

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## ティーライフ

3172 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2019 年 10 月 3 日 (木)

執筆：客員アナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2019年7月期の業績概要	01
2. 2020年7月期の業績見通し	01
3. 独自性のある商品の開発・育成	01
■ 会社概要	02
■ グループの概要	05
■ 事業内容	06
■ 業績動向	07
1. 小売事業	08
2. 卸売事業	09
3. プロパティ事業	09
■ 今後の見通し	10
1. 2020年7月期の業績見通し	10
2. 今後の主な施策	11
3. 3ヶ年計画	13
■ 海外展開	13
■ 株主還元策	14
■ ESG 経営 / CSR 活動	15

## ■ 要約

### 3ヶ年計画を上方修正、2022年7月期に売上高100億円超を目指す

ティーライフ<3172>は、1983年8月に緑茶のティーバッグ加工と通信販売を目的として静岡県榛原郡金谷町（現在は島田市）にて創業した。現在は、企画メーカーとして加工業で得た技術や商品調達力を生かした独自の商品開発を推進し、「いつまでも健康、いつまでもキレイ」をスローガンに掲げ、健康茶、健康食品、化粧品を柱に、インターネットやカタログによる通信販売業を展開している。また、静岡県島田市という地理的に日本の中心となる好立地を生かし、3PL（サードパーティー・ロジスティクス）事業の拡大推進に向けた、自社不動産の有効活用及び収益化を図っている。

#### 1. 2019年7月期の業績概要

2019年7月期決算は、売上高は9,286百万円（前期比27.4%増）、営業利益は340百万円（同25.7%減）、経常利益は355百万円（同24.3%減）、親会社株主に帰属する当期純利益は242百万円（同42.8%減）となった。なお、売上高は期初計画であった8,571百万円を大きく超過し、過去最高を更新した。これは、2018年8月に子会社化した（株）Lifeit（ライフイット）の売上高が大きく寄与している。EC市場での更なる競争力の強化を図るとともに、グループ間における通販プラットフォームや運営ノウハウの共有等によるグループ間シナジー効果が表れている。

#### 2. 2020年7月期の業績見通し

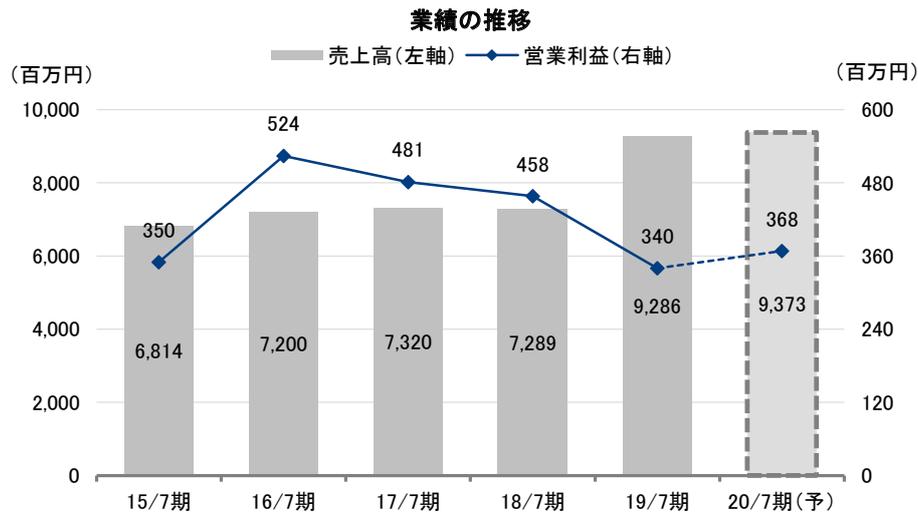
2020年7月期の業績見通しについては、売上高は9,373百万円（前期比0.9%増）、営業利益は368百万円（同8.1%増）、経常利益は371百万円（同4.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は265百万円（同9.7%増）を見込んでいる。2020年7月期も前期同様、顧客基盤を固めるため積極的な広告費の投下を予定しているが、それを踏まえての増収増益計画となる。

#### 3. 独自性のある商品の開発・育成

50代・60代の生活感覚に沿った商品や、拡大するアクティブシニア向けの商品の開発に注力する。具体的には、機能性表示食品・医薬品アイテムを計画的に投入し、新規開拓も可能なオリジナル商品を開発する。また、第2類医薬品「防風通聖散（ぼうふうつうしょうさん）」や機能性表示食品「ピントー番ゴールド」に続くシニア向けの「医薬品・機能性表示食品」の品ぞろえを拡充する。新商品としては、2020年7月期中に医薬品4商品（耳鳴り対策、頻尿対策など）、機能性表示食品5商品（ダイエット対策、記憶力の低下対策など）のリリースを予定している。

**Key Points**

- ・プロパティ事業領域で3PL事業の拡大を推進
- ・2020年7月期も引き続き積極的な広告費投下を予定しているものの、増収増益を予想
- ・3ヶ年計画を上方修正、2022年7月期に売上高100億円超を目指す



