

TASAKI

平成25年度 第2四半期
株主・投資家様への説明資料

株式会社TASAKI

連結損益計算書

平成25年度第2四半期連結会計期間（3ヶ月）においては、当社主力事業である国内小売売上高が前四半期及び前年同期を大きく上回り、前年より取り組んでいる経費削減も着実に効果を現しております。また、為替差益による営業外収益の計上により、平成16年度以降8期ぶりに第2四半期連結累計期間において当期純利益の黒字転換をはたしました。

〔 単位：百万円 〕

	第2四半期連結会計期間(3ヶ月)			
	平成24年10月期	平成25年10月期	増減	
売上高	4,429	4,908	479	10.8%
(参考)国内小売売上	2,579	2,900	321	12.5%
売上総利益	2,539	2,954	414	16.3%
販売費及び一般管理費	2,458	2,338	△ 120	△4.9%
営業利益又は営業損失	80	615	534	659.8%
連結EBITDA	251	744	492	195.8%
経常利益又は経常損失	66	629	562	848.4%
当期純利益	47	538	491	1,041.5%

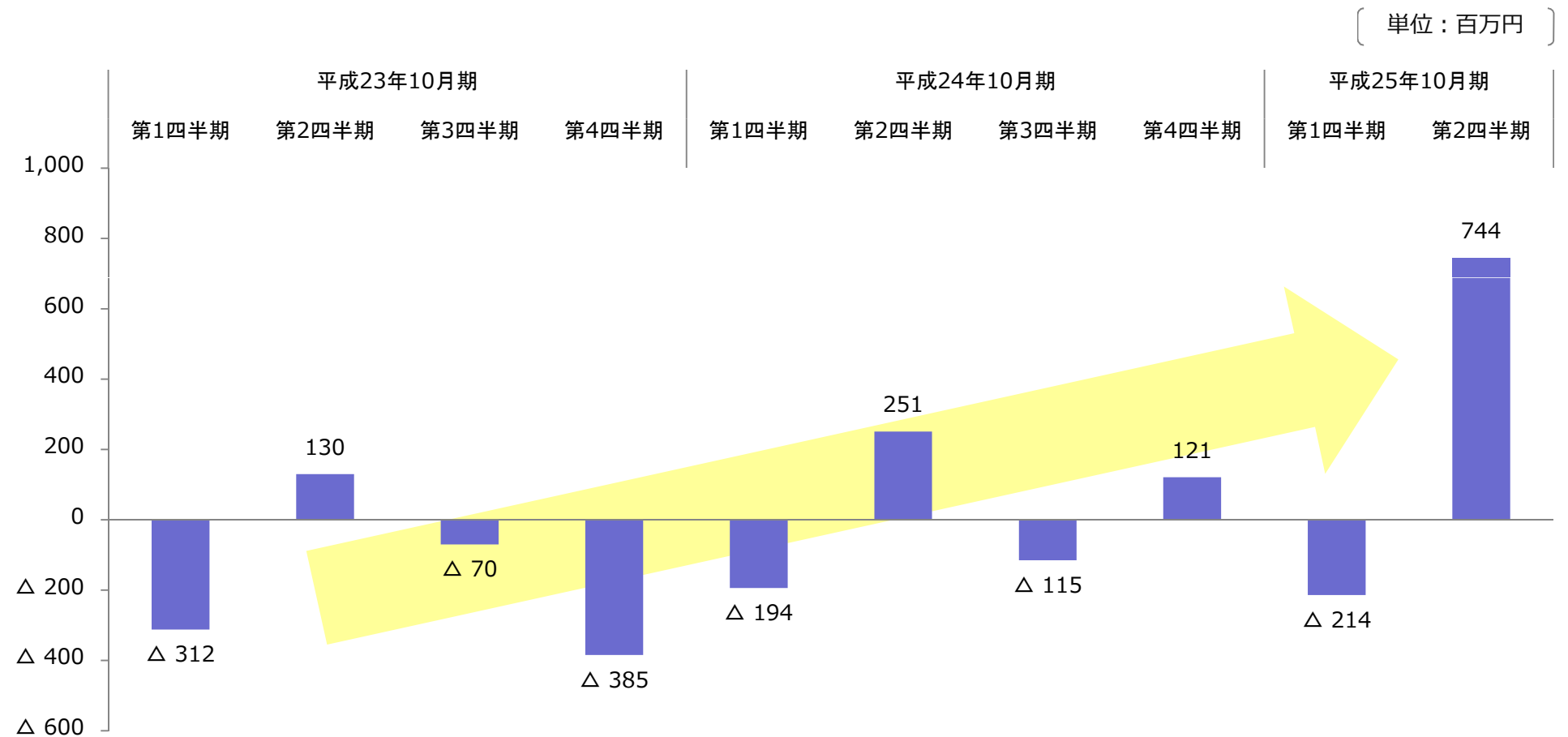
	第2四半期連結累計期間(6ヶ月)			
	平成24年10月期	平成25年10月期	増減	
	7,904	8,370	466	5.9%
	5,254	5,658	405	7.7%
	4,611	5,053	441	9.6%
	4,836	4,776	△ 61	△1.3%
	△ 224	277	502	(-)
	57	529	472	822%
	△ 274	358	633	(-)
	△ 304	242	547	(-)

