

TASAKI

平成25年度 第4四半期 株主・投資家様への説明資料

株式会社TASAKI

※平成25年10月期決算より在外子会社の原価計算方法を変更
したため前期実績の数値は各々遡及適用後の数値を記載
しております。

Copyright © TASAKI & Co.,Ltd. All rights reserved

TASAKI

連結損益計算書

平成25年度連結累計期間においては、当社中核事業である国内小売事業の順調な拡大により、売上における二桁成長と、営業利益、経常利益、当期純利益のそれぞれで黒字転換を達成いたしました。

〔 単位：百万円 〕

	第4四半期連結会計期間（3ヶ月）			
	平成24年10月期	平成25年10月期	増減	
売上高	3,488	4,116	627	18.0%
(参考)国内小売売上	2,695	3,080	384	14.3%
売上総利益	2,168	2,405	236	10.9%
販売費及び一般管理費	2,197	2,497	300	13.7%
営業利益又は営業損失	△ 28	△ 92	△ 63	(-)
連結EBITDA	117	45	△ 71	(-)
経常利益又は経常損失	△ 67	△ 78	△ 10	(-)
当期純利益	△ 125	△ 349	△ 224	(-)

	第4四半期連結累計期間（12ヶ月）			
	平成24年10月期	平成25年10月期	増減	
	14,981	16,589	1,607	10.7%
	10,545	11,790	1,245	11.8%
	8,820	9,963	1,142	13.0%
	9,342	9,758	415	4.4%
	△ 521	205	727	(-)
	58	740	681	1,155.5%
	△ 673	163	836	(-)
	△ 772	435	1,207	(-)

※前回掲載時には、平成24年10月期第4四半期及び累計の実績は、在外子会社の原価計算方式変更後の遡及適用前の実績を記載しておりました。（売上総利益=8,825 営業損失=△516 EBITDA=63 経常損失=△668 当期純利益=△767）

※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しており、会計上の売上金額とは異なります。

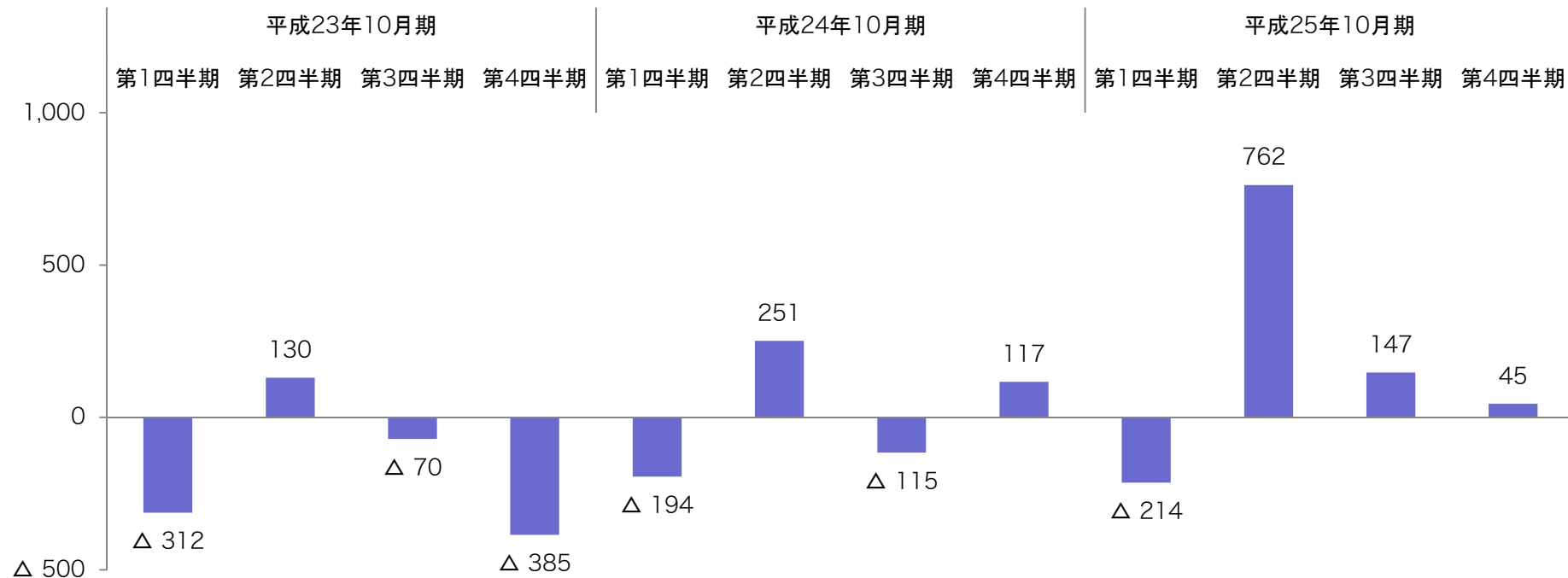
※平成25年12月20日付にて当期純利益を訂正いたしました。（訂正前：580 ⇒ 訂正後：435）