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 健康茶、健康食品、化粧品を柱とした通信販売を展開

同社は、1983年8月に緑茶のティーバッグ加工と通信販売を目的として静岡県榛原郡金谷町（現在は島田市）にて創業した。現在は、企画メーカーとして加工業で得た技術や商品調達力を生かした独自の商品開発を推進し、「いつまでも健康、いつまでもキレイ」をスローガンに掲げ、健康茶、健康食品、化粧品を柱に、インターネットやカタログによる通信販売業を展開している。代表取締役社長の植田伸司（うえだのぶじ）氏は（株）植田茶園（1992年に解散、ティーライフに事業統合）を経て同社を創業しており、いわゆるお茶の専門家である。また、静岡県島田市という地理的に日本の中心となる好立地を生かし、3PL事業の拡大推進に向けた、自社不動産の有効活用及び収益化を図っている。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
 3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

#### 会社概要

健康食品においては、1995年にカタログ「四季彩々」を創刊し、1998年に現在の主力商品でもある「ダイエットプーアール茶」の販売を開始した。その後、カタログのリニューアルを繰り返し、現在ではカタログ「さらら」を創刊している。また、インターネットによるオンラインショップにて、「ダイエットプーアール茶」、「メタボメ茶」等の健康茶や「まるごとさんかく茶」等の緑茶を中心に販売を行っている。2016年6月に発売を開始した「チョウ活宣言・活性フローラ」は、腸内環境が人の健康維持・疾病予防に大きく関与することが明らかとなり、その役割を担う“腸内フローラ”に注目したことで、成長が期待される腸内環境の市場に向けた戦略商品の位置付けとして、同社のヒット商品となっている。

オンラインショップは自社サイトのほか、楽天市場、Yahoo!、Amazonといった様々なショッピングモールに出店している。同社商品の人気は高く、外部モールにおいて「楽天ショップ 年間ランキング2018 ダイエット・健康・ルイボスティ部門」1位、「Amazon ランキング大賞2018(年間) コーヒー・お茶・粉末飲料・ルイボスティ部門」1位、「Wowma ダイエット健康ジャンル部門」2019年上半期ランキング1位を受賞した。

化粧品においては、2003年6月に同社商品「優肌の精(現在は、ゆうきのせい)」を愛用している消費者の意見から誕生した、竹酢液を配合したスキンケア化粧品「炭の露」シリーズの販売を開始した。2018年2月には新ブランドとしてお茶の成分を使用した基礎化粧品の「teatea(ティアティア)」シリーズを発売。静岡県産の茶ノ実油を配合したオールインワンシャンプー「hugm(ハグム)」など、独自性の高い商品を販売している。

M&A(企業の合併・買収)を通じて経営体質の強化を図ることは有効と判断しており、2012年11月には、生活雑貨や食品等を国内外のメーカーから仕入れ、主にテレビショッピングやカタログ販売などを展開する通信販売会社に販売する卸売事業を展開する(株)アベックスを完全子会社化した。2013年11月には欧米雑貨の企画開発、輸入及び販売を手掛けるコラムジャパン(株)を完全子会社化(2017年8月に吸収合併)。2014年8月には天然素材を使用したバッグ、スリッパ、収納小物などの生活雑貨を国内の小売店・雑貨店に販売する卸売事業を展開する(株)ダイカイを完全子会社化した。2018年8月には、ベビー用品、キッズ家具、インテリア・ペット雑貨、メンズバッグ、ガーデン用品、ビーズ及び関連商品、オリジナルジュエリー、ドリンク・フードなどを扱う専門店ECサイトを運営するLifeitの全株式を取得し、完全子会社化。2019年9月には、主に漢方薬を中心とした医薬品の通信販売事業を展開する(株)日本ヘルスケアアドバイザーズから漢方薬の通信販売事業を譲り受けている。

なお、2000年4月に茶業界で初めてISO14001を認証取得、2007年4月にプライバシーマークを認証取得した。また、2012年3月に大阪証券取引所(現東京証券取引所)JASDAQ市場(スタンダード)へ株式上場し、2014年7月に東京証券取引所市場第2部へ上場、2016年10月に東京証券取引所市場第1部に指定された。なお、2017年10月には「子育てサポート企業」として次世代認定マーク「くるみん」認定を取得している。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
 3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

