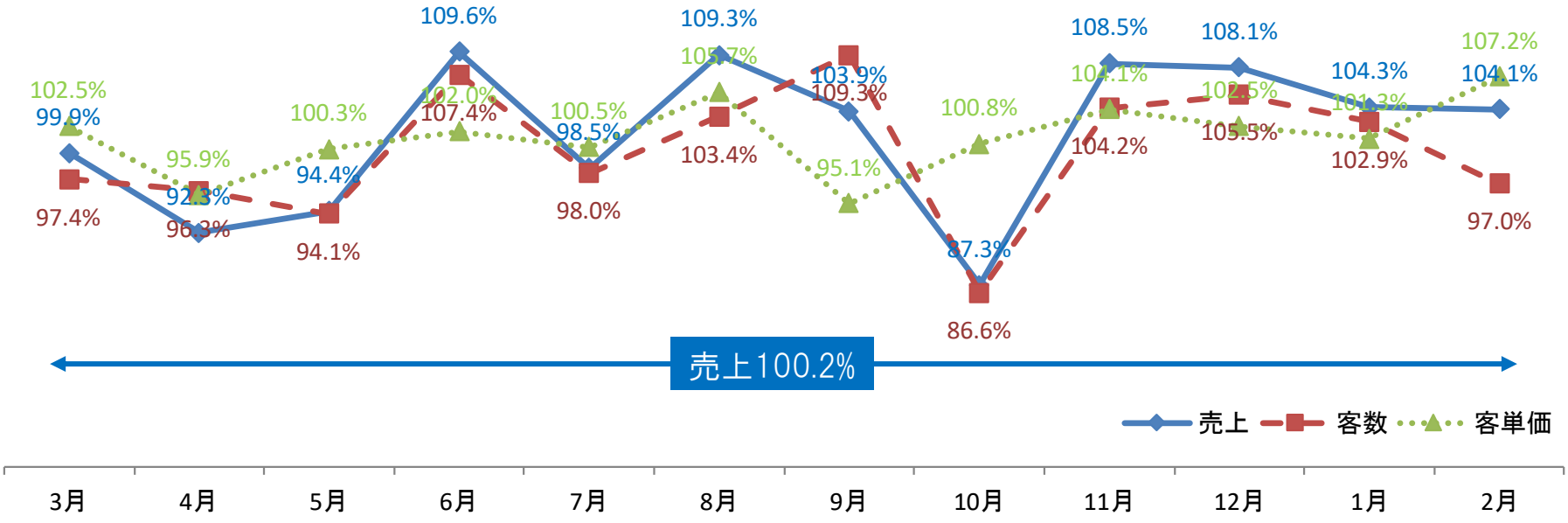
- 売上高は、店舗の撤退により、前年比減収であるものの、強化したビジネスカジュアル商品が好調に推移し、売上成長率は改善(＋12.5pt)
- 利益面では、値引コントロール、コスト管理の徹底、および店舗数減少による販管費削減(△8.3pt)により、営業利益は黒字を達成
- なお、当期純利益には、債務免除益1,499百万円(特別利益に計上)を含む

単位:百万円	24/2期 通期	25/2期 通期	前年同期差額	増減率
売上高	10,026	9,650	△376	△3.8%
成長率	*83.7*	*96.2*	*+12.5pt*	—
売上総利益	6,156	5,883	△272	△4.4%
売上総利益率	*61.4*	*61.0*	*△0.4pt*	—
販管費	6,196	5,679	△517	△8.3%
営業利益	△40	203	＋244	—
営業利益率	*△0.4*	*2.1*	*+2.5pt*	—
経常利益	52	355	＋303	578.6%
当期純利益	△102	1,968	＋2,070	—

©2025TAKA-Q

1-1. 既存店売上（EC含む・前年同期比）

- 2025年2月期は、品揃えの不足や季節変動の影響等から、客数が下振れる月度があったものの、客単価は概ね改善傾向にあり、通期の既存店売上前年同期比は100.2%



©2025TAKA-Q

1-2. 販売費及び一般管理費(要約)