※ EBITDA=営業利益+減価償却費+その他償却費+現金流出を伴わない費用

※ 小売売上には、新規百貨店・セレクトショップの売上金額を含み、当該売上金額は上代金額（店頭での最終販売金額）です。会計上は、上記上代金額から百貨店の歩引き金額を差し引いた金額を計上しており、会計上の売上金額とは異なります。

連結EBITDA推移

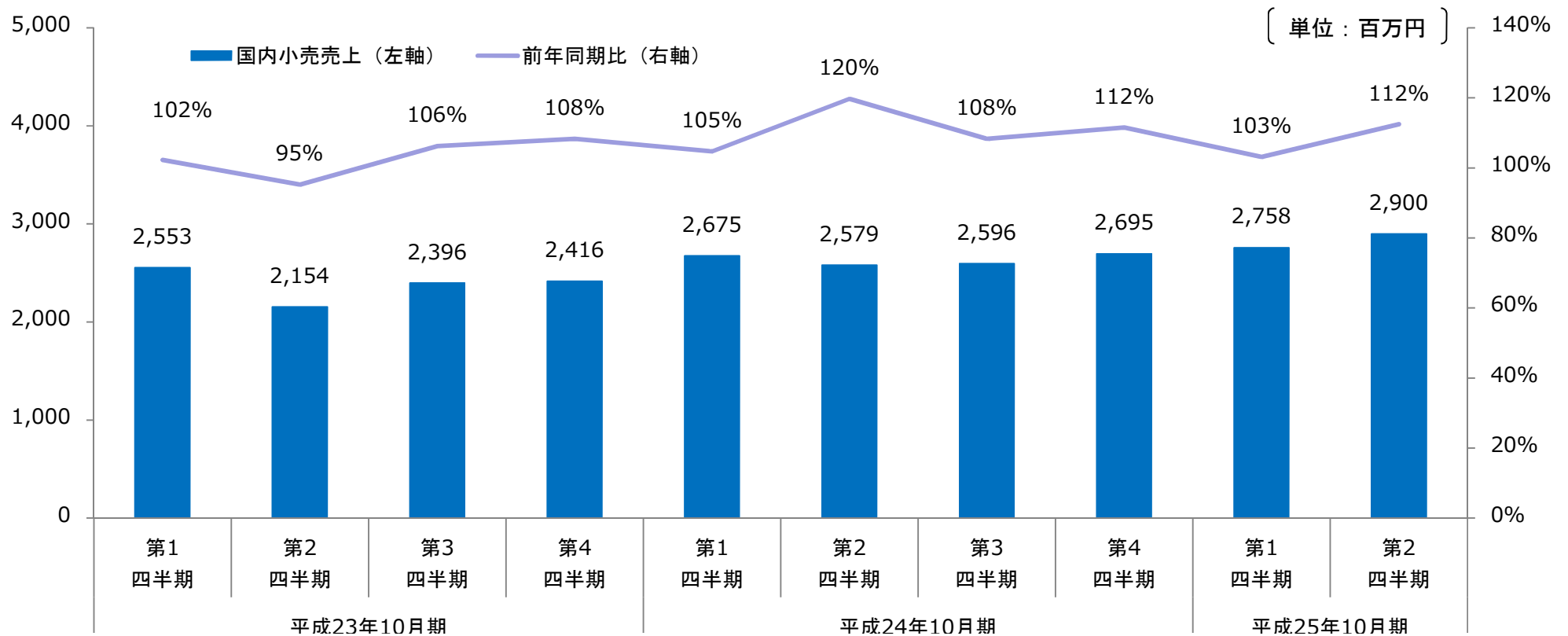
当社がもっとも重視している経営指標EBITDA（※）は、7億44百万円の大幅な黒字になりました。



