

TAY TWO



2013年4月16日

株式会社テイツー

(JASDAQ 7610)

2013年2月期 決算説明会資料



<http://www.tay2.co.jp>

連結決算開始について

(ご参考)

連結決算開始について

当社子会社(TWO-BASE株式会社)の利益数値が、連結財務諸表規則に定められている重要性の基準に達したことから、当期(2012年3月1日～2013年2月28日)より連結決算を開始しております。

このため、決算説明に関して、一部変則的な説明となっておりますこと、予めご了承ください。

※詳細は2013年4月10日発表の当社適時開示をご参照ください。

2013年2月期 決算説明

2013年2月期 業績の概要

●2期比較損益計算書(個別)

(単位:百万円)	2012/2期	2013/2期	増減
売上高	36,188	34,201	△1,987
売上総利益	9,547	9,281	△265
営業利益	740	641	△99
経常利益	739	612	△127
税引前当期純利益	121	554	433
法人税等	140	315	174
当期純利益	△19	238	258
1株当たり当期純利益(円)	△37円/株	461円/株	

●2期比較貸借対照表(個別)

(単位:百万円)	2012/2末	2013/2末	増減
流動資産	7,852	7,803	△49
固定資産	4,367	4,384	16
総資産	12,220	12,187	△32
負債	6,853	6,710	△143
純資産	5,366	5,477	111
負債純資産合計	12,220	12,187	△32

●連結損益計算書

(単位:百万円)	2013/2期
売上高	34,202
売上総利益	9,276
営業利益	604
経常利益	619
税引前当期純利益	560
法人税等	315
当期純利益	244
1株当たり当期純利益(円)	473円/株

●連結貸借対照表

(単位:百万円)	2013/2末
流動資産	7,821
固定資産	4,328
総資産	12,149
負債	6,711
純資産	5,438
負債純資産合計	12,149

2013年2月期 貸借対照表(個別)の状況

(単位:百万円)	2012/2末		2013/2末		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	7,852	64.3%	7,803	64.0%	△49
現預金	2,612	21.4%	2,641	21.7%	29
売掛金	300	2.5%	307	2.5%	7
有価証券	300	2.5%	0	0%	△300
商品	3,907	32.0%	4,259	35.0%	351
貯蔵品	23	0.2%	26	0.2%	3
その他	708	8.3%	568	4.7%	△140
固定資産	4,367	35.7%	4,384	36.0%	16
有形固定資産	1,558	12.8%	1,540	12.6%	△17
建物及び構築物(純額)	853	7.0%	819	6.7%	△33
その他(純額)	704	5.8%	720	5.9%	15
無形固定資産	284	2.3%	307	2.5%	23
投資その他の資産	2,525	20.7%	2,536	20.8%	11
差入保証金	1,262	10.3%	1,220	10.0%	△42
その他	1,262	10.3%	1,316	10.8%	53
総資産	12,220	100.0%	12,187	100.0%	△32

(単位:百万円)	2012/2末		2013/2末		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
負債合計	6,853	56.1%	6,710	55.1%	△142
流動負債	3,423	28.0%	3,303	27.1%	△120
買掛金	893	7.3%	1,034	8.5%	140
短期借入金	750	6.1%	450	3.7%	△300
1年内長期借入金	781	6.4%	623	5.1%	△158
未払法人税等	—	—%	255	2.1%	255
その他	998	8.2%	940	7.7%	△57
固定負債	3,429	28.1%	3,406	28.0%	△23
長期借入金	2,255	18.5%	2,377	19.5%	122
資産除去債務	406	3.3%	417	3.4%	10
その他	767	6.3%	611	5.0%	△155
純資産	5,366	43.9%	5,477	44.9%	107
株主資本	5,359	43.9%	5,474	44.9%	111
評価・換算差額等	△0	△0.0%	△0	0.0%	0
新株予約権	7	0.1%	3	0.0%	△4
負債純資産合計	12,220	100.0%	12,187	100.0%	△32

2013年2月期 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)	2013/2期 12/3~13/2
営業キャッシュ・フロー	926
投資キャッシュ・フロー	△558
財務キャッシュ・フロー	△632
現金及び現金同等物の増減額	△264
現金及び現金同等物(期末)	2,572

営業CFの要約

(単位:百万円)	2013/2期
税引前当期純利益	560
減価償却費	499
棚卸資産増減額	△364
仕入債務増減額	113
法人税等還付	141
その他増減額合計	△23
営業キャッシュ・フロー	926

○営業キャッシュ・フロー

- 税引前当期純利益、減価償却費の増加が寄与、税金費用の還付もあり、棚卸資産の増加を吸収し、9億円超のプラス

○投資キャッシュ・フロー

- 新規出店費用及び新規事業への出資等により、マイナス。ただし、営業CF内で投資をコントロール

○財務キャッシュ・フロー

- 借入金の返済、配当金の支払い等により、マイナス

2013年2月期 決算分析1

(単位:百万円)	1～3Q 累計		4Q		累計	
	今期	前期 前期比	今期	前期 前期比	今期	前期 前期比
売上高	23,522	24,880 94.5%	10,679	11,308 94.4%	34,201	36,188 94.5%
営業利益	429	274 156.4%	212	465 45.5%	641	740 86.6%