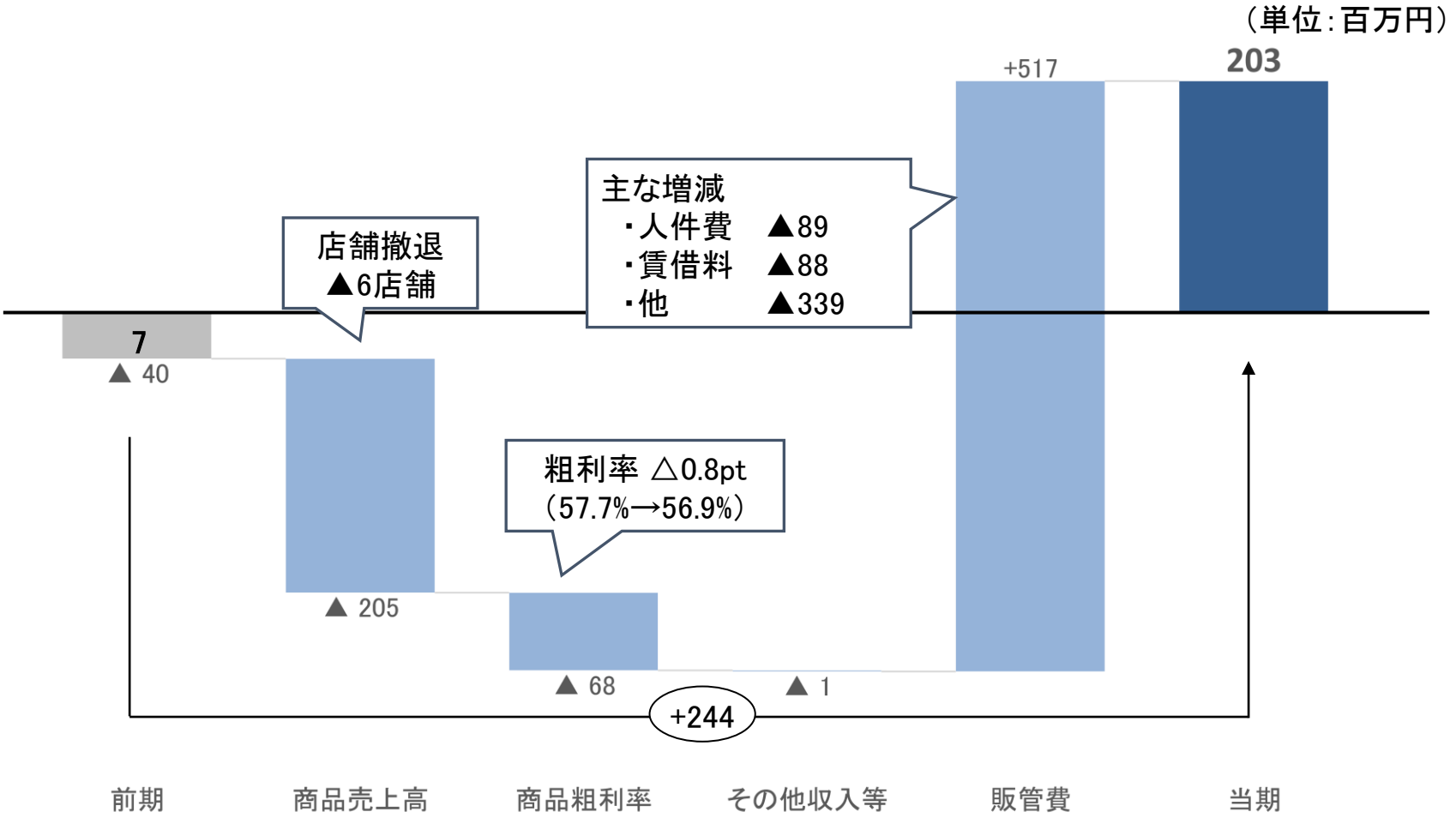
- 販管費　前年同期差△517百万円、事業構造改革、店舗撤退の影響等
  - 人件費:△89百万円:店舗運営の効率化による人員・時間数の削減
  - 賃借料:△88百万円:店舗撤退、交渉による賃料減額
  - その他経費:△301百万円:運送費、業務委託費等の支出抑制

単位:百万円	24/2期 通期	25/2期 通期	前年同期差額	増減率
販管費	6,196	5,679	△517	△8.3%
広告宣伝費	307	294	△12	△4.1%
人件費	2,034	1,945	△89	△4.4%
賃借料	1,554	1,465	△88	△5.7%
減価償却費	173	147	△25	△14.9%
その他経費	2,127	1,826	△301	△14.2%

©2025TAKA-Q

1-3. 営業損益増減(前年同期比)