※EBITDA=営業利益+減価償却費+その他償却費+現金流出を伴わない費用

国内小売売上

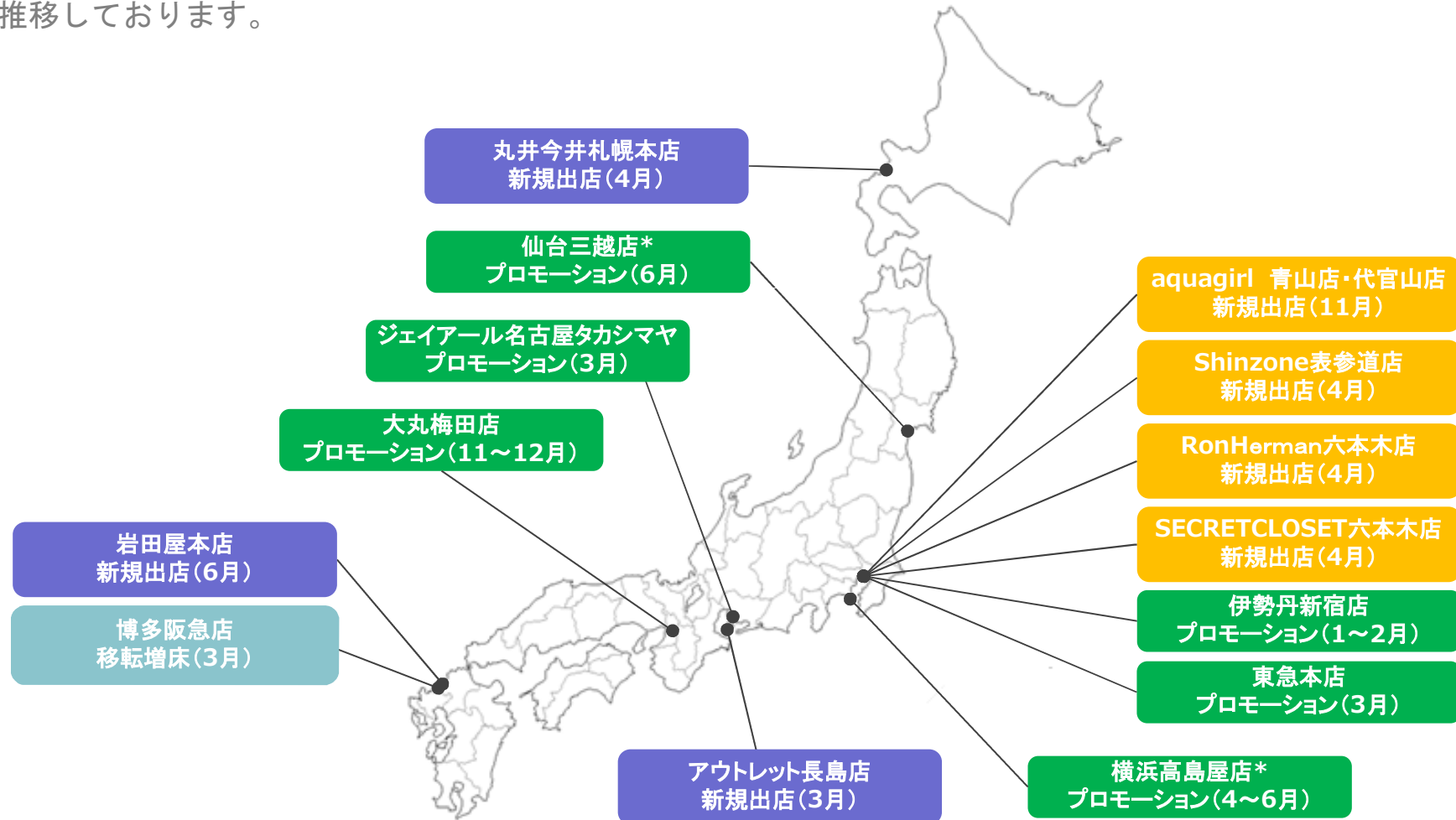
国内小売事業においては、新規出店及びブランド浸透の効果に加え、外国人のお客様による売上の回復などもあり、売上は順調に拡大しております。



