

TAKAQ  
ENJOY FASHION! ENJOY LIFE!

2024年2月期  
第2四半期 決算説明資料  
2023年10月11日

# 目次

---

I.	2024年2月期第2四半期決算概要	P.3
	(1)損益計算書(要約)	P.4
	(2)貸借対照表(要約)	P.9
	(3)キャッシュ・フロー計算書(要約)	P.10
II.	2024年2月期上半期の取り組み	P.11
	(1)MD改革	P.12
	(2)OMO推進によるビジネスモデルの構築	P.14
	(3)顧客の囲い込み策の深耕	P.16
	(4)EC事業の成長加速 - 販売チャネル改革	P.20
III.	債務超過解消に向けた取り組みの進捗	P.21
IV.	Appendix	P.27
	(1)サステイナブル経営への取り組み	P.28

# I .2024年2月期 第2四半期決算概要

# 1. 損益計算書（要約）

- 商品販売単価が低く、売上構成比が低い上半期において、資本政策関連費用等により損益マイナスも、赤字幅は前期比大幅減
  - 売上高: 36店舗<sup>\*1</sup>の撤退等により減収(△13.1%)
    - ▶ ブランド一部廃止により既存店前期比99.7%(20/2期比76.2%、計画比+1.1pt)
  - 販管費: 前期の店舗撤退や事業構造改革の実施により削減(△23.7%)
  - 営業利益: 売上総粗利減を販管費抑制で補い、赤字継続も前年同期比626百万円改善(資本政策関連費用114百万円控除後は営業利益・四半期利益ともプラスに)

単位:百万円	23/2期 第2四半期	24/2期 第2四半期	前年同期差額	増減率
売上高	5,716	4,970	△746	△13.1%
売上総利益	3,414	3,058	△355	△10.4%
販管費	4,138	3,156	△982	△23.7%
営業利益	△724	△98	+626	—
経常利益	△673	△55	+617	—
当期純利益	△713	△93	+619	—

(\*1) 23/2期の期首166店舗と24/2期の期首130店舗の差

# 販売費及び一般管理費（要約）

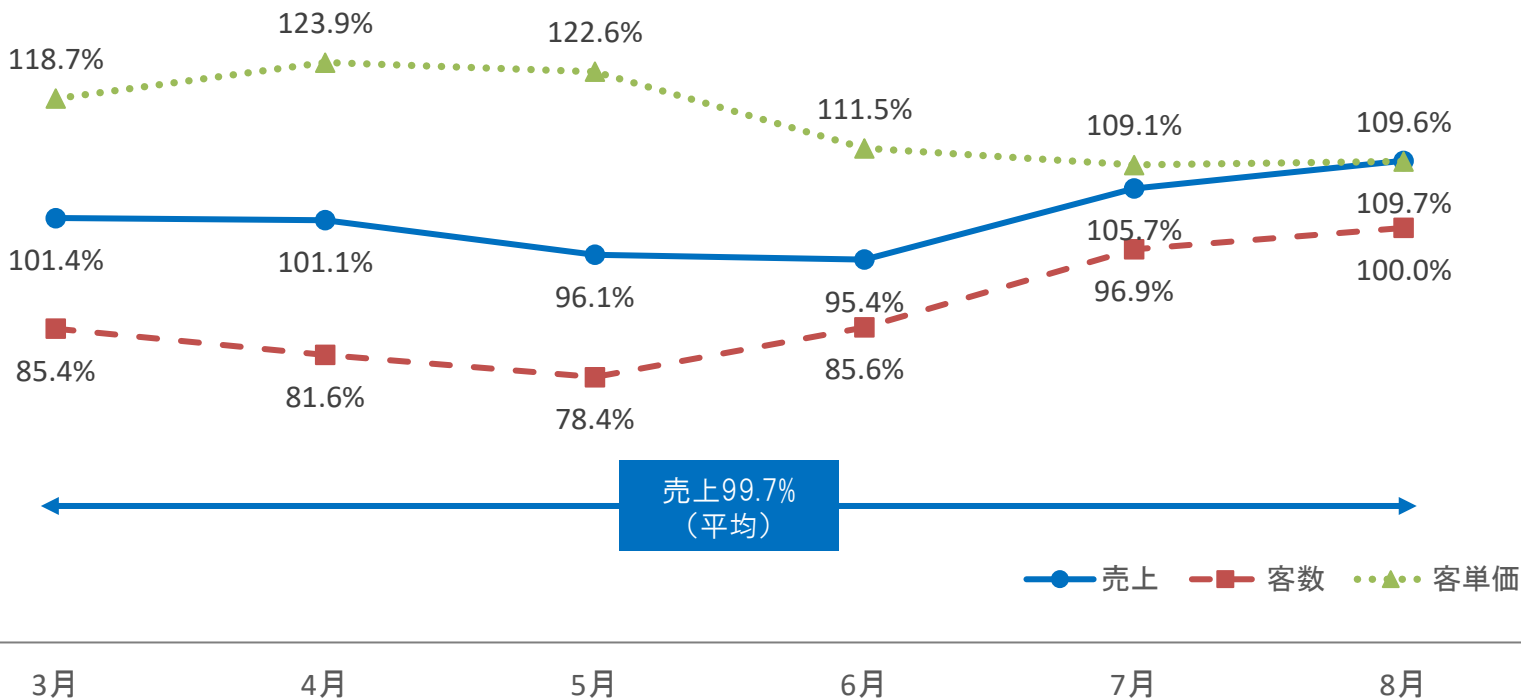
- 販管費 前年同期差△982百万円、事業構造改革、店舗撤退の影響等
  - 人件費：△370百万円：希望退職等、店舗運営の効率化による人員・時間数の削減
  - 賃借料：△230百万円：店舗撤退、交渉による賃料減額
  - その他経費：△322百万円：運送費、業務委託費等の支出抑制