- 営業損益は、前年同期比+244百万円改善し203万円の黒字を達成

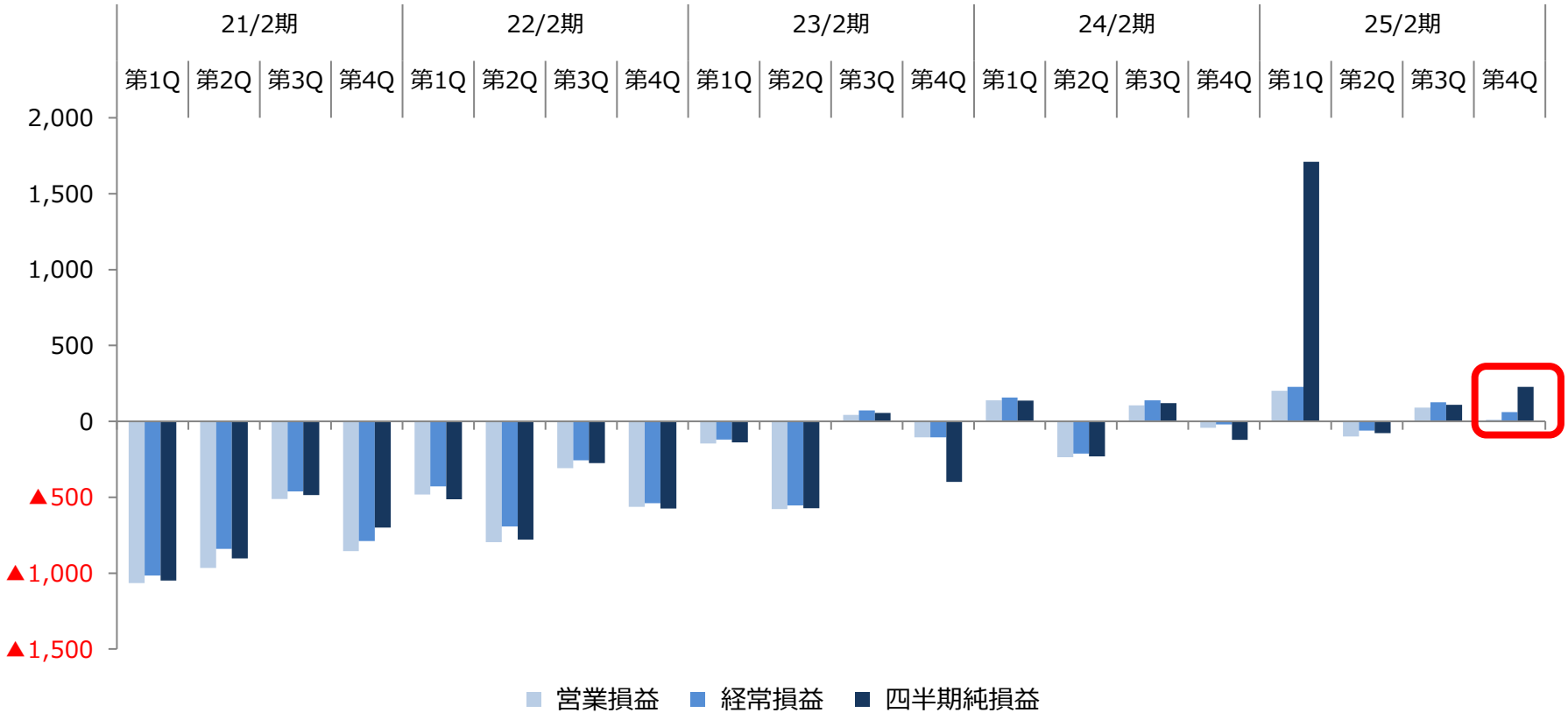


©2025TAKA-Q

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4四半期は12月以降の急激な気温低下による影響もあり、黒字を確保

（単位：百万円）



©2025TAKA-Q

2. 貸借対照表(要約)

- 流動資産の増加:+81百万円
  - 商品(+32百万円)、現預金(+248百万円)、売掛金(△90百万円)
- 固定資産の減少:103百万円
  - 敷金(△78百万円)
- 負債の減少:△2,910百万円
  - 電子記録債務(△463百万円)、有利子負債(△2,000百万円)

単位:百万円	24/2期 期末	25/2期 期末	増減
総資産	5,610	5,691	＋81
流動資産	3,322	3,507	＋184
固定資産	2,288	2,184	△103
負債	7,526	4,615	△2,910
有利子負債	3,991	1,991	△2,000
純資産	△1,915	1,075	＋2,991

©2025TAKA-Q

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
  —仕入債務の減少△583百万円

（単位：百万円）

単位：百万円	24/2期 通期	25/2期 通期
営業活動によるキャッシュフロー	△258	△98
投資活動によるキャッシュフロー	+66	△65
財務活動によるキャッシュフロー	△166	+412
現金及び現金同等物の増減額	△358	+248
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当期末残高	+1,130	+1,378

©2025TAKA-Q

4.2026年2月期通期業績予想

- 売上高：前期撤退に伴う店舗数純減により減収（既存店前期比101.4%を想定）
- 売上総利益：商品改革、および販促の見直し等による粗利率の改善（+3.0pt）
- 販管費：賃金水準の高騰、および正社員、地域限定正社員のベースアップ実施等による人件費増を見込む（賃上げ率2.5%程度）

単位：百万円	25/2期 実績	26/2期予想			
		24/3公表 事業再生計画	予想	前期増減	増減率
売上高	9,650	9,856	9,300	△350	△3.6%
売上総利益	5,883	―	5,990	＋106	1.8%
販管費	5,679	―	5,780	＋101	1.8%
営業利益	203	19	210	＋7	3.1%
経常利益	355	158	330	△25	△7.2%
当期純利益	1,968	87	260	△1,708	△86.8%

©2025TAKA-Q

5.種類株式に係る剰余金配当

(1)種類株式に係る剰余金の配当

	決定額	直近の配当予想 (2025年1月10日)
基準日	2025年2月28日	同左
1株当たり配当金	A種種類株式　0円70銭	A種種類株式　0円70銭
	B種種類株式　7円70銭	B種種類株式　7円70銭
配当金総額	A種種類株式　　11,355,890円	―
	B種種類株式　　3,849,974円	―
効力発生日	2025年5月26日	―
配当原資	利益剰余金	―