## 会社概要

## 沿革

1983年 8月	緑茶のティーバッグ加工と通信販売を目的として静岡県榛原郡金谷町（現島田市）金谷河原 132 番地の 14 にティーライフ株式会社を設立（資本金 200 万円）
1985年 3月	ティーバッグ加工の拡大のため、静岡県榛原郡金谷町（現島田市）横岡 578 番地の 1 に加工工場を設置し、本社を移転
1987年12月	通信販売部門を分離し、静岡県榛原郡金谷町（現島田市）牛尾 118 番地に株式会社植田茶園を（植田伸司 75%、ティーライフ株式会社 25% 出資）設立（資本金 300 万円）
1990年 2月	株式会社植田茶園を株式会社ウエダに商号変更
1990年 8月	三角型ティーバッグ包装機を導入し、ティーバッグ受託加工を専業化
1992年 8月	株式会社ウエダを解散し、ティーライフ株式会社へ事業統一
1995年 3月	カタログ「四季彩々」（現「さらら」）を創刊
1998年 3月	「ダイエットプーアール茶」販売開始
2000年 4月	ISO14001 を認証取得
2001年 8月	業務拡大に伴い、事務所、出荷センター、倉庫を静岡県榛原郡金谷町（現島田市）牛尾 118 番地に設置、本社を移転
2002年 5月	ティーバッグ商品に「トモロコシフィルター」を使用開始 ティーバッグ受託加工業を廃止
2003年 1月	インターネットでの通信販売を開始
2003年 6月	化粧品「炭の露シリーズ」販売開始
2003年 9月	JADMA（社団法人日本通信販売協会）入会
2004年 2月	ティーライフ楽天ショップ出店
2004年11月	カタログ「Bamboo Cafe」（現「ていあびより」）創刊
2007年 4月	プライバシーマーク認証取得
2008年 5月	「メタボメ茶」販売開始
2012年 3月	大阪証券取引所（現東京証券取引所）JASDAQ 市場（スタンダード）へ株式上場
2012年11月	株式会社アベックス（所在地：群馬県高崎市）の全株式を取得し子会社化
2013年11月	コラムジャパン株式会社（所在地：東京都千代田区）の全株式を取得し子会社化
2014年 7月	東京証券取引所市場第 2 部へ株式上場
2014年 8月	株式会社ダイカイ（所在地：愛知県名古屋市の全株式を取得し子会社化
2015年 8月	物流センター（所在地：静岡県袋井市）稼働
2016年10月	東京証券取引所市場第 1 部指定
2017年 3月	提來福股份有限公司（所在地：台湾台北市）を設立
2017年 8月	コラムジャパン株式会社を吸収合併し、法人事業部を新設
2017年10月	「子育てサポート企業」として次世代認定マーク「くるみん」認定を取得
2018年 8月	株式会社 Lifeit（所在地：東京都目黒区）の全株式を取得し子会社化
2018年11月	特萊芙（上海）貿易有限公司（所在地：中華人民共和国 上海市）を設立
2019年 8月	会社分割により卸売事業を株式会社ダイカイへ継承 再生 PC の活用及び販売開始
2019年 9月	株式会社日本ヘルスケアアドバイザーズ（NHA）から、漢方薬の通信販売事業を譲受 掛川センター（所在地：静岡県掛川市）稼働

出所：ホームページ、会社リリースよりフィスコ作成

## ■ グループの概要

### 豊かで潤いのある生活をサポートする企業グループ

同社グループは、通信販売及び卸売販売を通じて、健康、美容、生活関連商品を提供し、顧客の豊かで潤いのある生活をサポートしている。

#### (1) 同社

ダイエットプーアール茶、ルイボスティー等の健康茶の他、サプリメント等の健康食品、美容雑貨、基礎化粧品等を柱として、カタログ、Web サイトによる通信販売を展開している。

#### (2) アベックス

生活雑貨や食品等を国内外のメーカーから仕入れ、主にテレビショッピングやカタログ販売などを展開する通信販売会社に販売する卸売事業を展開している。主な商品である寝具は、福祉大国デンマークにて1918年に創立された老舗医療寝具メーカーであるラーセン・プロダクション社の寝具ブランド「ダンフィル」を取り扱う。

#### (3) ダイカイ

天然素材を使用したバッグ、スリッパ、収納小物などの生活雑貨を国内の小売店・雑貨店に販売する卸売事業を展開。1971年の創業以来、中国から仕入を行ってきた実績を持ち、現地仕入先と太い信頼関係を築いている。

#### (4) Lifeit

小売事業として複数のセレクトショップ通信販売サイトを運営。ベビー用品、キッズ家具、インテリア・ペット雑貨、メンズバッグ、ガーデン用品、ビーズ及び関連商品、オリジナルジュエリー、ドリンク・フード等のショップを展開。また、長年にわたる通信販売サイト運営により、システムやインフラを確立、運営ノウハウをベースに各分野における事業基盤を構築している。

#### (5) 提來福股份有限公司 (台湾)

日本国内で累計200万個以上の販売をしている「メタボメ茶」を台湾にて「美達寶美茶」という商品名で通信販売している。

#### (6) 特萊美 (上海) 貿易有限公司 (中国)

2018年11月2日に設立。日本国内で累計200万個以上の販売をしているメタボメ茶を中国にて通信販売を行う。

#### (7) 袋井センター

57,129m<sup>2</sup>の敷地面積と62,429m<sup>2</sup>の延床面積を持つ同社グループの物流拠点。外部の通信販売会社などの物流受託を行う3PL事業や外部の物流会社などへスペース貸しを行う賃貸事業を展開している。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

グループの概要

(8) 掛川センター

106,759 m<sup>2</sup>の敷地面積と29,191 m<sup>2</sup>の延床面積を持つ同社グループの事業所。プロパティ事業の拡大や同社グループの物流拠点の統合も視野に2019年9月に取得した。

掛川センター



出所：ホームページより掲載

## 事業内容

### 健康茶、健康食品、化粧品を柱としたネット通販を展開

同社のセグメントは、小売事業、卸売事業、プロパティ事業に分けられている。

小売事業においては健康茶、健康食品、化粧品などの通信販売となる。「ダイエットプーアル茶」、「メタボメ茶」等の主力商品に加え、「チョウ活宣言・活性フローラ」等のサプリメントやお茶の成分を使用した基礎化粧品「teatea」等、差別化された商品を手掛ける。また、第2類医薬品「防風通聖散」や機能性表示食品「ピント一番ゴールド」といったシニア向けの「医薬品・機能性表示食品」の品ぞろえを拡充している。酒類販売では、主力ヒット商品で圧倒的トップシェアの1つである「ルイボスティー」を使用した「南アフリカ産ワイン」を販売しており、抗酸化作用があるルイボスを使うことによる無添加のワインであり、健康酒となる。