（単位：百万円）

	23/2期 第2四半期	24/2期 第2四半期	前年同期差額	増減率
販管費	4,138	3,156	△982	△23.7%
広告宣伝費	199	158	△40	△20.5%
人件費	1,417	1,046	△370	△26.2%
賃借料	1,027	796	△230	△22.5%
減価償却費	105	88	△17	△16.6%
その他経費	1,389	1,067	△322	△23.2%

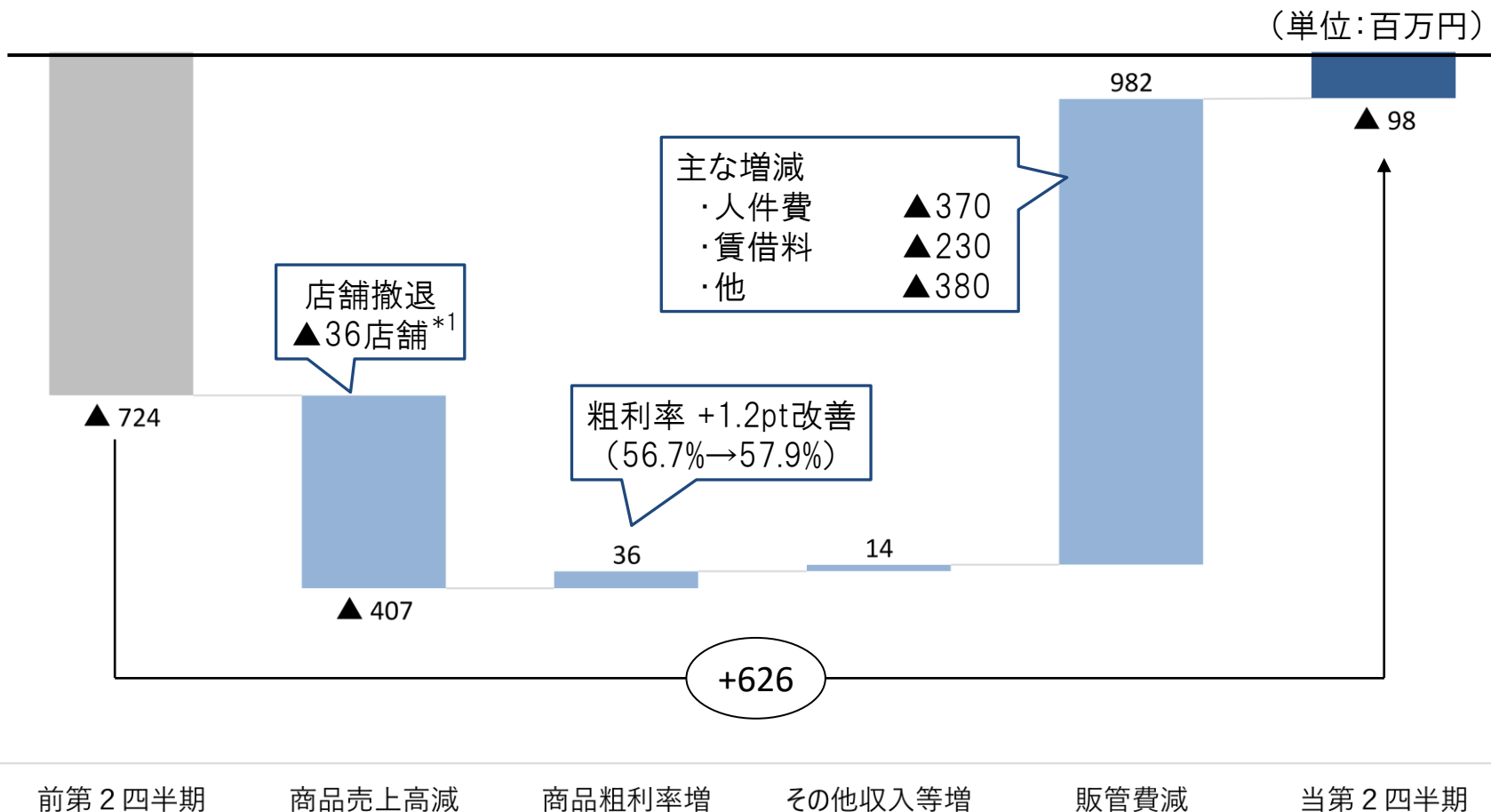
# 既存店売上（EC含む・前年同期比）

- 原価高騰対策に伴う価格改定により客単価が上昇。客数は前年割れとなったが、売上高は前年同期比99.7%を確保
  - 3～6月は一部ブランドの廃止や価格改定に伴い、客数は前年同期割れ
  - 7～8月はシーズンMDの鮮度アップとカジュアルシフトが奏功し、FW新作カジュアルアイテムが堅調に推移