(ご参考)

アイカフェ事業を除く売上高(前年比) ※2011年9月に事業譲渡	97.8%	94.4%	96.7%
リアル店舗 売上高(前年比)	96.4%	93.8%	95.5%
EC 売上高(前年比)	141.4%	111.7%	131.1%

○ 業績分析

- アイカフェ事業を除いた売上高は、秋頃までは順調に推移していたが、年末年始商戦が昨年に比べ、全般的に苦戦。
- EC部門売上高は、アライアンス等の効果により、比較的順調に推移。
- 販売管理費は、既存店及び本部費に関しては業務効率化で抑えたものの、第4四半期に出店をした大型店2店舗の出店コスト及びその後のランニングコストを吸収できず、販売管理費率が前年を上回り、営業利益の減益幅に拍車をかける結果となった。(各種利益率に関して次のページをご参照下さい)
- 特損については、前期は一過性要因での計上を行なったが、当期は特殊要因はなく、特別損失額は約5億8100万円減少。主たる特損の要因は、11店舗等の約3800万円の減損損失、約1900万円の店舗閉鎖損失、約700万円の固定資産除却損。(特損の状況に関しては次のページをご参照ください)

特別損失の状況及び利益率等の前期比較

○ 特別損失の状況(個別)

前期の一過性要因が無くなり、当期は大幅に特別損失は減少。

単位:百万円	2012/2期	} 一過性 の要因
資産除去債務会計の影響	341	
事業譲渡損(アイ・カフェ)	102	
店舗関連の特損 [*]	185	
その他	17	
特別損失 合計	647	



単位:百万円	2013/2期
資産除去債務会計の影響	—
事業譲渡損(アイ・カフェ)	—
店舗関連の特損 [*]	64
その他	—
特別損失 合計	64

※店舗関連の特損:減損損失、店舗閉鎖損失、固定資産除却損、の合計値

○ 各種利益率の前期比較(個別)

(単位:百万円)	個別損益計算書	
	2012年2月期	2013年2月期
売上高	36,188	34,201
売上原価	26,640	24,919
売上原価率	73.6%	72.9%
売上総利益	9,547	9,281
売上総利益率	26.4%	27.1%
販売費及び一般管理費	8,806	8,640
販管費比率	24.3%	25.3%
営業利益	740	641
営業利益率	2.0%	1.9%
経常利益	739	612
経常利益率	2.0%	1.8%

2013年2月期 決算分析2

○ TWO-BASE連結の影響

連結子会社TWO-BASE株式会社(ペット関連商品販売事業)の事業立ち上げの遅れが影響

TWO-BASE 個別損益計算書

単位:千円	2013/2期
売上高	1,170
売上総利益	△5,027
販管費	32,575
営業利益	△37,603
経常利益	△37,905
税引前当期純利益	△38,491
税引後当期純利益	△38,561

・当初のEC販売を主力とする直販戦略が失敗したことから、期中に事業方針を変更し、卸売販売戦略にシフト

・そのために販売費、人件費などの管理コストに加えて戦略移行コストが発生。結果として、営業利益でマイナスに。

・サプリメント商品以外の商品開発の先行コスト発生



2013年2月期 投資の状況(スクラップ&ビルドおよび店舗改装)

○ スクラップ&ビルドの状況

スクラップ&ビルドを加速し、新パッケージでの出店も実施

●2013年2月期 出退店の状況

	閉店	出店
古本市場 直営店	6店舗	3店舗
古本市場 FC店	3店舗	—
TSUTAYA (単独店)	—	2店舗
TSUTAYA 3Bee	—	3店舗
合計	9店舗	8店舗

◎3Bee・・・古本を扱わないパッケージ店舗
従来の半分のスペースで出店可能

◎TSUTAYA・・・レンタル業界のトップブランドの運営ノウハウを吸収
出店可能エリアの拡大、地域ニーズに適合したパッケージの
組み合わせ幅が拡大。

◎TSUTAYA3Bee・・・当社独自のパッケージ店舗。
レンタル店TSUTAYAに、上記3Beeを併設

●不採算店の閉鎖:古本市場9店舗(直営6+FC3)・・・直営店6店の内、2店はリプレイスして出店

○ 店舗改装の状況(トレカパークの開設)

戦略商品トレカの売上拡大を目指し、19店舗にトレカパークを開設

① 商品スペースの改装

拡販に向けて、売り場面積を拡大。
整然と陳列されたショーケースで見易さ・買い易さを追求した商品陳列を実施。

② デュエルスペースの設置

大人数での大会にも対応できる大型の
デュエルスペースを設置。

2013年2月期 既存店強化策の実施(トレカの拡販)