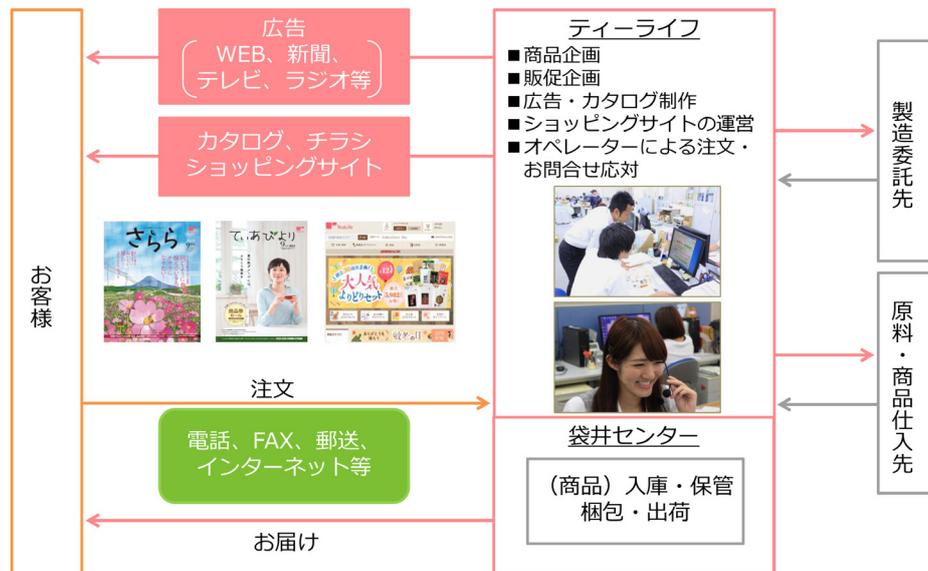
卸売事業では寝具、雑貨、健康茶等の卸売となり、北欧ブランド「Danfill (ダンフィル)」の新デザインの寝具、ドイツブランド「Leschi (レッシー)」のウォーミングピロー等、顧客ニーズに対応した商品開発、商品パッケージの刷新等により、他社との差別化、ブランドの強化を推進している。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

## 事業内容

プロパティ事業においては、今後の業容拡大に対応できる物流拠点として、2015年3月に静岡県袋井市の物流施設を取得した。2015年8月に物流センター（袋井センター）を稼働しており、袋井センターを活用した不動産賃貸を行っている。2018年3月には新たに隣接する土地及び建物を取得し、さらに賃貸エリアを拡大した。袋井センターは東名高速道路の袋井ICから約2kmと好立地にあることで予想を上回る引き合いがあり、高稼働状態にある。

## 事業モデル



出所：決算説明会資料より掲載

## 業績動向

### 2019年7月期業績はシナジー効果で売上高が過去最高を更新

2019年7月期決算は、売上高は9,286百万円（前期比27.4%増）、営業利益は340百万円（同25.7%減）、経常利益は355百万円（同24.3%減）、親会社株主に帰属する当期純利益は242百万円（同42.8%減）となった。売上高は期初計画であった8,571百万円を大きく超過し、過去最高を更新している。これは、2018年8月に子会社化したLifeitの売上高が大きく寄与した。EC市場での更なる競争力の強化を図るとともに、グループ間における通販プラットフォームや運営ノウハウの共有等によるグループ間シナジー効果が表れている。損益面については、卸売事業、プロパティ事業ともに利益が拡大しているが、小売事業において顧客開拓などの成長に向けた先行投資を進めることにより期初段階で減益を見込んでいたため、計画に沿った着地となった。また、親会社株主に帰属する当期純利益については、コラムジャパンの吸収合併に伴い、同社から引き継いだ税務上の繰越欠損金にかかる繰延税金資産の計上により税金負担が一時的に低かったため、2019年7月期の税金負担が前期と比べて増加した影響だ。なお、同社では3ヶ年計画を立てているが、2020年7月期の売上高計画であった8,897百万円を2019年7月期で超過達成したことになる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーム）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

## 業績動向

## 業績推移

(単位：百万円)

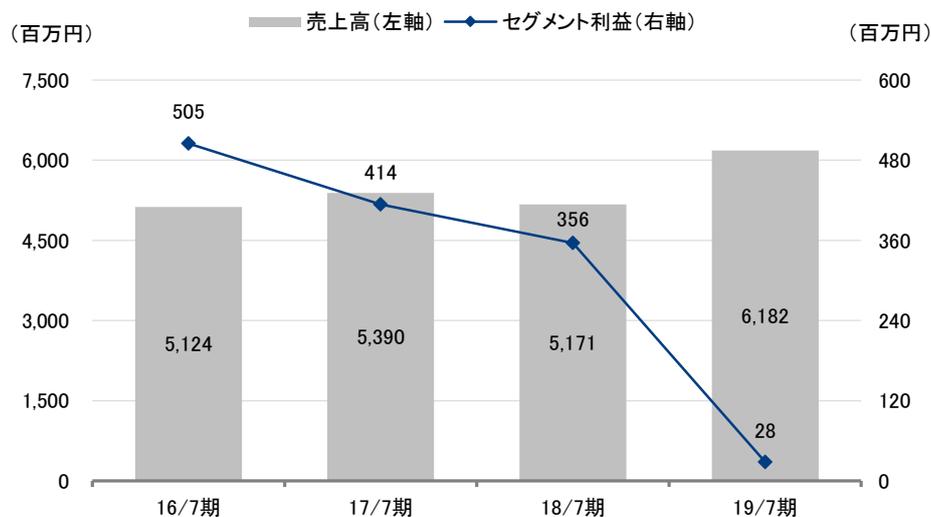
	15/7期	16/7期	17/7期	18/7期	19/7期	増減率
売上高	6,814	7,200	7,320	7,289	9,286	27.4%
営業利益	350	524	481	458	340	-25.7%
経常利益	363	446	546	470	355	-24.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	185	336	458	423	242	-42.8%
EPS (円)	43.55	79.79	107.9	99.56	56.96	-
1株当たり配当金 (円)	27.00	28.00	34.00	34.00	20.00	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 1. 小売事業