# 営業損益増減（前年同期比）

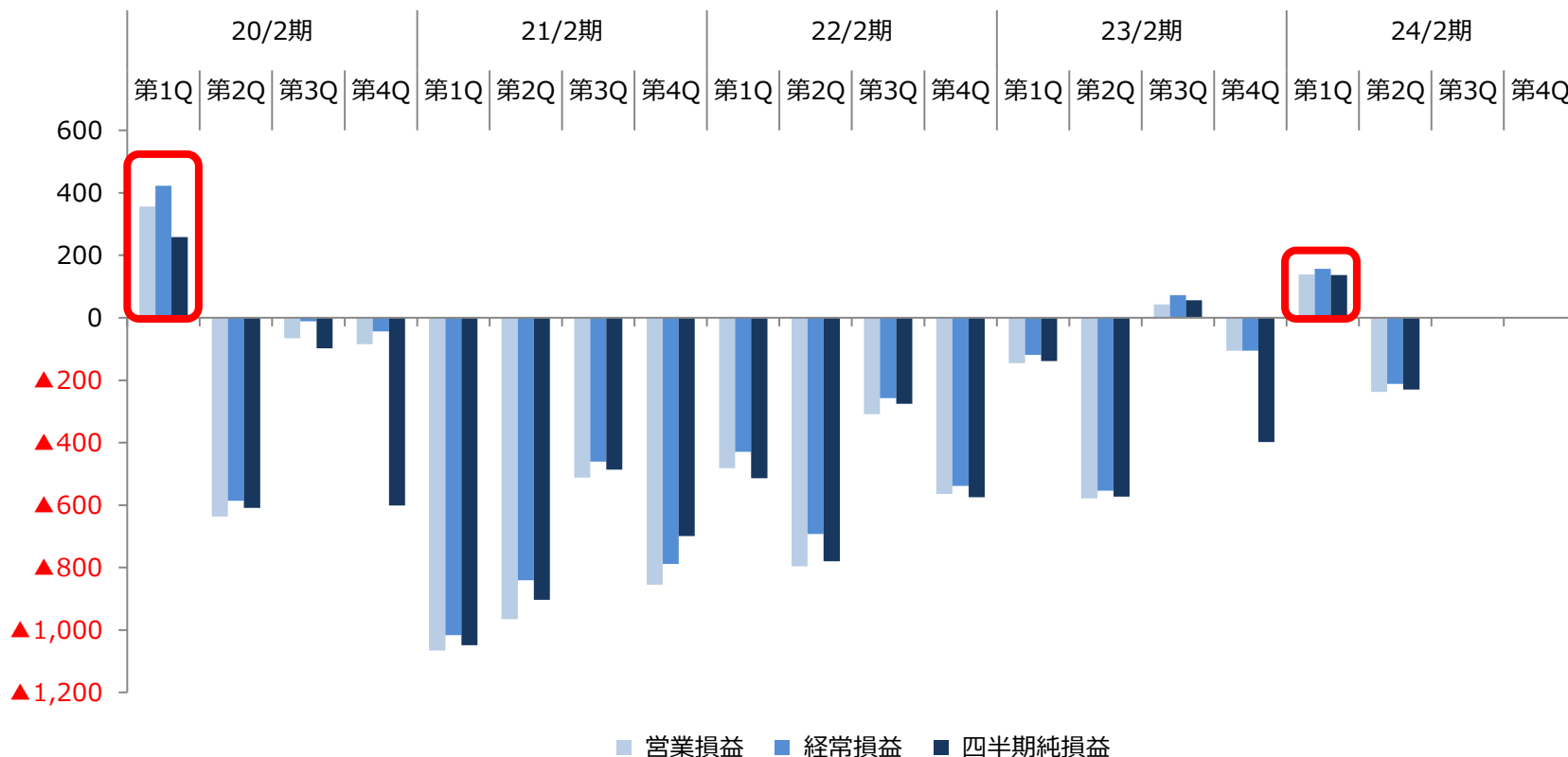
- 上半期は、前年同期と比べ営業損益+626百万円改善  
なお、当期純損益+619百万円改善



(\*1) 23/2期の期首166店舗と24/2期の期首130店舗の差

# 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した結果、第1四半期については20/2期以来4年ぶりの黒字化達成





## 2. 貸借対照表（要約・前年同期比）

- 流動資産の減少:  $\Delta 855$ 百万円
  - 商品( $\Delta 469$ 百万円)、現預金( $\Delta 313$ 百万円)、売掛金( $\Delta 29$ 百万円)
- 固定資産の減少:  $\Delta 475$ 百万円
  - 敷金( $\Delta 317$ 百万円)
- 負債の減少:  $\Delta 935$ 百万円
  - 未払金( $\Delta 543$ 百万円)、支払手形( $\Delta 137$ 百万円)、資産除去債務( $\Delta 117$ 百万円)

(単位:百万円)

	23/2期 第2四半期末	24/2期 第2四半期末	増減	【参考】 23/2期末
総資産	6,697	5,365	$\Delta 1,331$	6,406
流動資産	3,895	3,039	$\Delta 855$	3,915
固定資産	2,801	2,326	$\Delta 475$	2,491
負債	8,272	7,337	$\Delta 935$	8,340
純資産	$\Delta 1,575$	$\Delta 1,971$	$\Delta 396$	$\Delta 1,933$