ゲーム・古本に続く第3の柱となるトレカ販売の強化策の実行

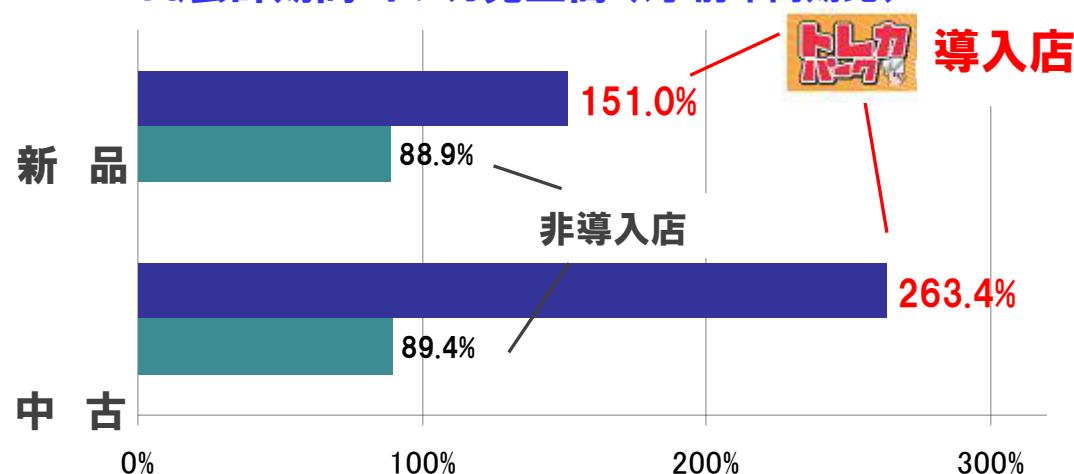
現在のトレカ市場は1000億円を超える規模まで成長。
トレカ販売強化のため、トレカパークを一部の店舗で開設。



↑デュエルスペース

←商品スペース

4Q会計期間 トレカ売上高(対前年同期比)