お詫び申し上げますと共に、詳細は12月20日付『訂正「平成25年10月期第3四半期決算短信」及び「平成25年10月期決算短信」の訂正について』をご覧ください。

連結EBITDA推移

当社が経営指標として重視しているEBITDA（※）は、当第4四半期において賞与引当金及び工料有利差異の通期での調整が発生したことにより、前年同期よりマイナスになったものの、3四半期連続の黒字となり、通期では681百万円の改善となりました。

[単位：百万円]

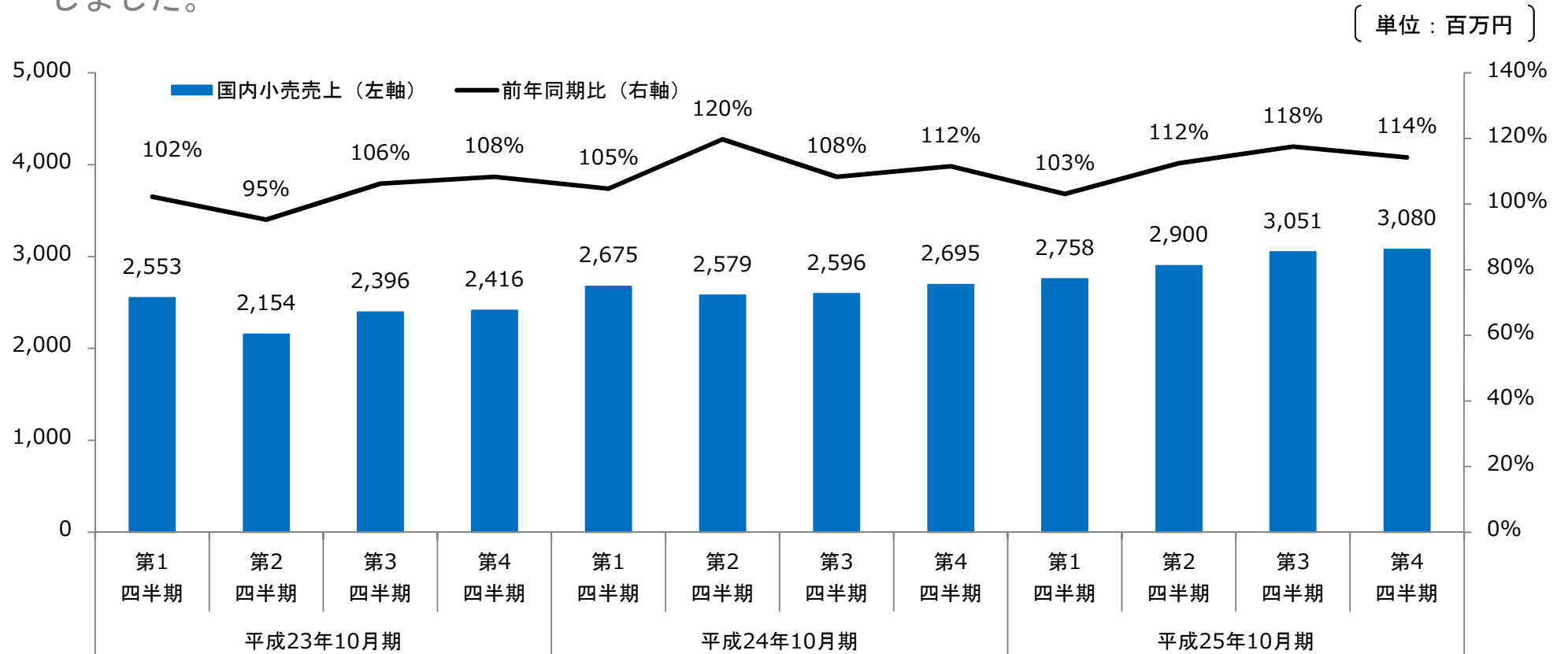


※EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋その他償却費＋現金流出を伴わない費用