(2)種類株式に係る剰余金の配当予想

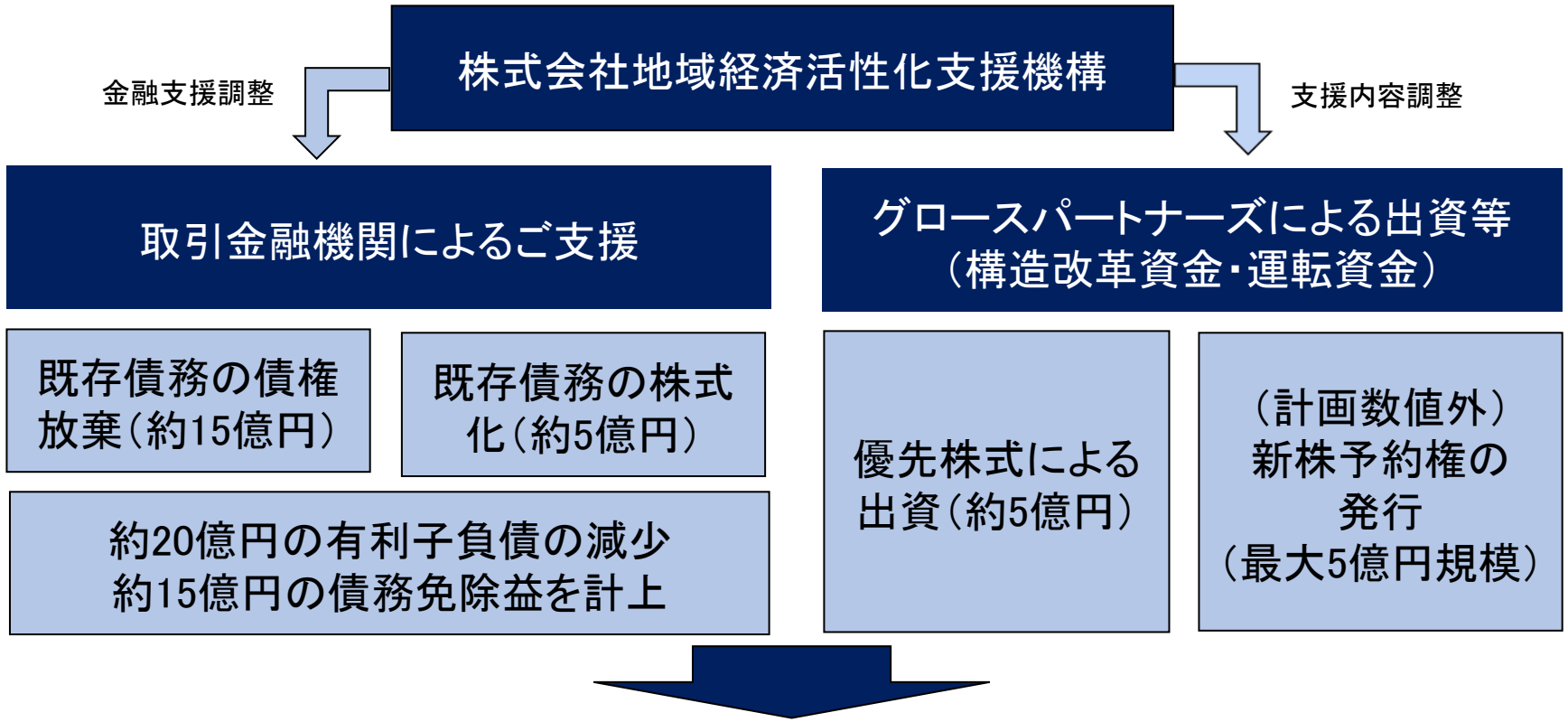
	2026年2月期
1株当たり配当金	A種種類株式　0円90銭
	B種種類株式　10円00銭

©2025TAKA-Q

Ⅱ. 債務超過解消に向けた取組と事業再生計画の進捗

©2025TAKA-Q

1. 2024年5月末債務超過を解消



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実施

※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。

©2025TAKA-Q

2. 事業再生計画（数値計画）初年度増益を達成

- 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、2024年5月末にて、債務超過解消及び資本増強を達成
- 通期は、事業構造改革等の効果により、各段階利益は黒字化を果たし、事業再生計画初年度を達成

（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	25/2期	26/2期	27/2期	28/2期	29/2期
売上高	11,976	10,026	9,650	9,884	9,856	9,908	9,908	9,908
営業利益	▲785	▲40	203	57	19	56	71	132
経常利益	▲707	52	355	239	158	198	214	277
当期利益	▲1,050	▲102	1,968	1,668	87	127	143	207
総資産合計	6,407	5,610	5,691	5,753	5,686	5,746	5,771	5,840
負債合計	8,341	7,526	4,615	5,091	4,957	4,910	4,811	4,694
純資産合計	▲1,934	▲1,915	1,075	662	729	836	959	1,146

©2025TAKA-Q

3.上場維持基準(純資産基準)への適合見込み

当社は、2022年2月期会計年度末の純資産が△879百万円の債務超過となったことから、上場廃止基準に係る猶予期間入り銘柄となりましたが、その解消に向けた各種施策、収支改善に向けた事業構造改革、資本増強策等に取り組んだ結果、2025年2月期会計年度末の純資産が1,075百万円となり、上場維持基準(純資産基準)に適合する見込みとなりました。