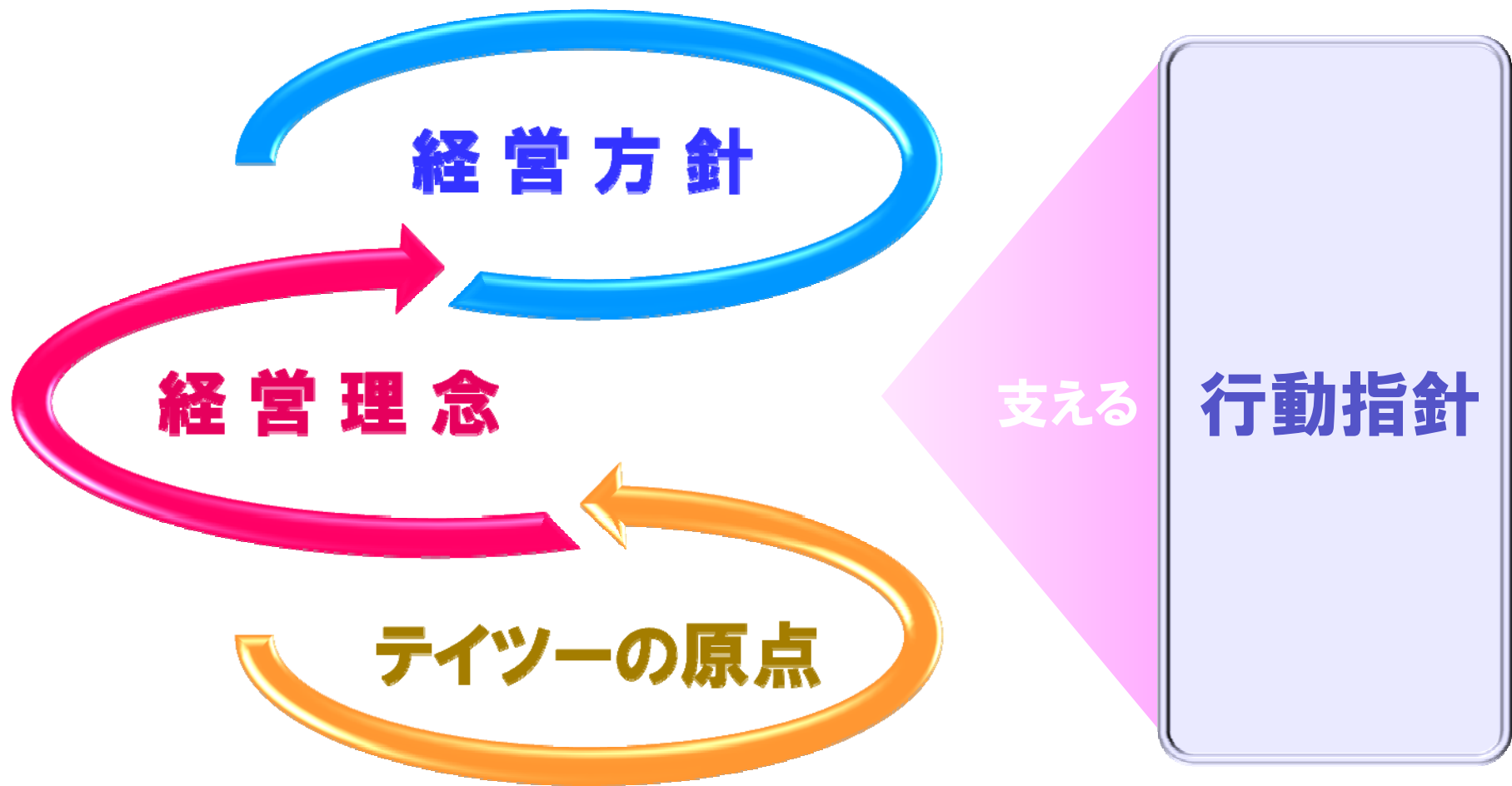


3Q時よりも、ノウハウ等の蓄積により、導入効果が拡大

3Q累計実績: 新品133.6%、中古250.6%
(いずれも導入店の対前年同期比)

トレカパーク導入店では、
トレカ売上の拡大に効果があることを実証。

經營方針



■ ティツターの原点

『 MORE FRIENDLY 』
～もっと親しみやすく～

だれもが気軽に立ち寄れる
ちょっと楽しめるところ

私たちのお店は、生活の中にあるちょっとした楽しみのお手伝いをしたいという思いから始まっています。新たな出会いと懐かしい再会、好奇心と探究心、お得感と満足感、日常の中にある小さな楽しさが詰まっているお店を目指していきます。



■ 経営理念

『 満 足 を 創 る 』

テイツーは事業を通じて、満足を創り続けます。



テイツーはすべてのステークホルダーに対して「満足を創り続ける」こと
によって成長、存続する事に存在意義があります。

■ 経営方針

株式会社テイツーをPermanent Companyに脱皮させる。

- ・複合ビジネスモデルを確立して安定的かつ継続的な収益構造を確立する
- ・全社の成長と共に社員も成長できる企業文化をつくる

※パーマネントカンパニー = 長期継続的に成長し、永久に存在し続ける企業

現在の中核事業である古本市場を中心とした既存事業を、今のやり方だけで続けていくだけでは、成長し続ける事は難しくなります。

そこで既存事業の収益構造改革と共に新規事業を展開し、それぞれの事業がシナジーを生み出す構造を確立していくことで、永続的な成長へとつなげていきます。

また、成長を続けるためには、それらの事業を支える人財が必要であり、そのような人財を、継続的に生み出し続けることが出来る組織にしていく必要があります。

行動指針

自律ある行動

→ 行動指針とは経営方針を遂行していくための働き方、行動です。

6 C

- C**hallenge 目標へ向かって挑戦する。
- C**hance 変化を機会と捉える。
- C**onsider 最善の結果を出せるよう熟慮する。
- C**heck 実行に移す前に仮説を立て検証する。
- C**ircumstances 今おかれている環境を正確に把握する。
- C**auses 原因や動機を追究する。

今後の事業戦略について

既存事業における今後の戦略の概要

マルチパッケージ販売事業（既存事業）の施策

リアル店舗

既存
収益力の強化

- ・売場改革、店舗改装
- ・新商材・サービス投入
- ・販促戦略の改善
- ・オペレーションの改善

新規
将来収益の拡大

- ・臨機応変な出店
- ・新業態の開発
- ・業態転換も視野
- ・M&Aも検討

E C

さらなる収益拡大

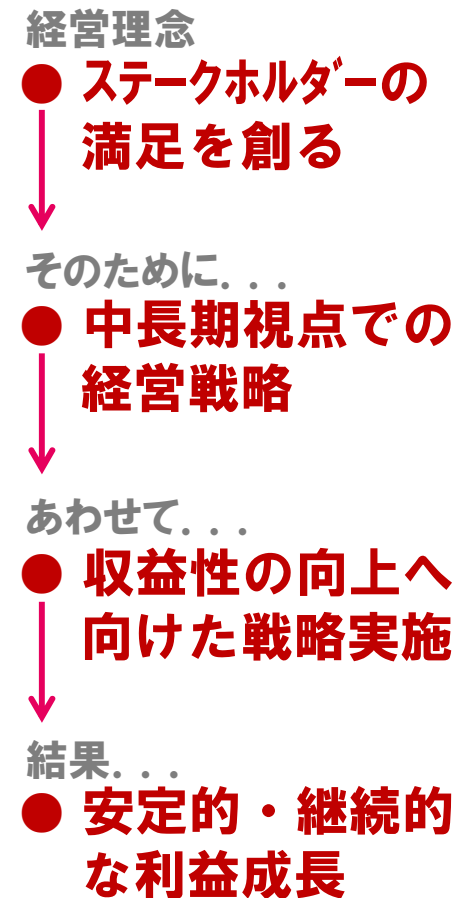
- ・顧客、客単価、頻度up
(機能改善・マーケティング)
- ・販売間口の拡大
- ・買取手法の多様化
- ・提携戦略の深化と継続
- ・新規商材の開発