### 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
  - 希望退職に関する支出△163百万円
  - 未払金の減少(社会保険料分納等)△242百万円
  - 未払消費税等の減少(確定申告・分納等)△224百万円

(単位:百万円)

	23/2期 第2四半期	24/2期 第2四半期
営業活動によるキャッシュフロー	△169	△528
投資活動によるキャッシュフロー	48	73
財務活動によるキャッシュフロー	△205	△86
現金及び現金同等物の増減額	△325	△542
現金及び現金同等物の期首残高	1,585	1,488
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,259	946

## Ⅱ. 2024年2月期上半期の取り組み

# 1. MD改革 ①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

アフターコロナの「新常态」の定着を想定し、更なるオフィスカジュアル化に対応する取扱商品の拡大、  
 当社の強みであるオーダースーツの更なる拡大、品揃えの中核であるスーツ・ドレスシャツの着実な販売を目指す

テーマ

取組み状況

24/2期(上半期)実績

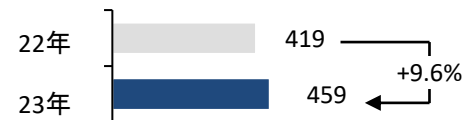
### カジュアルシフト

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)

ハッピーファンクションシリーズの“クロスストレッチ”パンツは、21年秋の発売以来、累計売上8万点を突破。今秋デビューしたカーゴ、ソーラロも好評。その他ジャケットを主軸とした“ニューセットアップ”等、「新しい価値提供」に向けて踏み出す商品の展開を拡大



カジュアルパンツ+スラックス売上



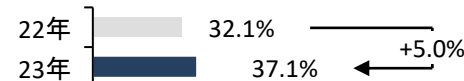
### オーダーシフト

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

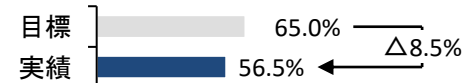
スタッフのオーダー販売における接客スキル向上に加え、店頭とDMによる販促に連動したオーダーセールの内容変更が奏功。



オーダー構成比



在庫(19年対比)



### 中核商品の確実な販売

高付加価値なビジネス品種  
 販売による粗利率の確保

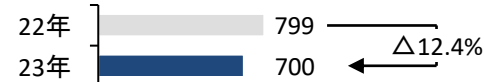
既製スーツは、急速なカジュアルニーズ進行やオーダーシフトにより苦戦。ビジネス向けジャケットやオーダーで補う。



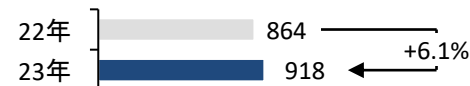
ドレスシャツは、ハッピーファンクションシリーズのストレッチニットシャツ、綿100ノーアイロン等の機能商品が引き続き好調。