小売事業の売上高は6,182百万円（前期比19.5%増）、セグメント利益は28百万円（同92.1%減）となった。健康食品分野において、「ダイエットプーアル茶」、「メタボメ茶」等の健康茶を中心として展開するほか、新たに第3類医薬品「ティアホワイト」、第2類医薬品「防風通聖散」等の医薬品の取扱いを開始したほか、従来の商品を機能性表示食品に改良した「ピントー一番ゴールド」を発売するなど、機能性の高い商品の品ぞろえを拡充し、「医薬品・機能性表示食品」の販売が順調に推移した。化粧品分野では、基礎化粧品の「teatea（ティアティア）」を中心に展開し、静岡県産の茶ノ実油を配合したオールインワンシャンプー「hugm（ハグム）」など、独自性の高い商品の販売が順調である。また、Lifeitにおいては、ベビーグッズ等子育て関連やガーデン用品等の専門性の高いECサイトを展開しており、各店舗ごとの品ぞろえ拡充や催事に合わせた販促強化により、売上を拡大した。利益面については、海外展開に向けた先行投資のほか、国内の売上拡大に向けた顧客開拓にかかる広告宣伝費を積極投下したこと、また、配送料の値上げに加え、家具等大型配送物の売上が伸長したことに伴い物流コストの増加が影響した。

## 小売事業の業績推移



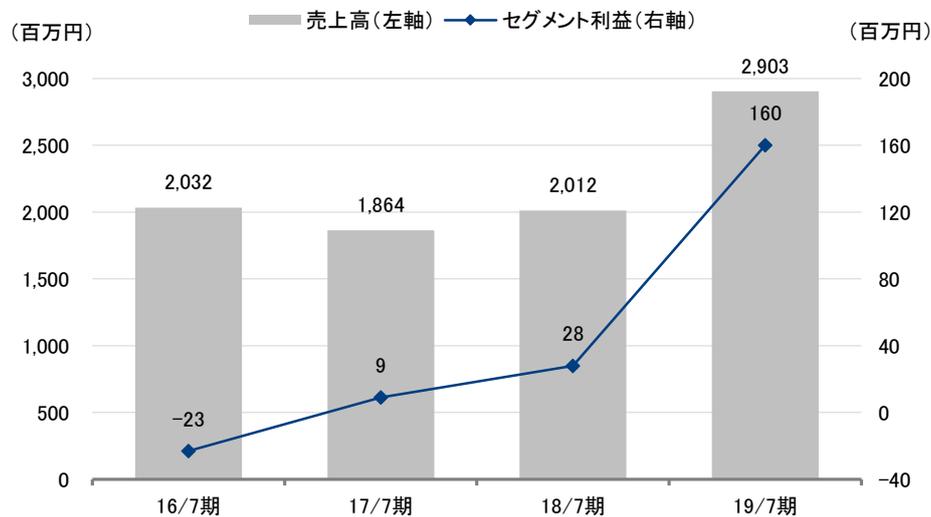
出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## 2. 卸売事業

卸売事業の売上高は2,903百万円（前期比44.3%増）、セグメント利益は160百万円（同455.6%増）となった。卸売事業においては、主力の北欧寝具ブランド「Danfill（ダンフィル）」に加え、高麗人参エキスを配合したサプリメント「J's kami 高麗」や「熟成発酵濃縮黒にんにくゼリー」等の美容・健康関連商品をテレビショッピングを中心に積極展開したことにより、売上高は大きく伸長した。小売店向けでは、キャラクター雑貨の「コポー」、キッチン雑貨のスチームケース「ルクエ」等の主力商品のほか、ギフト用セットや取引先のニーズに合わせたOEM商品の拡充や、夏向けに接触冷感生地を使用したクールアイテムを追加投入し、他社との差別効果が見られた。また、展示会への出展による販路拡大も寄与している。