ローコスト・オペレーション（販管費の低減、利益率の向上）

事業部門	本社部門
・業務の効率化 ・店舗PA比率の適正化 ・人件費コントロール	

人財戦略（採用、教育研修、評価、昇進・昇格）



リアル店舗における既存店強化策の概要

さらなる収益拡大に向けての投資・改善と、採算性向上に向けた業務改革

売場改革・店舗改装

～ 買いたくなる、買い易い、また来たくなる店へ ～

- ◎取扱い商材の売り場構成を適正化するための積極的な改装
- ◎来店者の顧客化、購買率の向上、再来店誘導へ向けた売場構築
- ◎トレカパークの拡大

新商材・サービスの投入

～ キーワードは『データに置き換わらないもの』～

- ◎地域・季節ニーズに適合した商材を店舗別に投入
- ◎プライベートブランド商材の制作を拡大
- ◎新サービスの開発と商品化

既存店の強化

- ◎既存顧客の把握・分析・セグメント化
帰属データ・嗜好データ・購買データから総合的に判断
- ◎顧客属性に適合した施策と告知
- ◎ポイント戦略の改善

販促戦略の改善

～ 顧客属性の明確化×適切な施策×告知媒体 ～

- ◎改善専門部署、担当の設置
- ◎マニュアルの整備と業務標準化
- ◎PA比率適正化による店舗経費の低減
- ◎既成概念に囚われない効率化への取り組み

オペレーションの改善

～ 筋肉質の店舗運営体制に向けて ～

具体策1 売場改革・店舗改装

～ 買いたくなる、買い易い、また来たくなる店へ ～ 売れる売場と高い集客力へ向けて



★ **売場改革**
再来店誘導 = 顧客維持・新規顧客化

売場改革・・・個別最適化から全体最適化へ！

- ・回遊性を持った売場
 - ・選びやすい売場
 - ・興味を引かれる売場
- } つくりへ向けた改装

ユニバーサル・デザイン

- ・直感的に選び・探しやすい
売場デザイン
- ・顧客の行動予測と情報提示

顧客導線を意識したPOP

- ・最適箇所
- ・最適サイズ・量
- ・最適な期間掲示

店舗改装・・・トレカパーク導入店の拡大！

- ・大きな成果を挙げたトレカパークを当期も拡大
前期：19店舗 ⇒ 当期：上期中に13店舗(新店含む)
- ・買取の徹底強化
買取告知 → 価格設定 → 査定まで、全段階で強化策を実施
- ・オペレーションの強化
買取・陳列・在庫管理などインフラ整備から、業務の標準化
効率化へ向けたマニュアル作成までを強化・再構築



具体策2 販促戦略の改善

～ 顧客属性の明確化 × 適切な施策 × 告知媒体 ～ より多くの来店・利用者を目指して

○ 販促戦略の改善

顧客属性の明確化と、適切な施策から告知まで、効果を得る販促戦略を求める

既存客の把握・分析・セグメント化

帰属データ(年齢・性別・職業等)
嗜好データ(好み・生活スタイル等)
購買データ(来店日・頻度・購買金額等)



顧客属性に合わせた施策

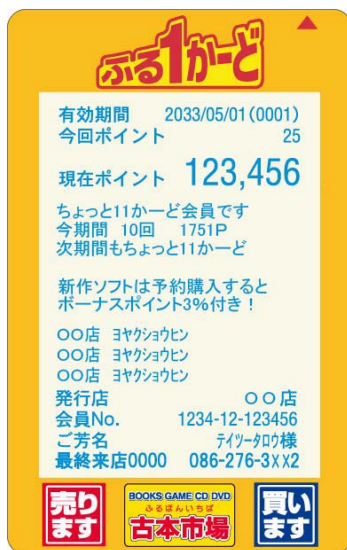
ポイントカード
クーポン
その他(値引きなど)



顧客属性・施策に合わせた告知

折込、WEB、SNS、DM、ポスティング
メルマガ(モバイル・PC)

○ ポイントカードシステムのリプレイス



対象店舗	区分	対象
全店共通	販売	新品ゲーム機本体
		中古ゲーム機本体(箱無し除く)
		Wiiパーツ(新)の一部
		ダウンロードカード
		その他のゲーム新品
		その他のゲーム中古
		古本
		音楽プレイヤー(新)の一部
		CD新品
		CD中古
	買取	LD中古
		ビデオ新品
		ビデオ中古
		金券扱い(非課税)商品
		ホビー
		新刊書籍
		トレカ新品
		トレカ中古
		その他小物
		ゲーム機本体
金・プラチナ		
その他の全商品		