※前回掲載時には、平成24年10月期第4四半期EBITDAは在外子会社の原価計算方式変更後の遡及適用前の数値121を記載しておりました。

国内小売売上

新規出店による販売チャネル拡大及びブランド戦略が順調に進み、国内小売売上は順調に拡大しております。国内での小売売上は2四半期連続で30億円を超え、2年連続で二桁成長を実現いたしました。

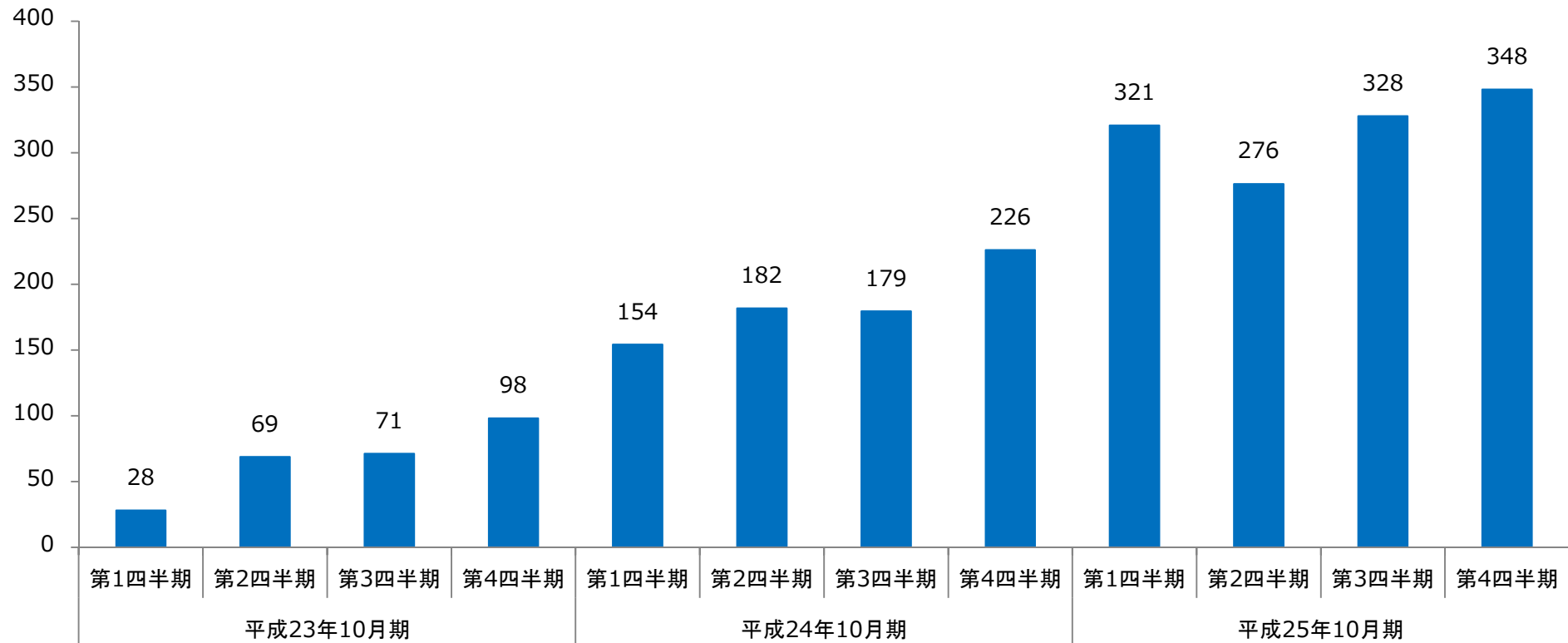


※小売売上には、新規百貨店・セレクトショップの売上金額を含み、当該売上金額は上代金額（店頭での最終販売金額）です。会計上は、上記金額から百貨店の歩引き金額を差し引いた金額を計上しており、会計上売上金額とは異なります。