また、当社は、2024年2月29日時点において、あらたに「流通株式時価総額」にも適合しない状況となり、適合に向けた取り組みを進めてまいりましたが、当社の試算では流通株式時価総額基準に係る上場維持基準につきましても充足する見込みであります。

©2025TAKA-Q

4.「継続企業の前提に関する重要事象等」の記載解消

当社は、当第1四半期末時点において債務超過を解消しております。しかしながら、前事業年度まで継続して営業損失を計上していることを鑑み、引き続き継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が継続して存在しているものと認識しておりました。

当社は、2024年3月28日公表の事業再生計画を着実に実行し、当該事象の解消に向けて取り組んでまいりました。その結果、当2025年2月期会計年度の業績は収益改善策や事業構造改革等の効果もあり、各段階損益は黒字化を果たすに至りました。

このような状況を総合的に判断した結果、現時点において継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような事象又は状況は存在しないと判断し、「継続企業の前提に関する重要事象等」の記載を行わないこととといたしました。

©2025TAKA-Q

Ⅲ.『我社は変わる』

©2025TAKA-Q

『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

©2025TAKA-Q

MVVの刷新

【再掲】

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。

©2025TAKA-Q

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	● 地域・店舗タイプ別VMDの再設計
		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

©2025TAKA-Q

TAKA-Q

実施施策：①商品設計再定義

【再掲】

- 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。ポートフォリオにEC専用の新規ブランドも追加予定
- 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

ブランドのポートフォリオ化により、
価格帯と顧客層を拡大

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」

©2025TAKA-Q

実施施策：①EC専用新ブランド「DRAW」の展開

- 2025年春夏シーズンより広告し、秋冬シーズンより新規展開、顧客層の拡大も狙う
- 商品展開は、Z世代を中心としたメンズ・レディース・ジェンダーレスなカテゴリーで
  ファッション好きをターゲットに向けたカジュアルスタイル

GENDERLESS CASUAL

いつの時代にも欠かせない
定番アイテムに遊びを効かせた
ニューベーシックモダン
20～30代をターゲットとした
より都会的かつ知的に
デザインされた
ヨーロッパの香り佇む
ユニセックスなアイテム

AMERICAN CASUAL

アメリカンカルチャーを根底に
現代のライフスタイルに
マッチした洗練した
カジュアルスタイルを提案
20代後半～40代をターゲット
とした都会的なデザインを
ベースに気持ちよく過ごせる
デイリーなワードローブ

TREND CASUAL

「あれもこれも欲しい！」で
買い物カートがあふれちゃう
今！のトレンド感たっぷりな
カジュアル服
20～30代をターゲットとした
旬の気分を盛り上げる
トレンドカジュアルを
ラインナップ

MODE CASUAL

ミニマルなデザインと品の良さを
MIXしたモードブランド
20～30代をターゲットとした
自分らしさを表現できる
奇抜すぎないキレイめな
スタイル、モノトーンを
基調とした落ち着いた雰囲気の
中にエッジを効かせたスタイル

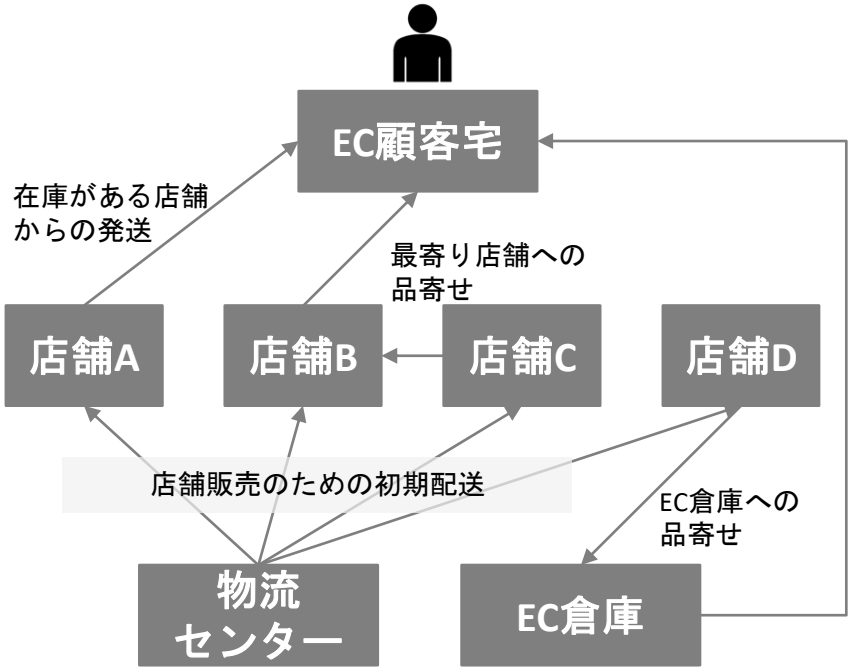
©2025TAKA-Q

実施施策：③EC物流の最適化

【再掲】

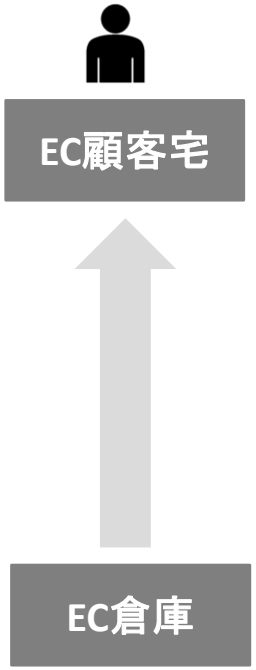
- 従前はEC物流が最適化されておらず、二重三重の配送が発生していた。
  EC商品はEC倉庫からの直送とすることで、配送費の大幅削減を目指す。
  2025年6月から完全移行予定