スーツ売上



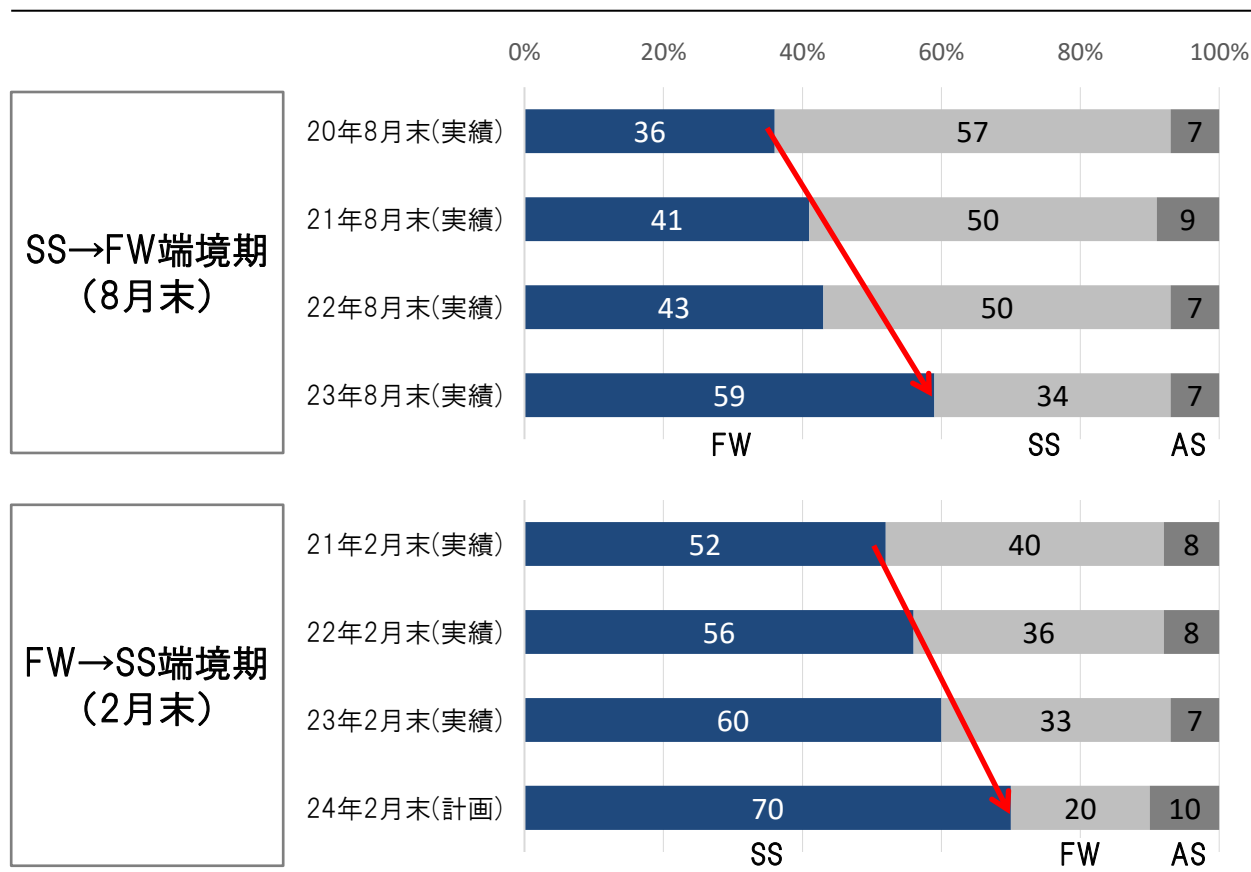
ドレスシャツ売上



# 1. MD改革 ②シーズンMDの鮮度アップ

- MDの投入リズムを変えることにより、従来のシーズン端境期におけるバーゲン依存から脱却し、売場の鮮度アップを図る

シーズン端境期における在庫構成比



- ✓ 売場の鮮度アップ
- ✓ 端境期のバーゲン依存からの脱却
- ✓ 期首(3・9月)の集中投入の回避
- ✓ 端境期の新規品販売による売上・客数・粗利率のアップ

## 2. OMO推進によるビジネスモデルの構築

- 2023年3月にOMO型モデル店舗としてイオンモール橿原店をリニューアルオープン
- 下半期は上半期に実施した施策の水平展開に加え、新たな施策に取り組む

	施策内容	期待効果	上半期:実施店の効果	下半期:取り組み
<p>短期</p> <p>長期</p>	<b>OMO推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ECの購買経験を持って頂くため、店頭接客を行いECに誘導</li> </ul>	<b>ECでの購入頻度増加</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>EC会員は実店舗会員と比較し、購入頻度が高い傾向</li> <li>EC会員が増えることで全社売上増加に寄与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ サイネージ設置</li> <li>✓ カウンターに充電設備完備</li> <li>↓</li> <li>➢ OMO比率:9.2% (既存店平均1.2%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ オンラインショップでの修理箇所制限を撤廃</li> <li>✓ OMO推奨商品の短納期サービス開始</li> </ul>
	<b>在庫削減</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>EC購入の定着で、在庫を店頭から物流センターに集約</li> <li>店舗在庫減の中、新規品比率を上昇</li> </ul>	<b>粗利率の向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新規品の取扱比率増により改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ショールーミング陳列</li> <li>✓ 新規品で品揃え</li> <li>↓</li> <li>➢ 粗利率:+1.0%(計画差)</li> <li>➢ 在庫原価:59.4%(前期比)</li> <li>カラースKU数:37.8%(同)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ショールーミング陳列店舗を30店舗に拡大</li> <li>✓ デベロッパー要請の移設改装時に減床を図る</li> </ul>
	<b>売場縮小・人員効率化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>在庫削減により店舗面積を小規模化</li> <li>店頭でのレジ・品出し時間が減り人員数を効率化</li> </ul>	<b>賃料・人件費の削減</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>店舗面積減による賃料削減</li> <li>人員数の効率化による人件費削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 坪数減床</li> <li>✓ 投入人時削減</li> <li>↓</li> <li>➢ 賃料:51.1%(前期比)</li> <li>➢ 人件費:95.2%(同)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ デベロッパー要請の移設改装時に減床を図る</li> </ul>



# (参考) OMO型モデル店舗

タカキューイオンモール橿原店 2023年3月10日 リニューアルオープン  
62.2坪 → 52.8坪  
(期末カラーSKU数 1,993C→753C)