対競合においても、顧客に高い訴求となる有効なツールとして活用

→より有効なポイントカードを使った販促手法を確立

・顧客属性に合わせ効果的な個別施策の実施

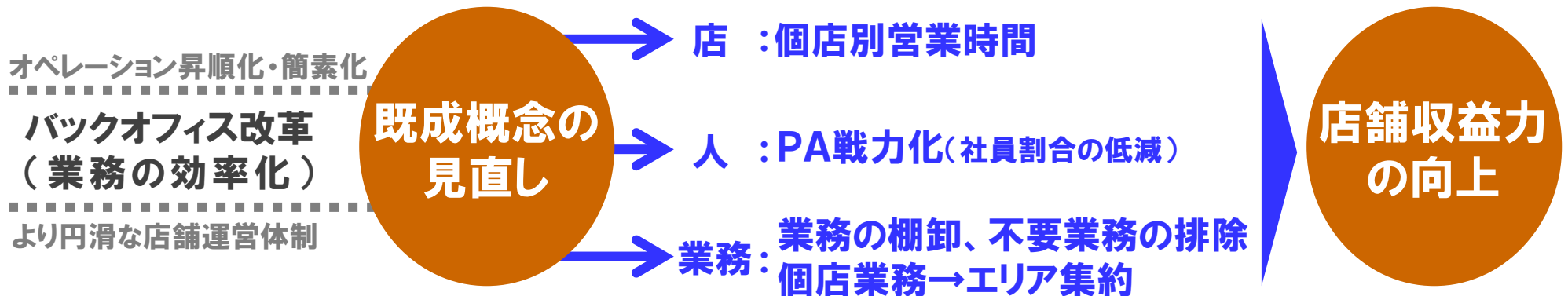
具体策3 新商材の投入、オペレーション改善

新商材・サービスの投入 ～ キーワードは『データに置き換わらないもの』～ 客単価up！

新商材の投入 客単価up(ついで買い)	季節商材の展開 季節感の演出 + 客単価up(ついで買い)	新サービスの投入 客単価up(付加価値提供)				
<p>【PB商材の開発】 主力商材の周辺商材(売れ筋)等で商品を開発 ex) ゲーム機周辺商材、トレカ向け商材</p> <p>【その他 新商材】 各店舗エリアを調査し、成功可能性の高い商材を店舗別に投入 ex) 雑貨系、スマホグッズ、玩具、中古タブレット端末</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="934 461 1283 523">夏向け商材</th> <th data-bbox="1292 461 1632 523">冬向け商材</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="934 529 1283 791">  花火  水鉄砲 etc. </td> <td data-bbox="1292 529 1632 791">  湯たんぽ  カレンダー </td> </tr> </tbody> </table>	夏向け商材	冬向け商材	 花火  水鉄砲 etc.	 湯たんぽ  カレンダー	<p>【サービスの商品化】 主力商材との相互シナジーが見込めるサービスを提供 サービス自体を商品として販売するのに加えて、主力商材の売上upを目指す</p>
夏向け商材	冬向け商材					
 花火  水鉄砲 etc.	 湯たんぽ  カレンダー					