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

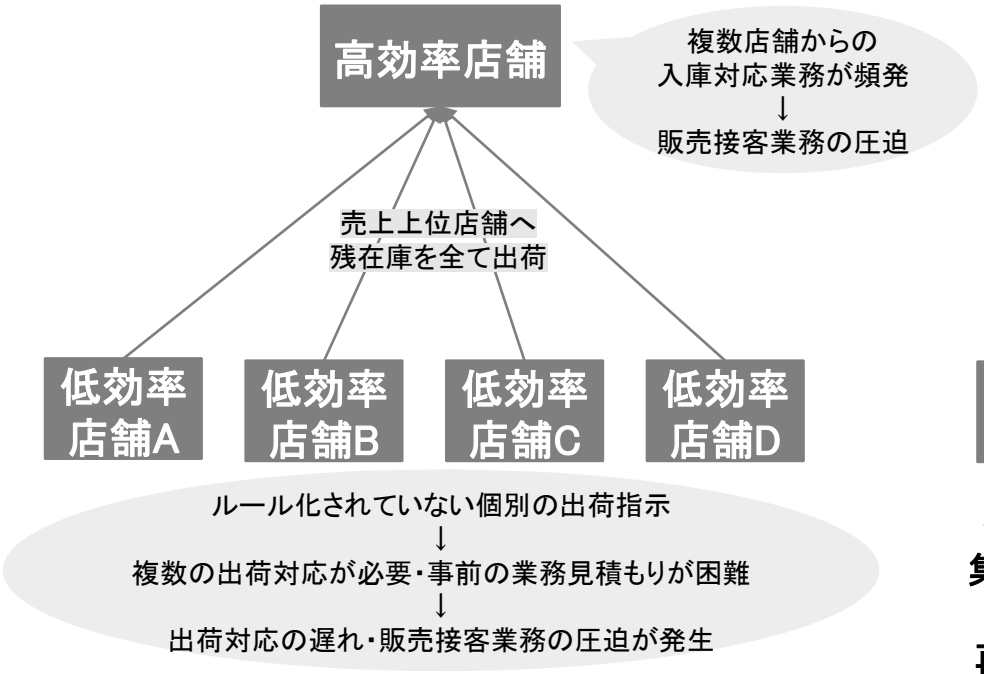
©2025TAKA-Q

TAKA Q

実施施策：③期中の商品再配置の最適化

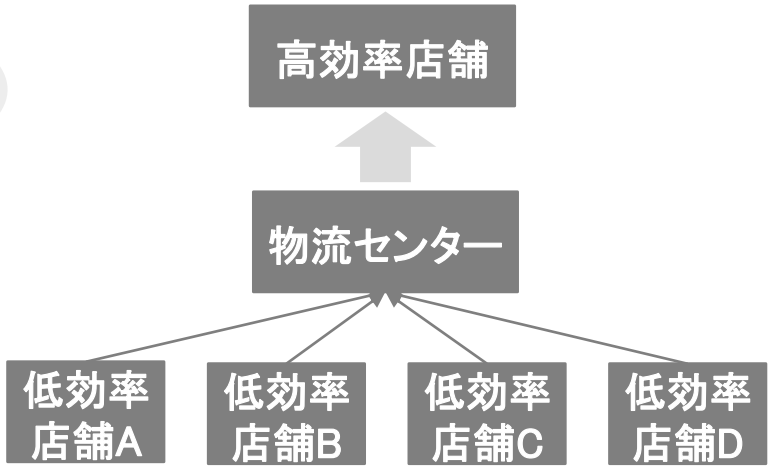
- 商品の消化率が悪い店舗から売上上位店舗に再配分する仕組みを刷新。
  店舗間直送による現場業務の圧迫を解消し、店舗スタッフが販売業務に専念できる体制を整備

変更前



複数店舗からの入庫業務や事前の予見がしづらい出庫業務が発生し、スタッフが接客販売に専念しづらい事態が頻発。適正在庫を超過するケースも。

変更後



低効率店舗からの配送先を物流センターに一度集結させ、高効率店舗にまとめて入荷することで、高効率店舗の入庫業務を大幅削減。
再配分について一定のルールを設定することで、低効率店舗において効率的な出荷体制を整備。
が接客販売に専念できる体制と
適正在庫維持を実現

©2025TAKA-Q

実施施策：④VMD再設計

【再掲】

- VMD再設計を実施し、入店客数と接客機会の増加を狙う。トライアル店舗のタカキューヤエチカ店ではVMD変更後1日目から売上は前年比300%超を達成
- 4月にVMD委員会を発足し、7月までに全店の売場の標準化を図る