オーダースーツコーナー



# TAKA Q

OMO販売  
ショールーミング陳列



OMO販売  
物流センター内お直し工場設置  
最短4日でお客様着

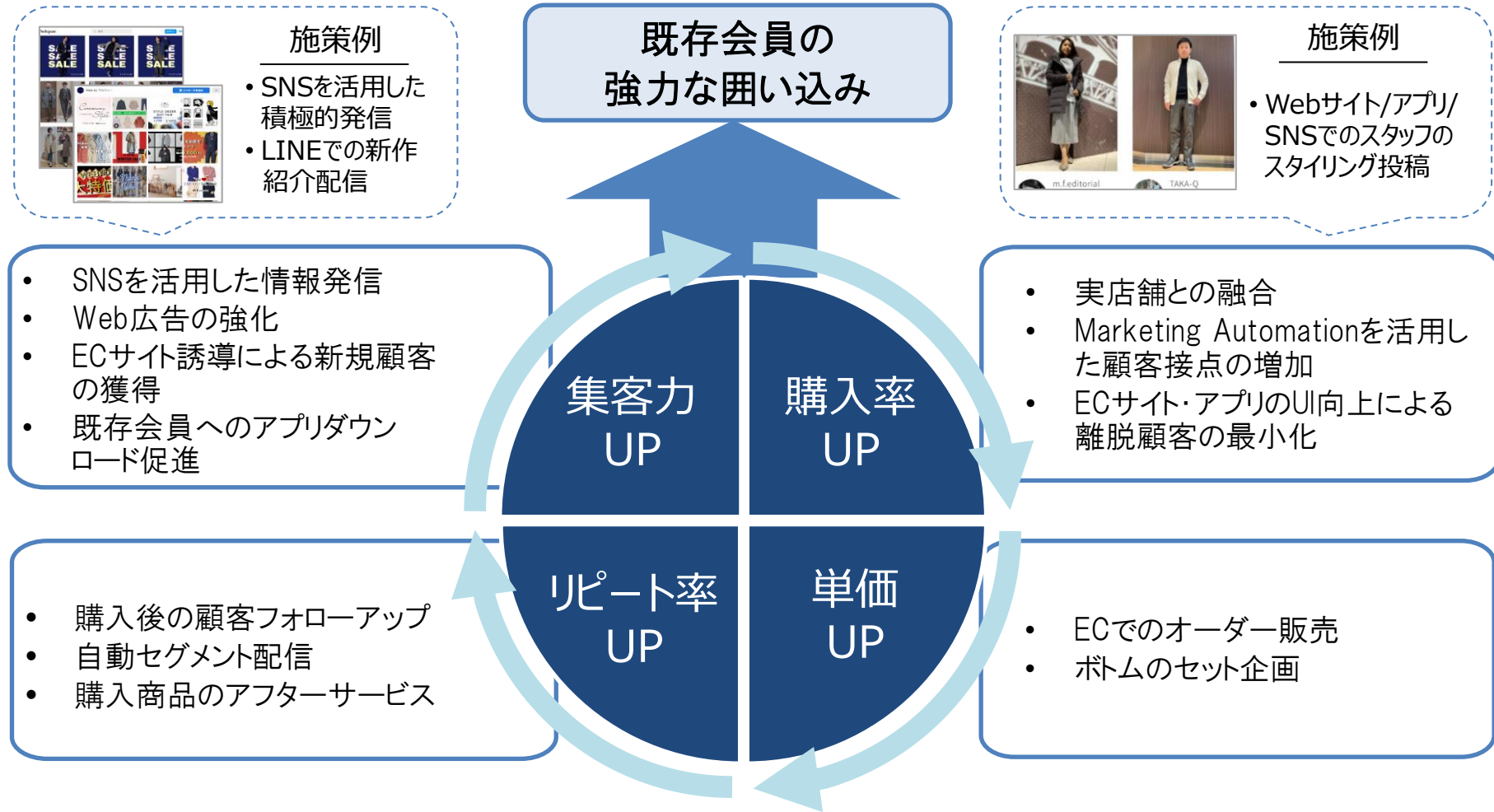


55インチ大型サイネージ



### 3. 顧客の囲い込み策の深耕

- SNSを活用した情報発信、実店舗との融合等によって顧客を囲い込み、EC売上高拡大を目指す





### 3. 顧客の囲い込み策の深耕 ①集客力・購入率UP

- アナログ販促(リアル店舗用)・デジタル販促(オンラインショップ用)の連動を強化
- YouTube/Instagramで重点販売商品の動画広告を掲載
- 会員セールDMの仕様を変更し、商品掲載量を増加

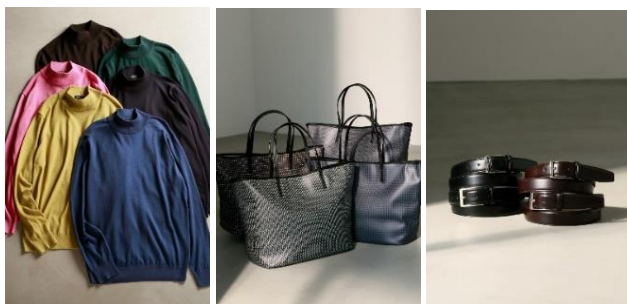


### 3. 顧客の囲い込み策の深耕 ②単価UP

- 9月に新ブランド「SUITIST READY TO WEAR」デビュー  
中～高価格帯の商品展開で単価UPを図る



simplicity and quality “シンプルでいて上質”をコンセプトに掲げ、  
スーツを仕事着として捉えるよりは、ファッションとして愉しむオトナにむけた  
ドレスラインの新ブランド



#### Price (2023年F/W)

スーツ	¥48,000 ~ ¥60,000
コート	¥28,000 ~ ¥100,000
ドレスシャツ	¥5,800 ~ ¥7,800
ネクタイ	¥5,800 ~ ¥11,000
ジャケット	¥28,000 ~ ¥90,000
スラックス	¥15,000
セーター	¥6,800 ~ ¥20,000
ベルト	¥7,000
バッグ	¥11,000
マフラー	¥11,000 ~ ¥15,000