新規百貨店・セレクトショップ売上

当社が積極的に新規出店を進めている新規百貨店及びセレクトショップは、新規店、既存店の双方で順調にその売上进行を伸ばしており、当第4四半期においては、クリスマスシーズンを含む第1四半期を超えるなど、順調な拡大が続いております。

〔 単位：百万円 〕

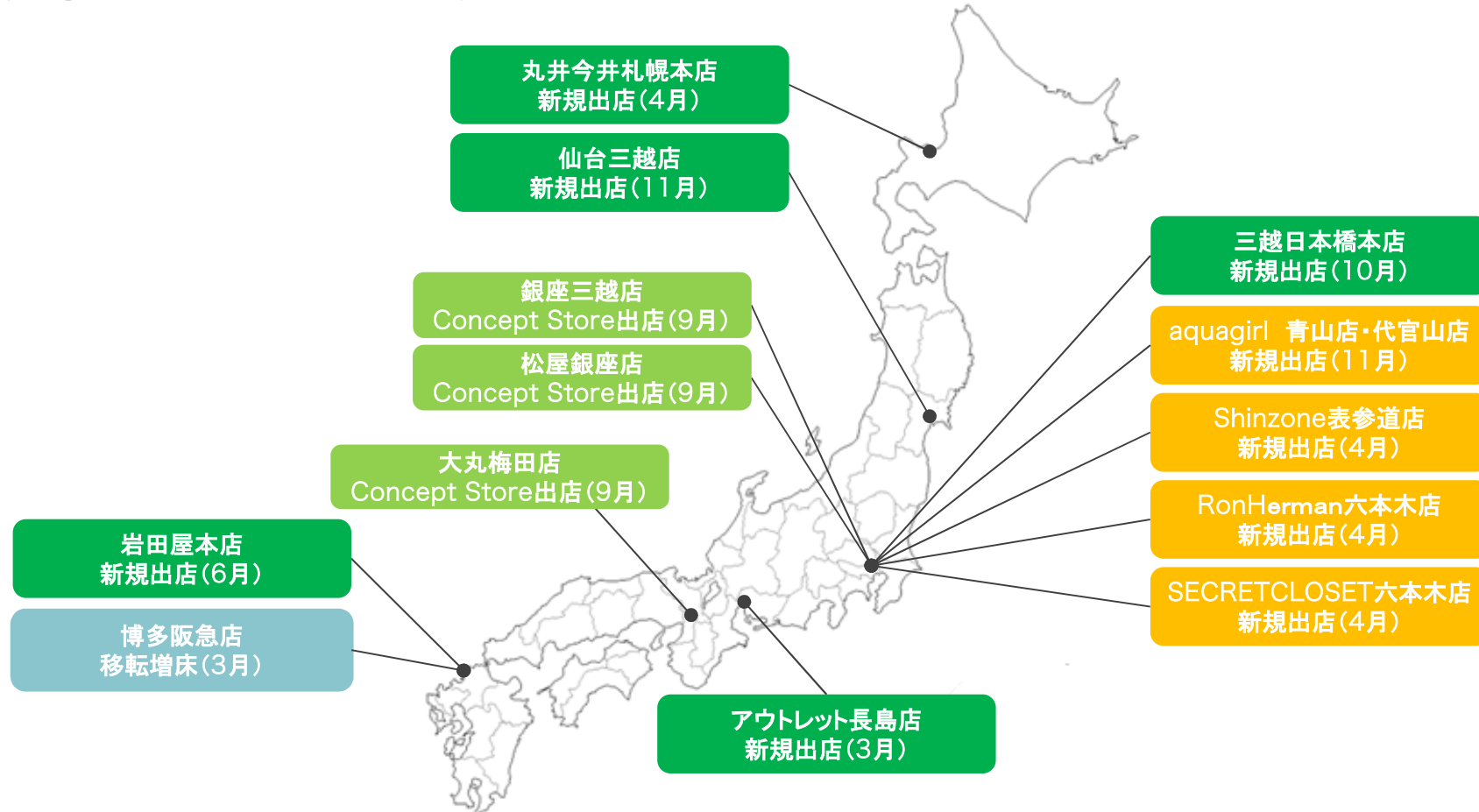


※「新規百貨店」は2009年のブランドリニューアル以降に開店した、新しいブランドフォーマットでの百貨店内店舗のことです。

※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。

百貨店・セレクトショップでの出店

前期より限定プロモーションを展開することで当社のブランド浸透を進めておりました各地の有力百貨店での正式出店が実現したほか、都内有力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。



※Concept Storeは期間限定店舗で、12月12日現在も展開中の店舗のみ記載しています。

TASAKI

海外店舗展開

中国における上海港匯恒隆店や無錫恒隆店、韓国における新世界京畿店など、東アジア中心に各地のショッピングモールや百貨店に新規出店を果たし、海外においても引き続き積極的な事業展開を実施しております。



中国 無錫恒隆店 (2013.9.13 OPEN)



韓国 新世界京畿店 (2013.3.18 OPEN)



中国 上海港匯恒隆店 (2013.7.5 OPEN)



韓国 新世界Centum City店限定プロモーション

TASAKI

マーケティング活動

屋外広告の掲出に加え、銀座本店でのテーマ展示やアートとのコラボレーション、主要百貨店でのテーマイベントによるブランド訴求やラッピングバスを使ったブライダル訴求など、TASAKIブランドの認知向上のため、通期で積極的な広告・イベント活動を継続的に実施してまいりました。



(左上)銀座エリアでの屋外広告とクリエイティブディレクターのタクーン・パニックガル

(右上) TASAKI "Pearly Fantasy" 伊勢丹新宿店1階ウィンドウジャック, 本館1階=ザ・ステージ