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%

©2025TAKA-Q

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。3月度から新会員制度の運用を開始し、会員売上の粗利率は大きく改善
- 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

区分	ランク	購入金額	通年	会員セール期間		バースデー	入会更新	年間計
			割引	割引	買物券	買物券	買物券	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~						
	スーペリア	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

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	入会更新	ポイント
			割引	割引	買物券	買物券	買物券	付与率
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~				¥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

©2025TAKA-Q

TAKA-Q

実施施策：⑦ECのアルゴリズム改善

【再掲】

- 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

変更後

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%**

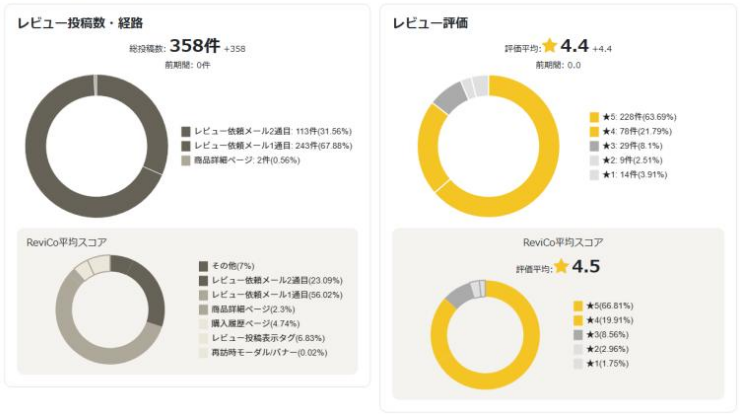
©2025TAKA-Q

実施施策：⑦レビュー機能の活用

- 自社サイトに購入した商品の評価、コメント機能をリリース
  レビューを増やすことで購入率の増加を図る

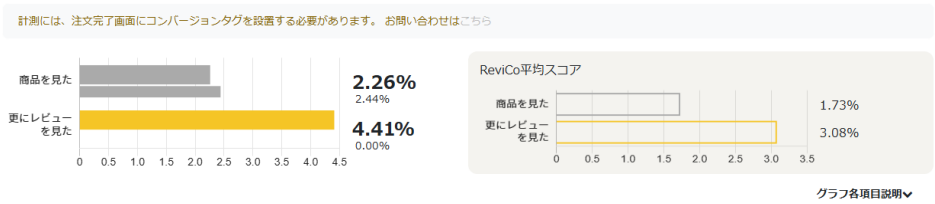
（1）レビュー投稿実績

レビュー投稿・評価



（2）購入率実績

コンバージョン率



件数 358件 ／ 平均評価 4.4
レビューのある商品の購入率 2.34%
レビューを見た人の購入率　4.41%
同期間の自社サイト購入率　1.68%

⇒レビューを増やすことで購入率の増加を図る

（3）スタッフレビューの運用開始

©2025TAKA-Q

実施施策：⑦SEO（検索エンジン最適化）対策

- Google、Yahoo等の検索エンジンで特定のキーワード（スーツ、ワイシャツ等）を検索した際に、自社サイトを上位表示させることで自然検索訪問数の増加を狙う

検索キーワード「スーツ」
11月26日 6位 ⇒ 2月4日 3位

検索キーワード「ワイシャツ」
11月26日 48位 ⇒ 2月4日 26位

検索キーワード「ビジカジ」
11月26日 58位 ⇒ 2月4日 4位

強化するキーワードを選定し、Hタグ（見出しタグ）の構成を変更
12月から開始し、検索上位に表示されている

©2025TAKA-Q

実施施策：⑦記事特集コンテンツ

- **Google検索で特定のキーワード（ビジカジ等）を検索した際に、「関連する質問」欄に自社作成の記事特集を掲載し自社サイトへの流入を図る**

「ビジネスカジュアルとは？」
12月26日記事リリース

「ビジネスカジュアルのNG例は？」
12月26日記事リリース

訴求するキーワードから記事を作成
（月2本 / 年間24本）

12月26日リリースの「ビジネスカジュアルのNG例は？」が
Googleの「関連する質問」欄に掲載　⇒

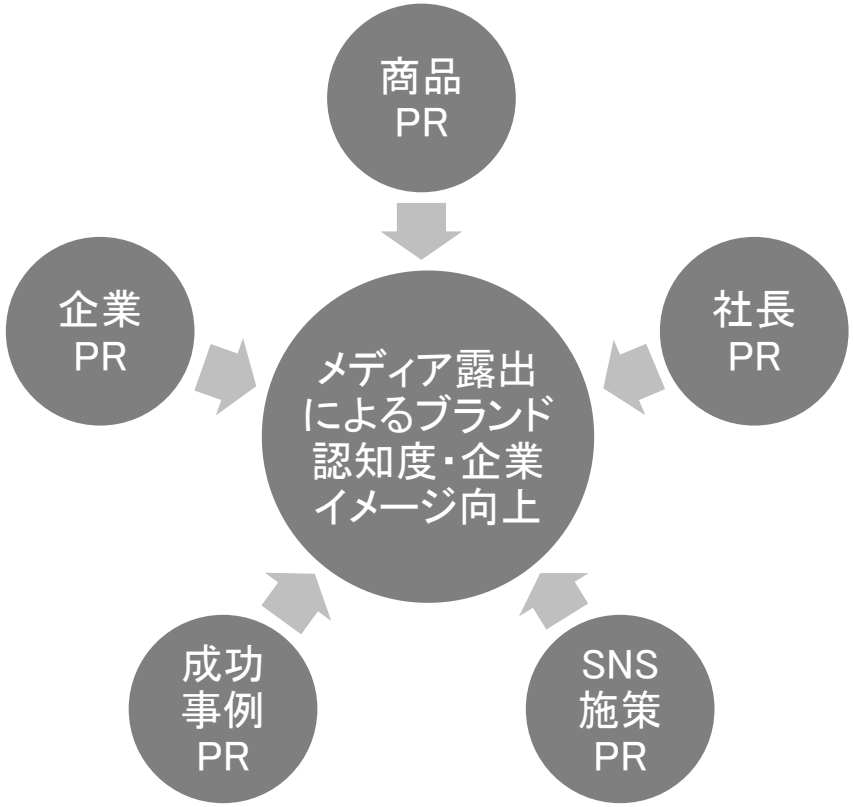
©2025TAKA-Q

実施施策：⑦PR・メディアアプローチ強化

【再掲】