### 3. 顧客の囲い込み策の深耕 ③リピート率UP

- 会員制度へ囲い込むため、新規入会特典を変更

#### 新規入会特典の変更内容

提携カード会員

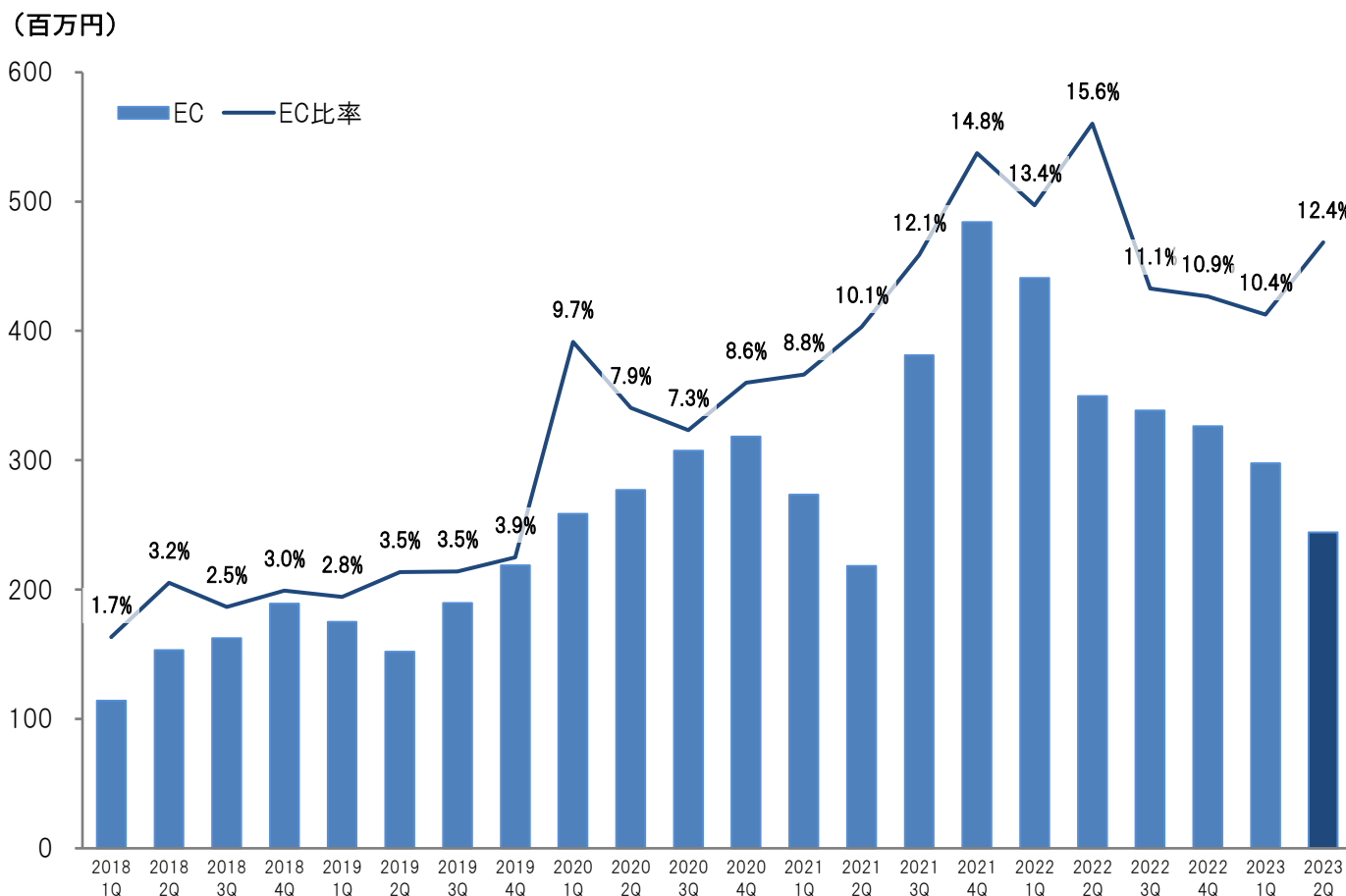
- 定価商品20%OFF  
(初回購入時)

アプリ・  
オンラインショップ  
会員

- 定価商品10%OFF  
(会員優待セール期間中)

# 4. EC事業の成長加速：販売チャネル改革

24/2期(上半期)



✓ EC売上高: 552百万円  
(前年同期比69.9%)

- 一部ブランド終息
- OMO特典変更

✓ EC化率: 11.4%

✓ OMO(店舗からECへの送客)

- 売上高: 55.5百万円  
客数: 4.6千人
- OMO経験者2回目購入  
売上高: 29百万円  
客数: 4.2千人

# Ⅲ. 債務超過解消に向けた 取り組みの進捗

# 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2四半期末における債務超過額は、1,971百万円となっております。
- また、2023年10月11日に「債務超過解消に向けた取り組みの進捗状況について」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) 収支改善に向けた事業構造改革

- ①商品ポートフォリオの最適化(カジュアルシフト、オーダーシフト、中核商品の確実な販売)
- ②販売チャネル改革(ECの拡大、OMO推進)
- ③コスト圧縮、不採算店舗の退店