(左下) Timeless Christmas Theater featuring Miki Ando (中下) "balance" EXPERIENCE art by teamLab

(右下) "VIRGIN ROAD TOUR" presented by TASAKI x 『エル・ジャポン』・『エル・マリアージュ』

TASAKI

プロダクト戦略

TASAKIの代表的な商品群である「コレクションライン (TASAKI Collection Line)」が、斬新さと普遍性を併せ持つジュエリーとして市場浸透のスピードを速めており、また、新ブランド「メラニー・ジョージアコプロス タサキ (Melanie Georgacopoulos TASAKI)」の新デザインや、ファッション提案としてのレザーグッズの取扱いなどを開始いたしました。



「メラニー・ジョージアコプロス タサキ(Melanie Georgacopoulos TASAKI)」のプレス発表会の様子と新デザイン“Shell (シェル) ”



クリエイティブディレクターを務めるタケーン・パニックガルとコレクションラインを象徴するデザインの数々

ブランドの様々なエッセンスと採り入れたレザーコレクション

平成26年10月期連結業績予想

国内においては、引き続き百貨店を中心とした新規出店とブランド浸透を着実に進展させ収益を拡大するとともに、新しい商品ラインの開発や海外での出店・マーケティング活動など、中期的視点に立った積極的展開をおこない、事業拡大をはかってまいります。

平成26年10月期連結業績予想

〔 単位：百万円 〕

	平成25年度10月期(実績)		平成26年度10月期(見込み)	
	第2四半期 (累計)	通期	第2四半期 (累計)	通期
売上高	8,370	16,589	9,000	17,500
営業利益	277	205	350	400
経常利益	358	163	300	300
当期純利益	242	435	200	200

国内における有力百貨店を中心とした
新規出店継続と既存店舗の改装

創業60周年記念イベントなど
積極的なプロモーション活動による
ブランド浸透の加速と店頭売上拡大

価格改定、生産性向上による
粗利率の改善

新しい商品ラインの開発や、
海外での出店・マーケティング活動など
中期的成長分野での積極的展開

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