- 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	● 日本テレビ3・4月放送分「踊るさんま御殿！！」に衣装協力 ● テレビ朝日4月放送ドラマ「特捜9」に衣装協力 ● 東京MXテレビ夏放送ドラマ「ただの恋愛なんてできっこない」に衣装協力
新聞	● 「繊研新聞」「日本ネット経済新聞」「日本経済新聞」に社長インタビュー掲載 ● 「繊研新聞」に新商品「circle motion」掲載
雑誌	● 「財界」2月号に社長インタビューが掲載 ● 「FINEBOYS」4月号の新社会人特集でスーツコーディネートが掲載 ● Webマガジン「社長名鑑」4月号に社長インタビュー掲予定

©2025TAKA-Q

実施施策：⑩人事制度改革

- 10年以上前に構築された現人事制度を0ベースで見直し、社員一人ひとりが自身の成長にギアが入る制度を再構築。業績貢献による適切な報酬還元の導入等により、売上に繋がる人事制度を設計

制度改定で実現させること	・制度のわかりやすさによるモチベーション向上 ・業績貢献による適切な報酬還元 ・全社員の水準底上げ（土台の強化）

- 最適な人員配置の実現および若返りに向けた組織改善を図る

新卒採用再開	・再成長に向けた新卒採用活動の再開 ・2025年3月から説明会、選考会を実施
中途即戦力採用強化	・業界経験者、即戦力人材の中途採用強化 ・パート・アルバイトから正社員への登用強化

©2025TAKA-Q

2025年度の取り組み施策

- **施策②⑥**：月別仕入れを見直し、**前年踏襲ではなく毎シーズン基準値に基づいたディストリビューション管理を徹底**。また、**会員制度の変更による値引割引の大幅軽減で商品投下資本粗利益率を向上**させ、**キャッシュフロー改善**を目指す
- **施策②**：**店舗タイプ別にあるべき店舗基準在庫を設定**。基準在庫に対して、開発SKUが過多であったことが、生産体制・店構え（VMD）・店舗オペレーション等の煩雑化の要因となっていたため、**開発SKUの30%削減を目指した生産計画**に変更
- **施策③**：物流センターにおいて、店舗数の減少等による物流減少後、余分なスペースやシステム等が生じていたため、**契約の見直し、および再活用**を実施
- **施策⑤**：店舗オペレーションにおける接客販売以外の直接的な利益を生み出さない業務（物流対応・システム対応・待機時間等）が過多となっていたため、当該業務を生み出す要因を個別に対処し、**接客・販売に集中できる業務フロー改善**を実施
- **施策⑤**：販売マニュアルの整備により、**成績の良い販売スタッフの業務フローをマニュアル化し、全スタッフの生産性改善**に取り組む
- **施策⑦**：市場での当社のブランド認知度、およびブランドイメージ、ターゲットとするペルソナへのリーチを測定するため、**マーケットリサーチを実施**予定。今後のブランド戦略や商品企画に活かすべく継続的（年1回程度）に実施予定
- **施策⑫**：従前最小限のIR活動に留まっていたが、**事業の取り組みが把握可能な決算資料、個人投資家向け説明会の実施、機関投資家との対話等**を今後拡充予定

©2025TAKA-Q

2025年度
基本方針

Qが紡ぐ、新たなT/Q
T/Q
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。
TAKA&Q

2025年
我社は変わる

1. 商品が変わる
2. 店舗が変わる
3. 接客サービスが変わる
4. 会員制度が変わる
5. 販促が変わる
6. ECが変わる
7. 店舗開発が変わる
8. 人事制度が変わる
9. 採用が変わる
10. 後方が変わる

Ⅳ. Appendix

©2025TAKA-Q

1. サスティ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

©2025TAKA-Q
TAKA-Q

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すようお願い申し上げます。

©2025TAKA-Q

TAKA-Q

©2025TAKA-Q