### (2) 資本増強に向けた各種施策の実施

上記(1)①および②に関する具体的な取り組み内容は”Ⅱ. 2024年2月期上半期の取り組み”をご覧ください。

# (1) ③コスト圧縮、不採算店舗の退店

## ■ コスト圧縮

2024年2月期も損益分岐点売上高を更に引き下げ、アフターコロナの環境において確実に黒字化を達成できるよう、抜本的な事業構造の見直しとコスト削減等を継続

### ➤ 具体的な施策

- 希望退職募集による人員適正化(希望退職者数97名・2023年3月末退職)
- 賃料の更なる減額の交渉継続

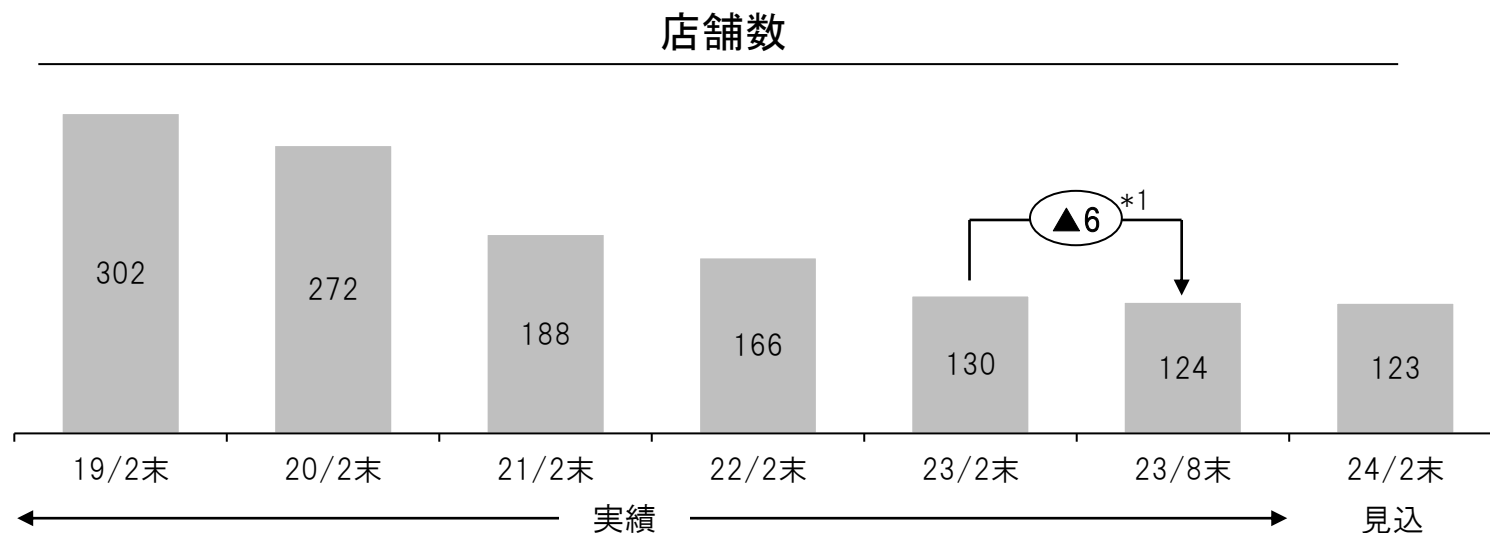
(単位:人・百万円)

	23/2期 第2四半期	24/2期 第2四半期	前期差	増減率	【参考】 23/2期末
従業員数(期末)	690	482	△209	△30.3%	622
社員	500	323	△177	△35.4%	440
メイト(換算)	190	159	△32	△16.8%	182
人件費	1,417	1,046	△371	△26.2%	—

# (1) ③コスト圧縮、不採算店舗の退店

## ■ 不採算店舗の退店

2024年2月期は8店舗の退店を計画しており、第2四半期末までに6店舗<sup>\*1</sup>退店済み



更なるコスト圧縮と追加退店により、損益分岐点を更に引き下げ  
コロナ前(20/2期)対比75%の売上水準においても黒字化を目指す

(\*1) 当第2四半期の▲7店舗に、従来は催事区分の「TQイオンモール名取」の出店(店舗区分への振替)+1店舗が含まれる



## (2) 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検討しております。

想定を上回る急激な円安、原材料価格・エネルギーコストの高騰等の環境変化を踏まえた収益改善計画を含め、検討を進めております。

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、上場維持基準(純資産)に係る改善期間は、1年から2年に延長されております。

### (3) 継続企業の前提に関する重要事象等について

---

当社は継続企業の前提にかかる重要な疑義を解消するための対応策として、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、経営安定化を目的とした様々な資本増強に向けた各種施策を検討・推進し、想定を上回る急激な円安、原材料価格・エネルギーコストの高騰等の環境変化を踏まえた収益改善計画を含め検討を進め、当該状況の解消・改善に努めております。

上記の取り組みとともに、今後の資金繰りに支障が生じないよう取引金融機関と継続的かつ緊密な連携・協議を行なうことにより、当座貸越契約締結に加えて、シンジケーション形式によるコミットメントライン契約を締結しているほか、長期、及び短期の借入れを行っており、引き続き十分な運転資金を確保できるものと判断しております。

しかしながら、債務超過の状態が1年半に亘り継続しており、資本増強に向けた諸施策等の対応は着実に進行しているものの、一段の円安進行への対応等が加わる中、具体的な債務超過解消に至る過程につき現時点において決定している状況にないことから、継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められると判断しております。

# 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



---

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。





TAKAQ  
ENJOY FASHION! ENJOY LIFE!