オペレーションの改善 ～ 筋肉質の店舗運営体制に向けて ～ 店舗収益力の向上

既成概念を廃した上で現状の業務を見直しを行い、効率の改善による店舗収益力の向上を図る。



具体策4 出店

将来収益の拡大に向けた出店と、継続的な成長に向けた新業態の開発

○ 新規出店

顧客ニーズに適合した新規出店を継続実施。

出店計画:2~5店

◎出店形態は、地域ニーズ、競合状況を踏まえて臨機応変に対応

◎トレカ専門店の出店

3月17日にトレカパーク日本橋店(大阪)オープン

◎スクラップ&ビルドを当期も実施することにより、リアル店舗の採算性の向上へ



トレカパーク日本橋店

○ 新業態の開発など

◎複合ビジネスモデルを実践するため、ファミマ、TSUTAYA以外の新業態の開発にも取り組み。

◎周辺関連分野でのシナジーが期待できる業務提携や、M&Aについても検討。

EC事業の今後の戦略

前期に成長したEC部門のさらなる収益拡大を目指して、各種施策を実施

EC部門は増収となっているが、競争も厳しさを増しており、今後も成長を続けるための施策を実施。

◎ 全社経営資源の最大活用

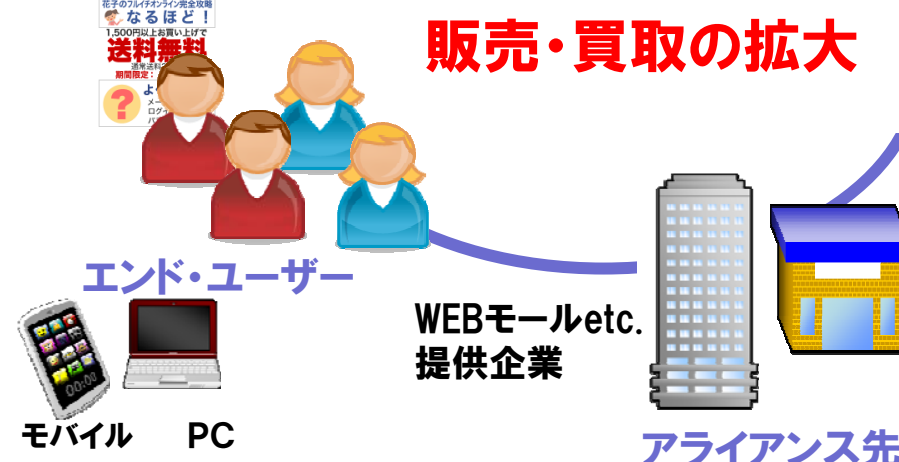
- ・店舗の買取力、知名度
- ・商品バイイング力、
- ・物流センター機能

◎ ECシステム活用による販売力最大化

- ・既存販売ルート(フルイチオンライン、アマゾン、楽天市場)での販売拡大
- ・多彩な分析機能活用で迅速・効果的な戦略立案実施

◎ マーケットプレイス戦略深化

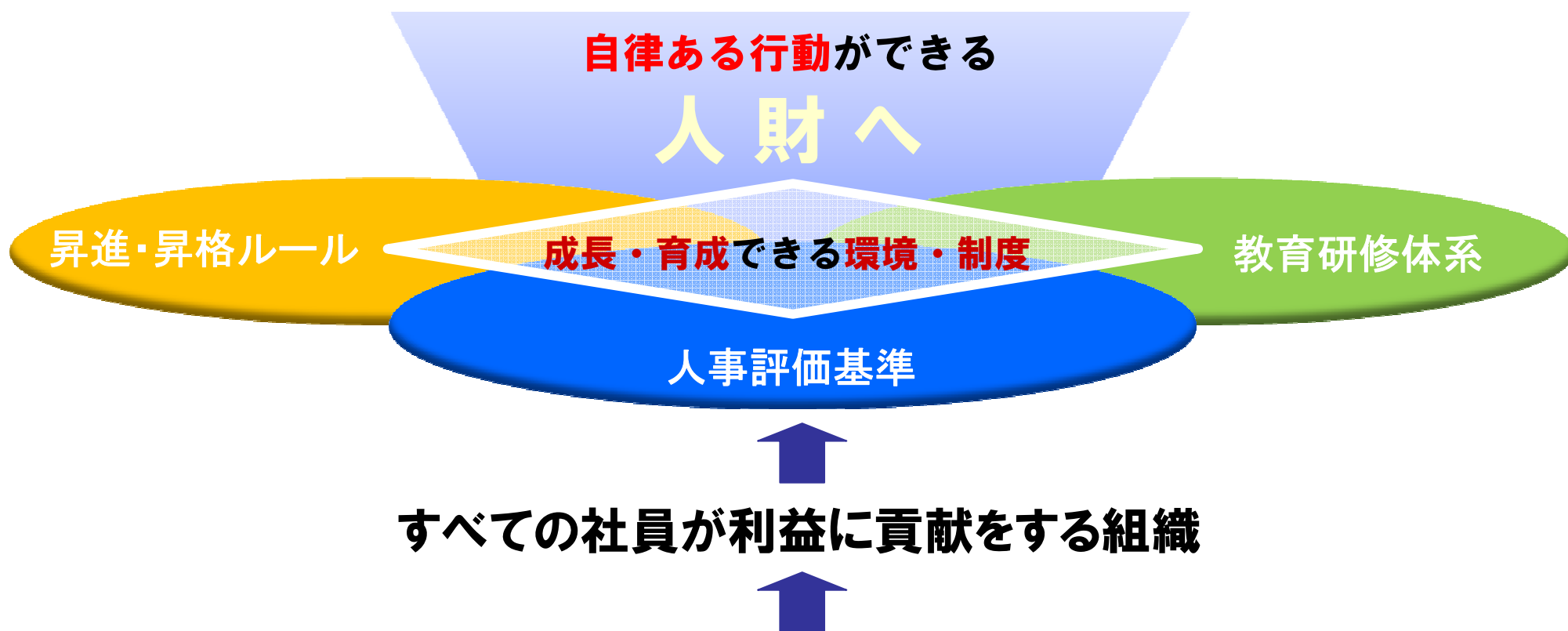
- ・協力体制の構築と販売戦略
- ・新たな販売・買取アライアンス先の開拓
ヤマダ電機(ヤマダ買取)、ポンパレモール、モバオク等々拡大中



人財戦略

Permanent Companyへ脱皮するための人事制度の抜本的な見直し

◎人事制度の改正に着手し、会社と社員が共に成長できる制度と環境の実現



常に成長を続ける人財の育成が、Permanent Companyの礎

新規事業

○ ペットサプリメント事業

WEB通販のみ専売から、リアル店舗でもユーザーが購入できる販売体制へと販路を拡充。
サプリメント販売に加え、ダイエットフード等新規アイテムを開発し、投入する。

○ プリペイドカード事業

サービス開始に向けて、諸手続きを含めて順調に準備が進行中。
今期中の事業スタートを目標。

○ ゲーム情報サイト事業

本来のターゲットであるミドル、ライトユーザー向け情報サイト「げむココ」にリソースを集中し、集客力を高める。

2014年2月期 連結業績予想

(単位:百万円)	2013年2月期 実績		2014年2月期 計画		前期比	
					増減額	増減率
売上高	34,202	100%	33,000	100%	△1,202	△3.5%
営業利益	604	1.8%	710	2.2%	105	17.5%
経常利益	619	1.8%	700	2.1%	80	13.0%
当期純利益	244	0.7%	310	0.9%	65	26.5%
EPS	473		601			