卸売事業の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

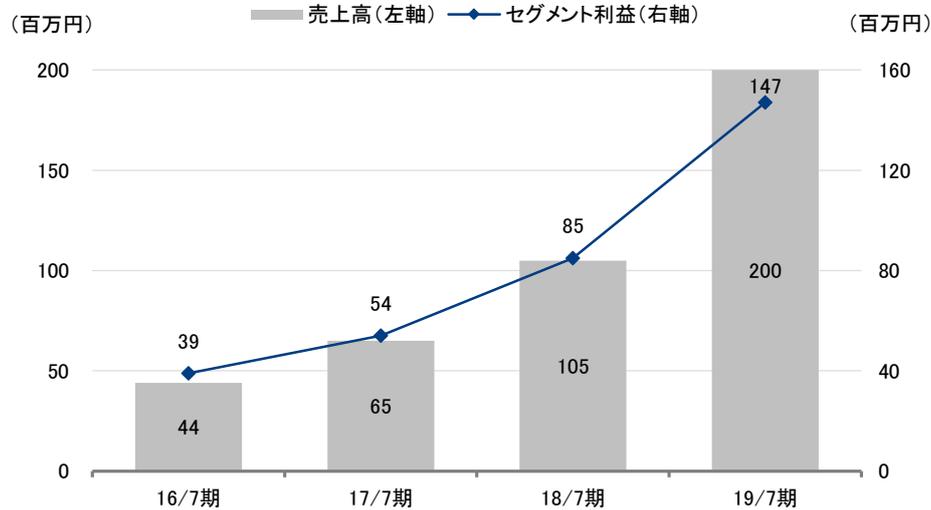
## 3. プロパティ事業

プロパティ事業の売上高は200百万円（前期比90.7%増）、セグメント利益は147百万円（同73.2%増）となった。不動産の賃貸先の開拓を進めるとともに、出荷業務の内製化を機に、他社のお荷業務の請負も開始するなど、3PL事業の拡大推進に向けた、自社不動産の有効活用及び収益化を図った。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

業績動向

### プロパティ事業の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 顧客基盤固めの先行投資を継続も、 独自性のある商品開発や 3PL 事業拡大で増収増益を計画

#### 1. 2020年7月期の業績見通し

2020年7月期通期計画については、売上高は9,373百万円（前期比0.9%増）、営業利益は368百万円（同8.1%増）、経常利益は371百万円（同4.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は265百万円（同9.7%増）を見込んでいる。2020年7月期も前期同様、顧客基盤を固めるため積極的な広告費の投下を予定しているが、それを踏まえての増収増益計画となる。また、2019年10月に施行された消費増税の影響については、同社商品の約9割が食品となるため、増税前の駆け込み需要は限られており、増税後の買い控えへの影響は限定的と考えられる。

今後の見通し

## 2020年7月期業績予想

(単位：百万円)

	19/7期 実績	20/7期		
		予想	増減	増減率
売上高	9,286	9,373	86	0.9%
営業利益	340	368	27	8.1%
経常利益	355	371	15	4.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	242	265	22	9.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

同社は2019年9月1日付で、主に漢方薬を中心とした医薬品の通信販売事業を展開する日本ヘルスケアアドバイザーズから漢方薬の通信販売事業を譲り受けている。譲受事業の2019年2月期における経営成績については、売上高372百万円、営業損失271百万円であるが、漢方薬の通信販売事業のみを買収しており、社員等は含まれない。定期購入客5,000人、これまでの顧客45,000件の価値を考慮してM&Aを行っているため、確実に利益が得られる分野となる。なお、同社では漢方薬の通信販売事業における2020年7月期の売上は、8,000万円程度を見込んでいる。また、日本ヘルスケアアドバイザーズでは莫大な広告費等をかけていたが、同社には既に自社の広告基盤が整っており、配送センターも自前で展開しているため、通常のランニングコストでの対応が可能となる。同社は既にシステム投資を終えており、このシステムに取り込むことにより、クロスセル効果が既に現れている。

「当帰芍薬散エキス錠（とうきしゃくやくさん）」「八味地黄丸エキス錠（はちみじおうがん）」「補中益気湯エキス錠（ほちゅうえつきとう）」「桂枝茯苓丸エキス錠（けいしぶくりょうがん）」等を扱うことにより医薬品の販売拡大が期待できるほか、今回取り込んだ漢方薬の顧客に対しては漢方薬のほか、同社が手掛けてきた商品の需要が期待されるだろう。同社の主力商品では、1商品で月500～600百万円ほどの売上があるが、M&A効果によって年間で1億円程度の増収効果が見込める。M&Aに伴う買収金額は公表していないが、1年程度での償却を計画している。

## 2. 今後の主な施策

## (1) 独自性のある商品の開発・育成

50代・60代の生活感覚に沿った商品や拡大するアクティブシニア向けの商品の開発に注力する。機能性表示食品・医薬品アイテムを計画的に投入し、新規開拓も可能なオリジナル商品を開発する。第2類医薬品「防風通聖散」や機能性表示食品「ピントー番ゴールド」に続くシニア向けの「医薬品・機能性表示食品」の品ぞろえを拡充する。新商品としては、2020年7月期中に、医薬品4商品（耳鳴り対策、頻尿対策など）、機能性表示食品5商品（ダイエット対策、記憶力の低下対策など）のリリースを予定している。また、事業譲渡を受けた漢方薬の通信販売事業においては、主力商品である「私の漢方薬」（名称は変更予定）など、同社の通販インフラを活用し、4種類を展開する予定である。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