※小売売上には、新規百貨店・セレクトショップの売上金額を含み、当該売上金額は上代金額（店頭での最終販売金額）です。会計上は、上記上代金額から百貨店の歩引き金額を差し引いた金額を計上しており、会計上の売上金額とは異なります。

百貨店・セレクトショップでの出店・プロモーション展開

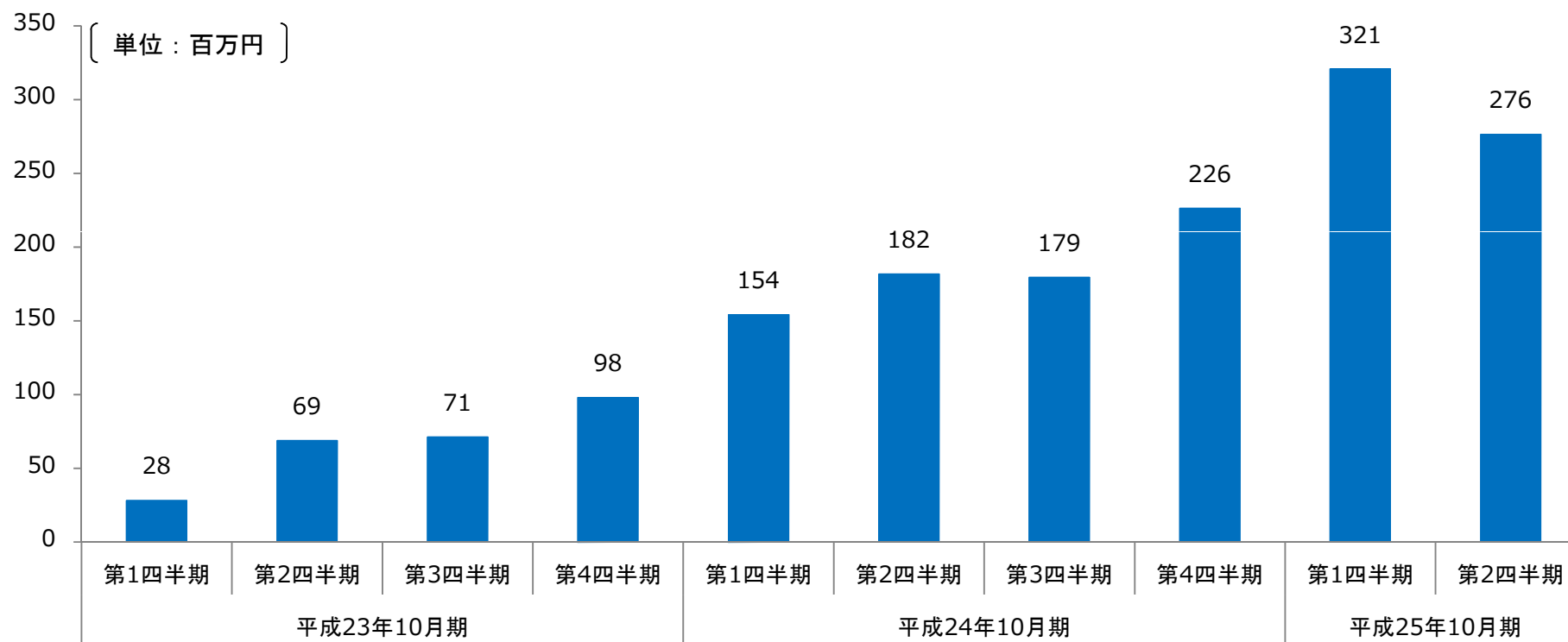
前期より限定プロモーションを展開しブランド、イメージの浸透を進めておりました有力百貨店で正式出店が実現したほか、都内有カセレクトショップへの商品展開や、アウトレット長島店の出店等、チャネル展開は順調に推移しております。



(*) 平成25年度第3四半期にかかるイベントを含む

新規百貨店・セレクトショップ売上

当社新規チャネル展開の主軸となる新規百貨店及びセレクトショップの売上は、前期から増加した新規出店店舗の貢献もあり順調に推移しており、クリスマスシーズンを含む前四半期に比べ減少したものの、前年同期に比べ大幅に拡大しております。