利益配分に関する基本方針

- ① 業績に応じた配当の実施(配当性向25%以上) ② 将来の事業展開に備えた内部留保の充実

配当性向の実績と計画

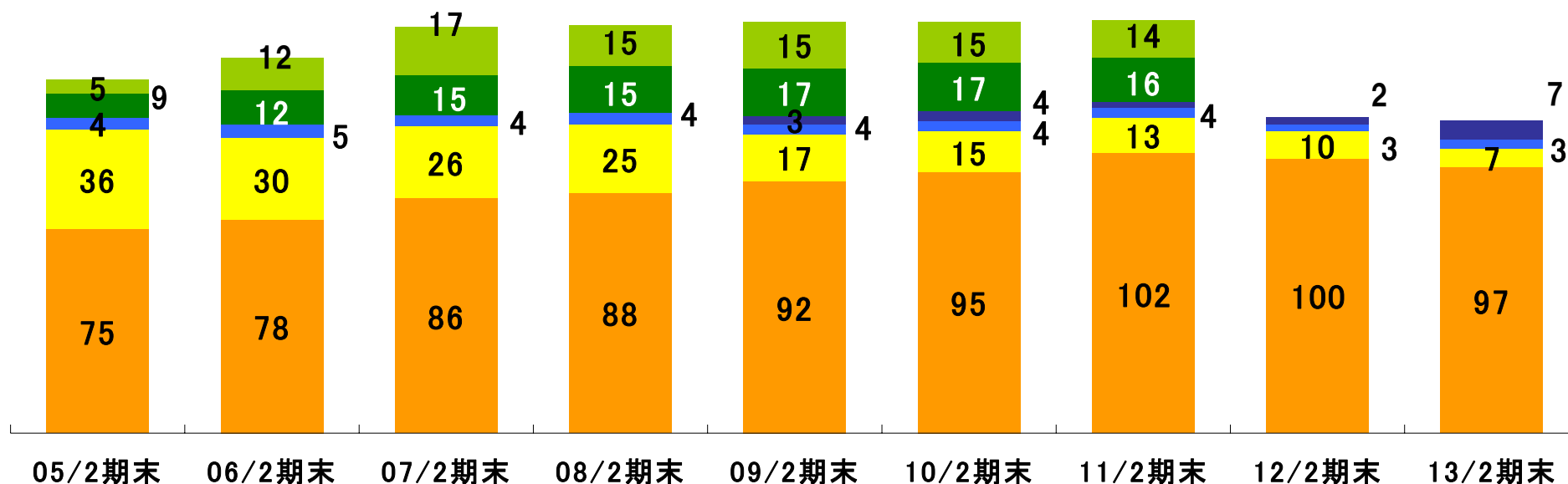
	第18期(実績) 2007/3-2008/2	第19期(実績) 2008/3-2009/2	第20期(実績) 2009/3-2010/2	第21期(実績) 2010/3-2011/2	第22期(実績) 2011/3-2012/2	第23期(予定) 2012/3-2013/2
当期純利益	634百万円	138百万円	741百万円	387百万円	△19百万円	240百万円
配当金	131百万円	130百万円	153百万円	134百万円	113百万円	113百万円
配当性向	20.8%	94.7%	20.7%	34.7%	-	46.4%

※22期は個別当期純利益および個別配当性向

参考資料

〔ご参考〕2013年2月期末 店舗の状況

■古本市場 直営店 ■古本市場業務提携・FC店 ■ブック・スクウェア直営店 ■その他 ■アイ・カフェ直営店 ■アイ・カフェFC店



	2012/2期	2013/2期			増減数
	期末	出店	退店	期末	
古本市場直営店	100(1)	3	5	97(1)	△3
古本市場業務提携・FC店	10	—	3	7	△3
ブック・スクウェア直営店	3(1)	—	—	3(1)	—
3Bee直営店	—	3(3)	—	3(3)	3(3)
TSUTAYA(単独店)	—	2	—	2	2
Family Mart	2	—	—	2	—
合計	115(2)	8(3)	8	114(5)	△1(3)

※カッコ内はTSUTAYA併設店となります。

会社概要

社名	株式会社テイツー（英訳名 TAY TWO CO.,LTD.）
設立日	1990年4月16日
上場日	1999年9月14日：JASDAQ
本社	岡山県岡山市北区今村650番111
東京本部	東京都品川区西五反田7-1-1住友五反田ビル5F、6F
代表者	代表取締役社長 堀 久志
事業内容	1.古本、TVゲームソフト・ハード、CD、DVD等の新品及びリサイクル品の販売・買取 及びビデオレンタル業務、コンビニエンスストア「Family Mart」の運営 2.インターネットサイト「furu1online」の運営
従業員数	正社員 372人、パート・アルバイト 1,388人 計1,760人(2013年2月末現在)
資本金	1,165百万円(2013年2月末現在)
発行済株式数	526,400株：単元株制度なし(2013年2月末現在)
株主数	5,831名(2013年2月末現在)