今後の見通し

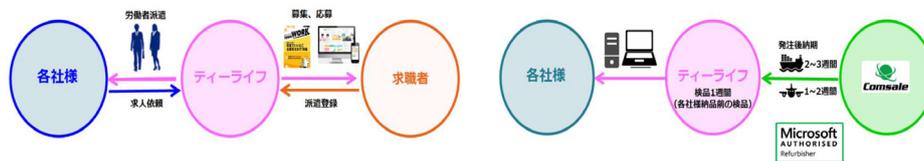
## (2) 長期的な視点での「ファン」づくり

一人ひとりの顧客の悩みや要望に合わせた提案や対応ができる専門知識や接客力を持ったコミュニケーターの育成に取り組み、顧客の悩み解決に努める。また、顧客同士の交流会や同社社員と顧客との座談会など、同社ならではのイベントを企画・運営し、長期的な視点で「ファン」を増やす。同社ではカフェスペースを貸し切って、顧客向けイベントである「ティーライフ・カフェ」を開催している。発売前の商品を試せる貴重な機会であったり、スタッフだけでなく、他の顧客の話聞けるとして評判は良好である。「ティーライフ・カフェ」は全国各地で開催が予定されており、長期的な視点での「ファン」づくりとして重要な取り組みである。また、同社社長である植田氏による「仲ちゃんと集おう会」も随時開催されているほか、業界の専門家を迎えての健康・美容に関するセミナーや、顧客との座談会などが行われている。

## (3) プロパティ事業の拡大

自社出荷業務で蓄積したノウハウを活用し、新たに他社の出荷業務を請負うなど、物流機能の外販や3PL事業の拡大を推進し、袋井センターを最大限に活用する。多くの通販会社が抱える問題として、物流費の高騰、期日配達（顧客ニーズ）があるが、同社の袋井センターは東名高速道路の袋井ICから約2kmと地理的な好立地に位置しているため、各方面からの引き合いが増えている。通信販売では「物流を制する者が通販を制する」と言われる状況となるなかで、物流業務の更なる効率化が急務であり、同社の物流ノウハウでの3PL運営を拡大させる。また、新たに人材派遣業、再生PC事業の運営を開始する。

人材派遣業（左）、再生PC事業（右）のイメージ



出所：決算説明会資料より掲載

なお、2019年9月に固定資産の取得に関する不動産売買契約の締結を決議した。取得資産は静岡県掛川市に所在する面積106,759平方メートルの土地に工場1棟、事務所1棟、守衛所他を含む不動産で、取得価額は2019年7月期連結純資産額の30%超。プロパティ事業では自社不動産を活用した不動産賃貸及び出荷請負等を展開しているが、今回の物件取得により事業拡大を図るとともに、今後の同社グループの物流拠点の統合も視野に、物流業務の効率化に取り組んでいくとしている。

## (4) グループシナジーの最大化

楽天やアマゾンといったECモール部門の拠点をLifeit社内に移し、ECノウハウの吸収と業務運営の効率化を推進。また、同社の卸売事業の機能をダイカイに集約し、更なる経営資源の有効活用、事業運営の効率化を図る。

## 3ヶ年計画を上方修正、2022年7月期に売上高100億円超え目指す

### 3.3ヶ年計画

同社では3ヶ年計画を立てているが、2019年7月期の売上高が9,286百万円となり、2020年7月期の売上高計画であった8,897百万円を超過達成している。これに伴い3ヶ年計画を上方修正しており、2022年7月期の売上高は10,131百万円（2019年7月期比9.1%増）、営業利益534百万円（同56.8%増）、経常利益529百万円（同48.7%増）、親会社株主に帰属する当期純利益385百万円（同59.0%増）を計画している。

#### 3ヶ年計画

(単位：百万円)

	20/7期	21/7期		22/7期	
	計画	計画	増減率	計画	増減率
売上高	9,373	9,551	1.9%	10,131	6.1%
営業利益	368	440	19.5%	534	21.4%
経常利益	371	435	17.2%	529	21.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	265	313	17.9%	385	23.1%

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

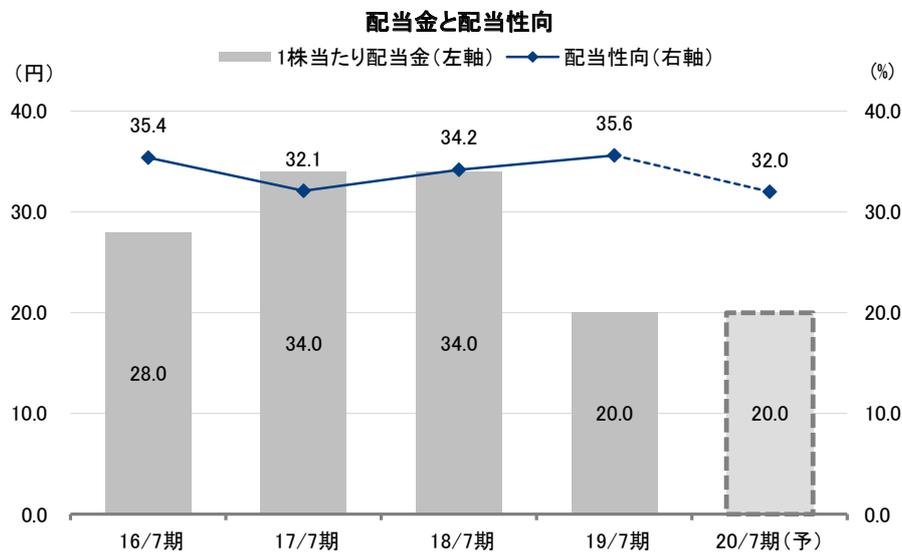
## 海外展開

国内市場で蓄積してきた経験・ノウハウ等を生かし、今後急速な成長が見込まれるアジアを中心とした海外ECの展開を進めている。2017年3月に台湾に提來福股份有限公司を設立し、その後ネット通販による販売活動を本格化したことで、台湾を中心としたアジア圏に自社商品を積極的にプロモーション展開している。また、2018年11月2日に中国・上海に100%子会社「特萊芙（上海）貿易有限公司」を設立した。さらに注目されるのがベトナムとなる。経済成長が著しいベトナムは2018年通年のGDP成長率が7.1%と高水準であり、高い経済成長を続けている。所得の向上とともに同国での日本茶やたんぽぽ茶、ルイボスティーも人気であり、東南アジアの消費者（個人・現地卸売業者）から直接、同社の商品指定での購入も増えている。