※ 「新規百貨店」は2009年のブランドリニューアル以降に開店した、新しいブランドフォーマットでの百貨店内店舗のことです。

※ 新規百貨店・セレクトショップの上記売上金額は上代金額（店頭での最終販売金額）です。会計上は、上記上代金額から百貨店の歩引き金額を差し引いた金額を計上しており、会計上の売上金額とは異なります。

TASAKI

プロダクト戦略

今年度に入り、TASAKIブランドの旗艦商品であるCollection Lineの売上は倍化しており、お客様からの問い合わせも大幅に増えるなど、プロダクト戦略の成果が目に見えて表れて参りました。この他、イギリスの新進デザイナー、メラニー・ジョージアコプロスがデザインするM/G TASAKIなどの新しいラインもローンチし、好評を博しております。

balance signature



発売3年をむかえる「balance」は、メディアや百貨店・セレクトショップのバイヤー、消費者の皆さまより高い評価をうけ、TASAKIブランドのアイコンとしての地位を確立しつあります。

M/G TASAKI



本年4月に発売されたM/G TASAKIは、真珠のカット面をデザインの一部とするなど、革新的な発想を取り入れファッション界においても注目されております。

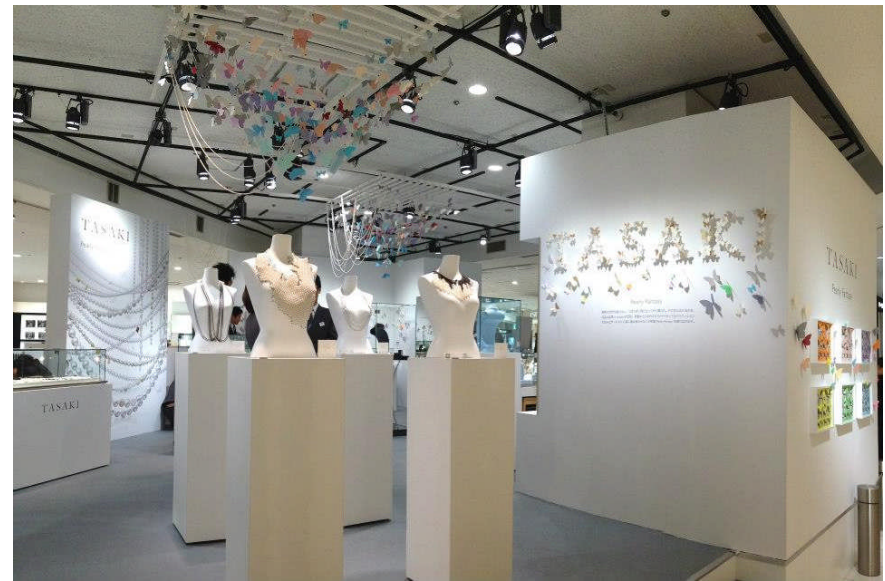
TASAKI

マーケティング活動

通常の広告宣伝活動に加え、顧客からの評価の高いbalanceシリーズをモチーフにしたイベント「“balance” EXPERIENCE art by teamLab」を銀座本店でおこなったほか、全国有力百貨店における限定プロモーションを継続的に実施するなど店頭でのプロモーション活動により新しいお客様にむけたTASAKIブランドの発信を強化しております。



“balance” EXPERIENCE art by teamLab
(TASAKI銀座本店、4月13日～5月19日)



Pearly Fantasy
(伊勢丹新宿店本館1階 ザ・ステージ、1月23日～29日)

TASAKI

海外における展開

中国においては、上海の旗艦店を淮海路から外滩（バンド）エリアに移転し、新たに「上海外滩旗艦店」をオープンしたほか、韓国においては新規出店も視野に現地の有力百貨店における限定プロモーションを実施するなど、海外においても積極的な事業展開を実施しております。



上海外滩旗艦店（中国、上海）



韓国における限定プロモーションの様子

TASAKI

特記事項

- 本資料に記載されている将来の見通しに関する事項は、当社が現時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、業況の変化等により、上記見通しとは異なる場合がございます。
- 本資料は当社の企業情報の提供を目的とするものであり、当社の株式の購入、売却等、投資を勧誘するものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身の判断において行われるようお願い致します。
- 本資料に関するお問い合わせ先
人事総務部IR担当マネジャー 田中 雅彦 TEL: 080-2461-3910
- TASAKI Company web site (IR資料など含む)
URL : <http://www.tasaki.co.jp/company/>