## 株主還元策

### 2020 年 7 月期配当金は年 20 円、配当性向 32.0% を予想

同社は株主への利益還元を経営の重要な課題と位置付けており、企業体質の強化及び今後の事業拡大のための内部留保の充実を勘案しつつ、配当性向 30% を目途に、毎期安定配当を継続していくことを基本方針としている。2020 年 7 月期に配当については、連結業績見通し及び上記基本方針を勘案し、予想配当性向 32.0% となる、1 株当たり中間配当金 10.0 円、期末配当金 10.0 円の年間配当金 20.0 円を予定している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

また、同社は株主優待として、より同社製品の魅力を知ってもらうため、同社商品の買物に利用できる「株主優待券」を進呈している。対象株主は 7 月末現在の株主名簿に記載された株式 1 単元 (100 株) 以上保有の株主となる。優待内容は所有株式 100 株以上 500 株未満で 1,000 円券 1 枚、500 株以上 1,000 株未満で 2,000 円券 1 枚、1,000 株以上で 3,000 円券 1 枚となる。さらに、「株主優待券」でのみ購入できる商品も用意している。

#### 「株主優待券」でのみ購入できる商品例



出所：決算説明会資料より掲載

## ■ ESG 経営 / CSR 活動

### 再生 PC 事業は「SDGs」達成に向けた取り組みに一役

プロパティ事業において、新たに再生 PC 事業の運営を開始する。これは持続可能な開発目標 (SDGs: Sustainable Development Goals) 達成へ向けた取り組みとしても注目される事業である。17 の目標と 169 のターゲットから成る SDGs の 1 つには、「持続可能な生産消費形態を確保する」とあり、製品サービス分類において「再生資源を使用した商品、再生可能な商品、繰り返し使える商品、省エネ・省資源型の商品、容器包装を簡素化した商品、環境ラベル認定等製品等を重点的に販売している」とある。

また、マイクロソフト認定再生 PC 事業者であるカナダの Comsale Computers Inc. と提携。マイクロソフト認定再生 PC を取り扱う。再生製品であるが故にコンディションには個体差があるが、部品交換により業務使用できるパフォーマンスと信頼性がある。なお、古い PC の引き取りについては無料に対応する。HP (ヒューレット・パカード <HPQ>)、DELL (デル・テクノロジーズ <DELL>)、Lenovo (レノボ) であれば同一機種 300 台程度まで一括で調達が可能など、取扱量が多い。スマートフォンやタブレットの普及により PC の需要は減ってきているとはいえ、法人向けにおいては依然としてデスクトップ PC の普及量が多い。

市場環境においては「働き方改革」によるワークスタイルが変化しており、仮想デスクトップ活用に伴い、在宅ワークによる PC 需要のほか、「教育 ICT」に向けた需要が高まる可能性がある。文部科学省は、2020 年度から小学校でプログラミング教育を必修化するなど情報教育に力を入れている。ただし、文部科学省の調査では、全国の公立小中高校などに配備されている学習用コンピューターが 2019 年 3 月時点で児童生徒 5.4 人につき 1 台にとどまっているのが現状であり、1 人 1 台の実現に向けた取り組みが加速することが見込まれる。そういった局面において、再生 PC の需要が高まる状況が期待されるだろう。

### 様々な社会貢献活動に積極的に取り組む

同社では自然環境、地域社会に配慮した様々な社会貢献活動に取り組んでいる。主な活動内容として、「植林ボランティア」は、認定 NPO 法人緑の地球ネットワークが主催する「中国黄土高原ワーキングツアー」を通じて植林ボランティアへ参加している。また、「若竹刈り」は、竹酢液を原料とした「炭の露」化粧品シリーズを取り扱う会社として、また環境に配慮した会社として、竹公害防止のための若竹刈りに参加している。その他、「地域貢献活動」として「小さな親切運動」に参加している。地球温暖化防止国民運動としては、社内での節電、クール・ビズ、ウォーム・ビズ、事務用品のリサイクル品、エコロジー商品の利用など、社員一人ひとりが日常業務の中でできることを実践し、低炭素社会作りに協力している。

ティーライフ | 2019年10月3日(木)  
3172 東証1部 | <https://www.tealifeir.com/ir/>

ESG 経営 / CSR 活動

### 社会貢献活動



出所：ホームページより掲載

なお、同社のティーバッグは、トウモロコシから作られた生分解性フィルターを使用している。一般的なティーバッグは石油由来の素材が使われているが、同社のティーバッグのほとんどは環境に配慮したトウモロコシ由来の安心素材を使用している。

#### 免責事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp