



# 株式会社TSIホールディングス 個人投資家説明会 (東証プライム市場：3608)

2024.6.20



# はじめに



株式会社TSIホールディングス 代表取締役社長

下地 毅

生年月日：1964年12月28日

出身地：沖縄県 宮古島

略歴紹介：

1997年1月 (株)上野商会 (現(株)TSI) 入社

2004年11月 同社 取締役商品部長

2012年9月 同社 取締役執行役員商品本部長

2016年11月 同社 専務取締役執行役員商品本部長

2018年11月 同社 取締役社長 兼 商品本部長

2019年6月 当社 執行役員

2020年3月 当社 執行役員 第4事業カンパニー長

2020年5月 当社 取締役 第4事業カンパニー長

2020年7月 当社 取締役営業本部長 兼

同本部 第4事業カンパニー長

2021年3月 当社 代表取締役社長 兼

(株)TSI 代表取締役社長 (現任)

# Contents

1. 会社概要
2. ブランド紹介
3. 中期経営計画
4. 株主還元
5. サステナビリティの取り組み
6. 補足資料



# 会社概要



TSIホールディングスホームページ  
<https://www.tsi-holdings.com/>

TSIグループは、その前身である東京スタイル、サンエー・インターナショナルの時代から数えて、70年以上に渡り、歓びや輝きを生むファッションを提供してきました。

名称	株式会社TSIホールディングス
本社所在地	東京都港区赤坂8丁目5番27号
設立	2011年6月1日
売上高	1,553億円
当期純利益	48億円
資本金	150億円
代表者	代表取締役社長 下地 毅
上場取引場	東証プライム市場（証券コード：3608）

## 従業員数

グループ全体  
**5,321**人  
うち臨時従業員  
**1,219**人

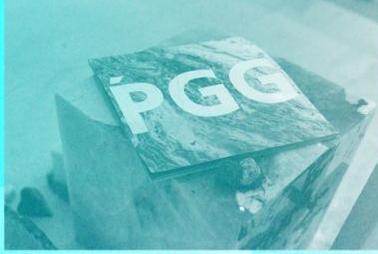
## 実店舗数

国内 **731** 店舗  
海外 **30** 店舗  
中国10/イギリス11/  
アメリカ5/フランス2/  
イタリア1/台湾1

## ブランド数

**53**ブランド  
インブランドを含めると  
57ブランド

(2024年2月29日時点)



Next Agenda

# ブランド紹介



# 4つの事業領域

- ・ 事業領域を4つに分類して組織を編成。
- ・ 成長事業領域へ投資を進める。

## Fashion Capital

1

ファッション  
キャピタル

NATURAL BEAUTY BASIC | PROPORTION BODY DRESSING | ADORE | human woman | FREE'S MART  
PINKY&DIANNE | Arpege story | CADUNÉ | Mystrada | Apuweiser-riche  
JUSGLITTY | Rirandture | LE PHIL | JILLSTUART | JILL by JILLSTUART

## Wellness & Lifestyle

2

ウェルネス&  
ライフスタイル

PEARLY GATES | PGG | MASTER EDITION BUNNY | Jack Bunny!! | St ANDREWS SCOTLAND | PING  
new balance golf | NBB WEEKEND | MARGARET HOWELL | MHL, SEVEN BY SEVEN  
guitar | and wander | YLÈVE | THE LIBRARY | Dice&Dice | AGING | Urth Cafe  
Exclusively Organic Coffees & Fine Teas

## Street & Culture

3

ストリート&  
カルチャー

AVIREX® | STUSSY | Schott N.Y.C. | HUF | NANO universe | ROSE BUD  
B'2nd | BAIT | TACTICS | UNION | Forgetme-nots  
MANASTASH | LAY LAY PLANET | FIGURE | BEAVER | ROYAL FLASH | GARDEN

## Digital Generation

4

デジタル  
ジェネレーション

E T R É TOKYO | hueLe Museum | CHAROL | bobé | M E C R E

# ファッションキャピタル事業Div.

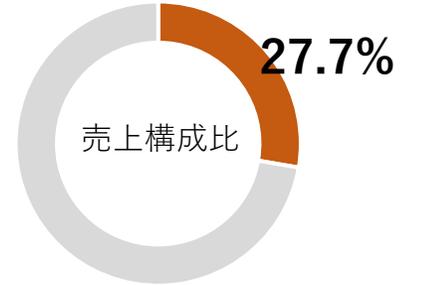
ブランドの体験価値を磨き、高感度なアパレルを中核としたファッションエンターテインメントを創造する。

売上高

419.9億円

Br数

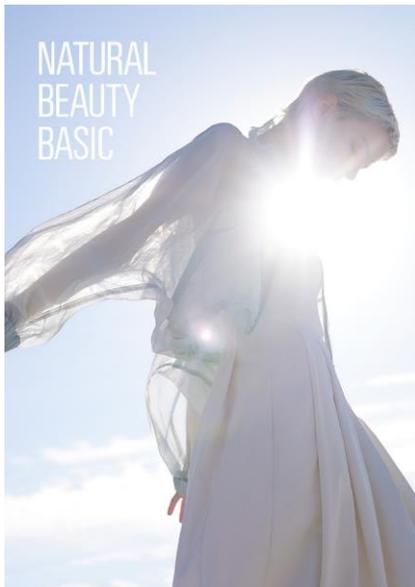
16



注) 2024年2月期 売上

## Fashion Capital

NATURAL BEAUTY  
BASIC



JILL by JILL STUART



A D O R E



PINKY&DIANNE



JILL STUART  
human woman

LE PHIL

Apuweiser-riche

JUSGLITTY

Rirandture

Mystrada

C A D U N É

Arpege story

PROPORTION  
BODY DRESSING



FREE'S  
MART

注) 2024/3/1からJILL STUART・JILL by JILLSTUART・FREE'S MARTはデジタルジェネレーション事業Div.から移動しています

# ウェルネス&ライフスタイル事業Div.

生活者の健康や幸せ、延いては社会へ良いインパクトを与えるファッションエンターテインメントを創造する。

売上高

485.6億円

Br数

16



注) 2024年2月期売上

## Wellness

### PEARLY GATES



### PING



NBB WEEKEND

### new balance golf



St ANDREWS  
SCOTLAND

### MASTER BUNNY EDITION

### Jack Bunny!!

## Lifestyle

### MARGARET HOWELL



### and wander



### MHL, SEVEN BY SEVEN Dice&Dice

### THE LIBRARY

### YLÈVE quitam



# ストリート & カルチャー事業Div.

ストリートカルチャーを育成し、社会や環境をポジティブにするファッションエンターテインメントを創造する。

売上高  
**593.0億円**

Br数  
**16**

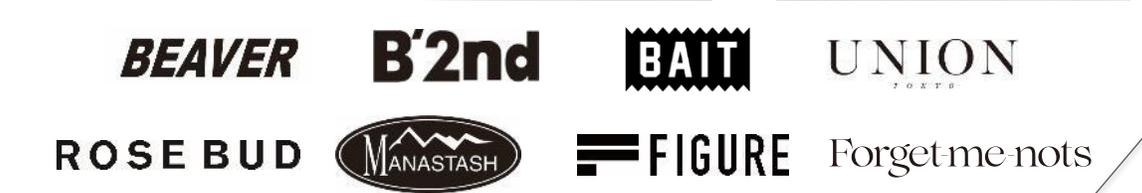


注) 2024年2月期売上

## Street



## Culture



注) 2024/3/1からROSE BUDはデジタルジェネレーション事業Div.から移動しています

# デジタルジェネレーション事業Div.

デジタル×ファッションによる、デジタルネイティブ世代に向けたファッションエンターテインメントを創造する。

売上高

17.6億円

Br数

5



注) 2024年2月期売上  
 その他事業もあるため4事業の合計は総売上高と一致しません。

## Digital Generation

ETRÉ  
 TOKYO



hueLe Museum



bobe

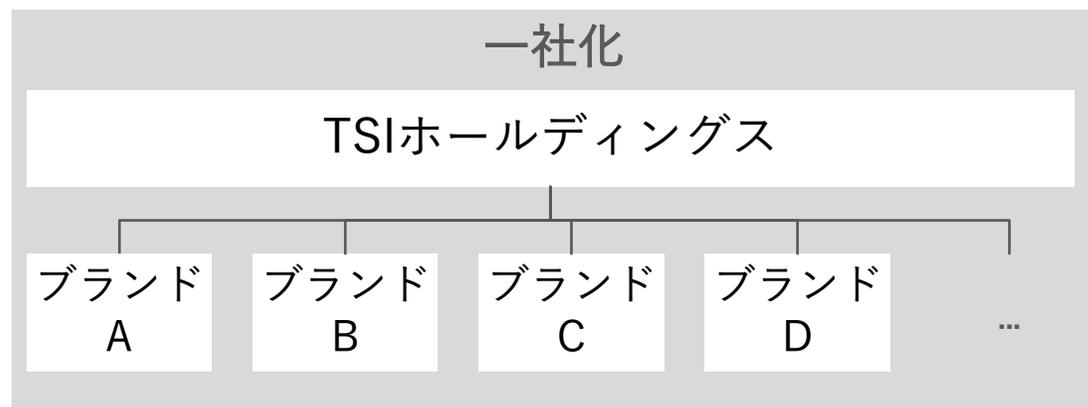




# 中期経営計画の骨子と策定の背景

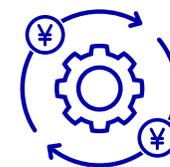
## TSIの歴史とこれまでの振り返り

- ▶ 2011年の東京スタイル、サンエー・インターナショナル以降の統合・合併の過程において、各ブランドの自主性を重視し、各ブランドが強化されることでTSI全体として成長してきた
- ▶ 足元経営の土台は整う一方で、事業運営の一本化に向けた取り組みは途上
  - 結果として、大幅な目標未達の常習化



## 本中期経営計画 (TIP27) の策定方針

- ▶ TIP27では、真にTSIホールディングスとして高収益を生み出す上で必要なブランド横断での全社最適な事業運営に向けた、抜本的な構造改革を加速する



ブランド横断での  
収益構造改革

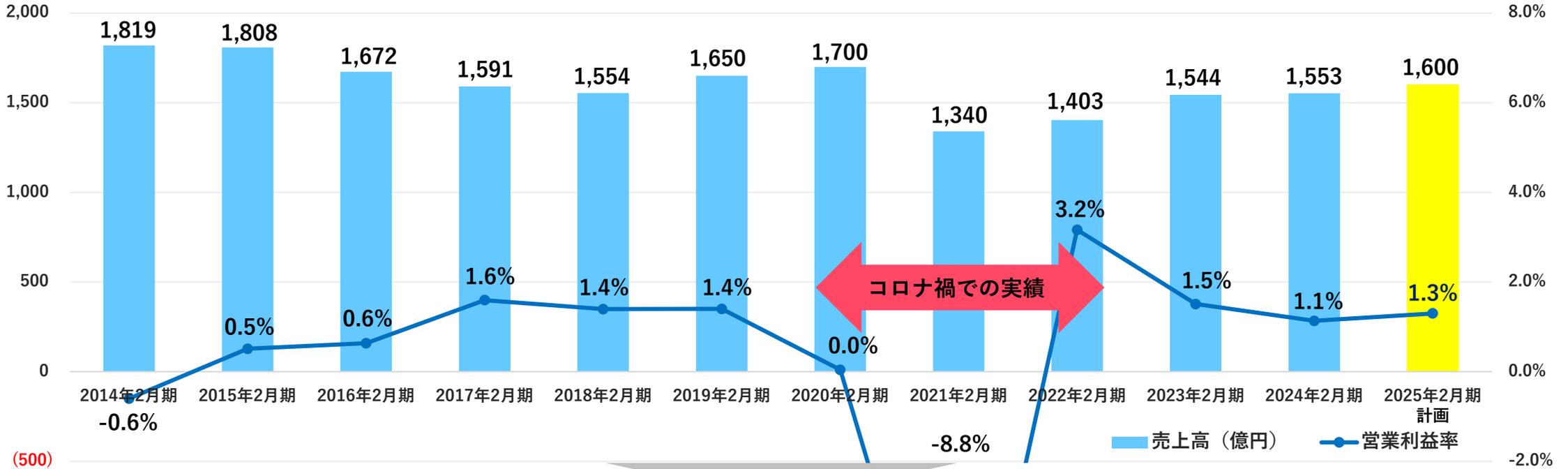


コアブランドを軸とした  
成長戦略



# 連結業績概況

コロナ後の売上は回復基調にあるが、収益が低くコロナ前には及ばない状況が続く。



## 収益性の伴う成長が課題



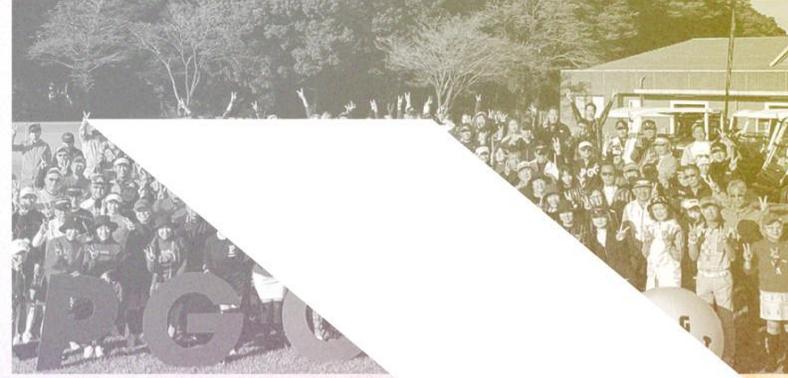
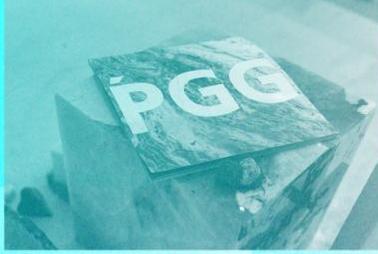
コロナ後の  
売上横ばいの状況



組織一本化の遅れに  
よる非効率に伴う  
低収益



資本非効率性の  
浮き彫り



Next Agenda

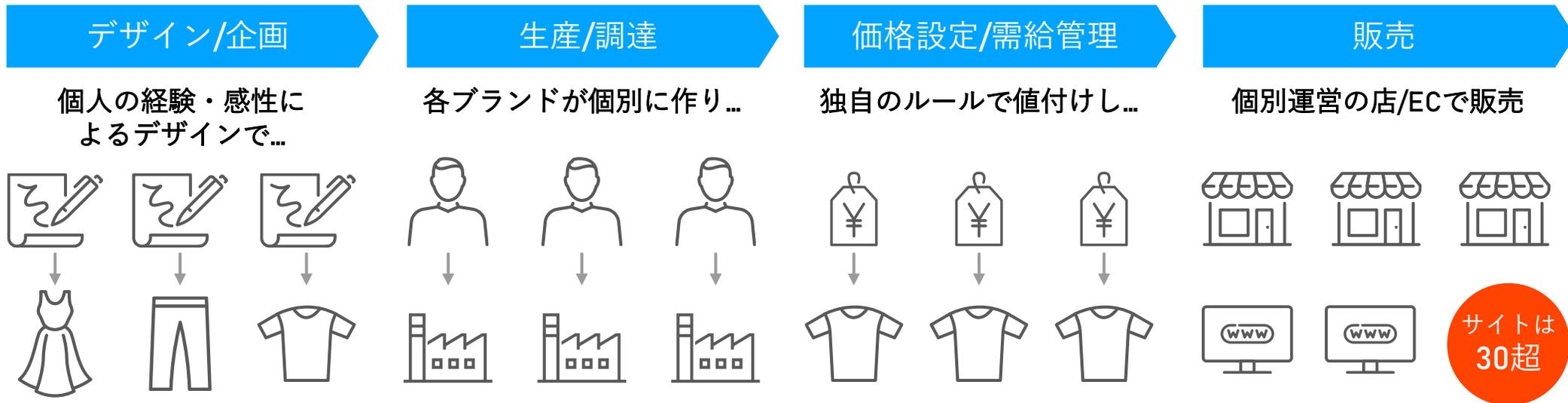


# 収益構造改革

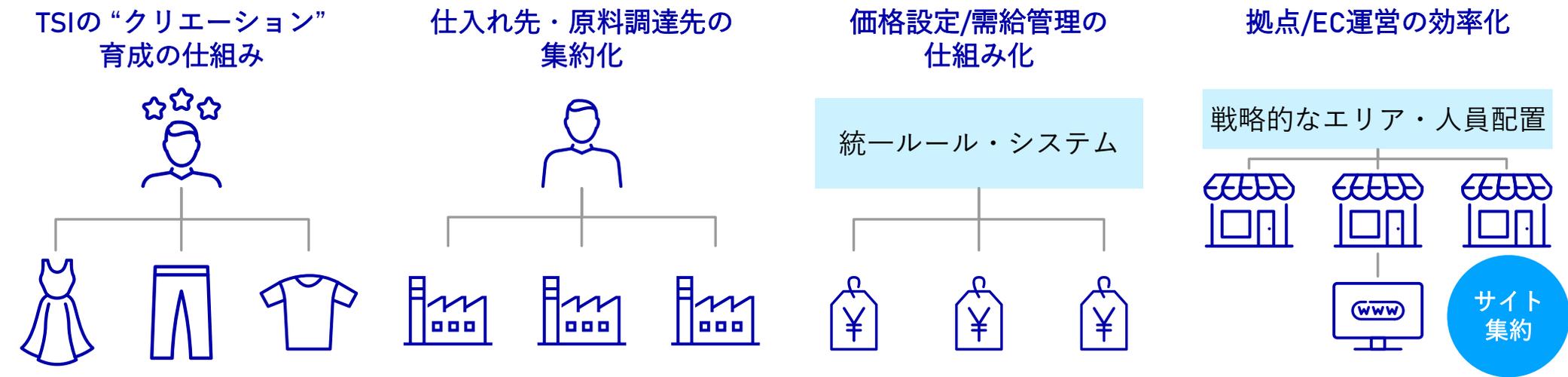


# 収益構造改革 | 全社を挙げた“稼ぐ力”の追求

これまで  
〔ブランドの個性を活かす個別最適の追求〕



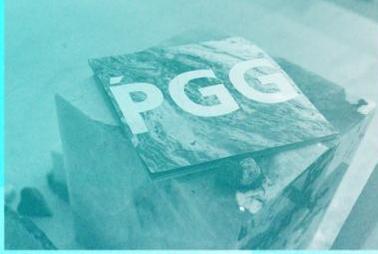
これから  
〔全社最適な事業運営への転換〕



# 収益構造改革 | 27/2期に約100億円の収益改善をやり遂げる

改革項目	課題	具体的な打ち手	完了時期	改善効果
				27/2期 (単年)
仕入原価低減	▶ 仕入れ先の分散による原価の高止まり	<b>発注の集約化/購買力の向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 取引先/生産工場との取引スキーム/契約見直しによる原価圧縮</li> </ul>	▶ 26/2までに完了	約30億
需給管理の適正化	▶ 旧来の上代設定手法の踏襲 ▶ 機会ロス・不良在庫が増加・高止まり	<b>戦略的な値付け・販売の実施</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 上代設定や販促・セール施策の見直し</li> <li>▶ 需要予測による生産型数・数量の最適化</li> </ul>	▶ 27/2までに完了	約25億
店舗改革	▶ ブランド/店舗ごとの非効率な人員配置	<b>店舗人員の効率性/生産性の向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ブランド横断/エリアでの配置最適化</li> <li>▶ 不採算店舗の統廃合・大型店舗出店</li> </ul>	▶ 26/2までに完了	約15億
EC統合/ システム刷新	▶ EC乱立による非効率なシステム関連のオペレーションコスト	<b>各ブランドECサイト(30超)を集約</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 各ブランドのECサイト集約/システム刷新による運営コスト効率化</li> </ul>	▶ 25/2までに完了	約5億
販管コスト等の効率化	▶ 非効率な費目予算の策定 ▶ ブランド間での機能分散	<b>ブランド横断の収益・費用管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ブランドの位置づけや、施策のROIに応じたコスト/人員体制の見直し</li> </ul>	▶ 26/2までに完了	約25億

計： 約100億円



connection with people

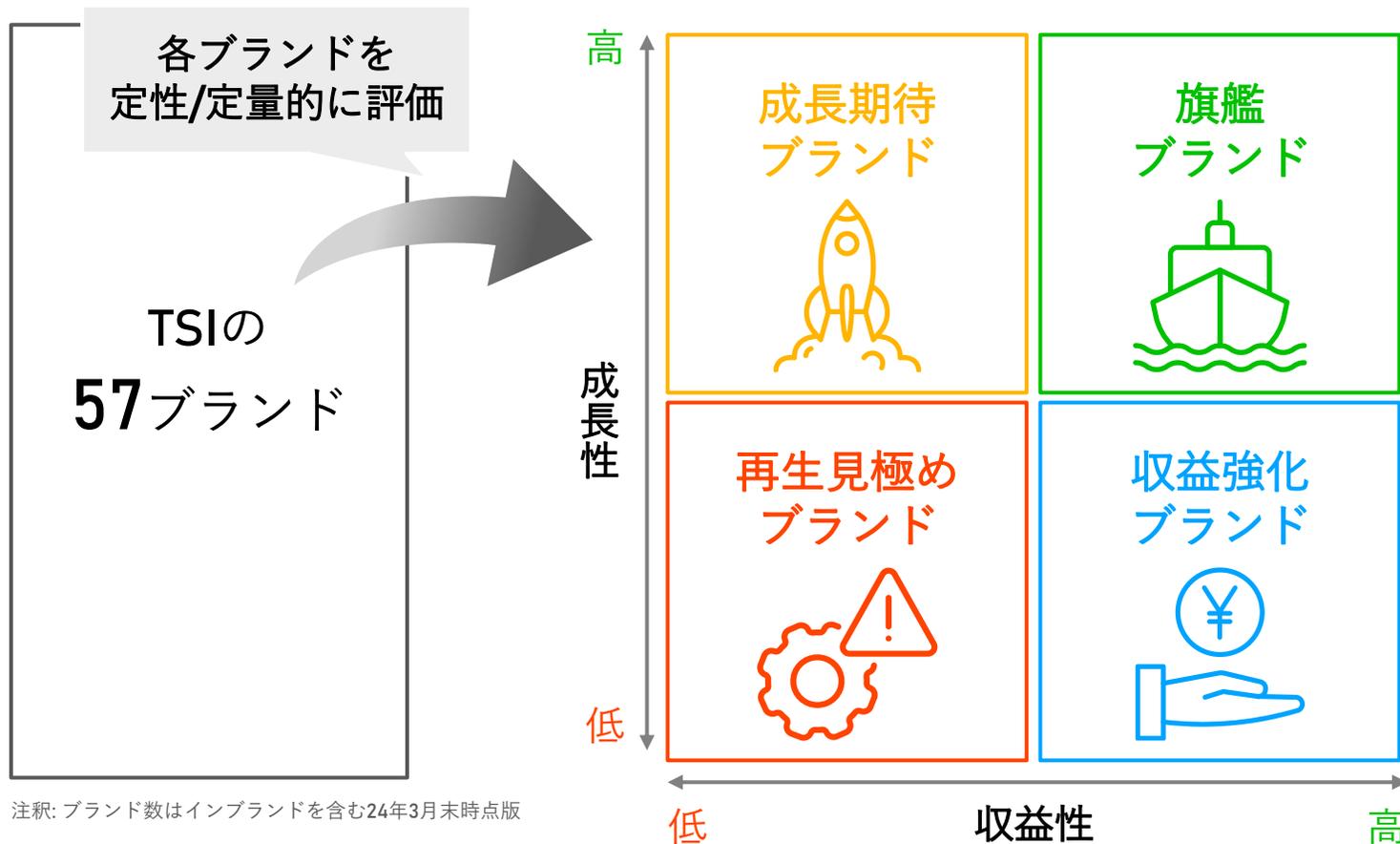


# 成長戦略

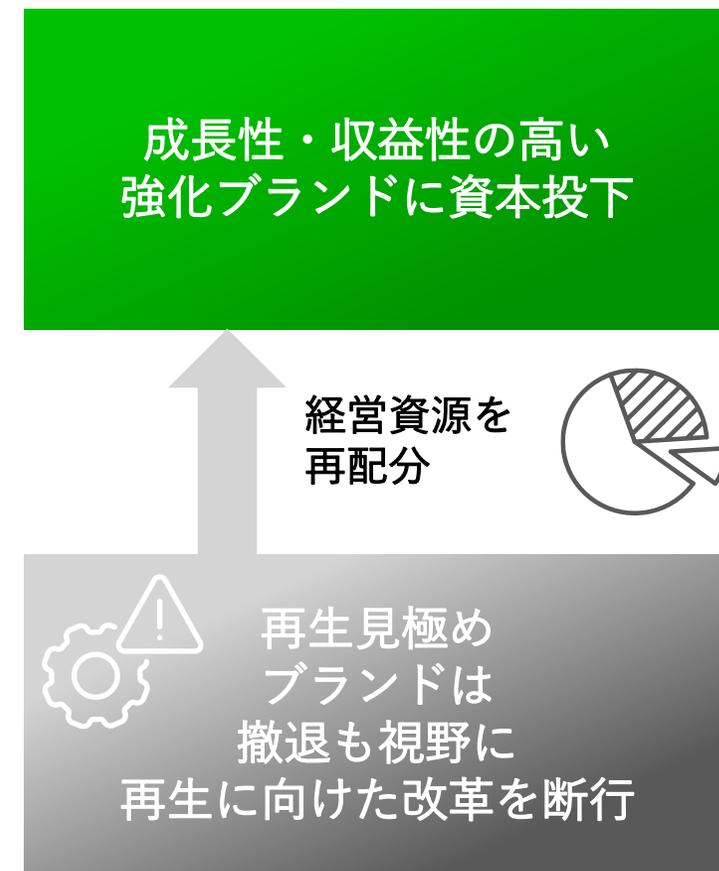


# 強化ブランドの選定 | ブランドポートフォリオの明確化

## 成長性・収益性の評価による各ブランドの役割の明確化



## 強化ブランドへの集中投資



# 成長ブランドへの投資 | 既存ブランドの拡大



ウェルネス&  
ライフスタイル



ストリート&  
カルチャー



ファッション  
キャピタル



デジタル  
ジェネレーション

## Mission

スポーツをカッコ良く、楽しく  
より上質なファッションを提供

遊び心をもった  
こだわりのあるスタイリング

お客様をより美しく

最新のビジネススタイルを  
追求

## 代表 ブランド

PEARLY  
GATES

MARGARET  
HOWELL

AVIREX®

HUF

STUSSY

NANO  
universe

NATURAL BEAUTY  
BASIC

ARPEGE

ADORE LE PHIL

ETRÉ  
TOKYO

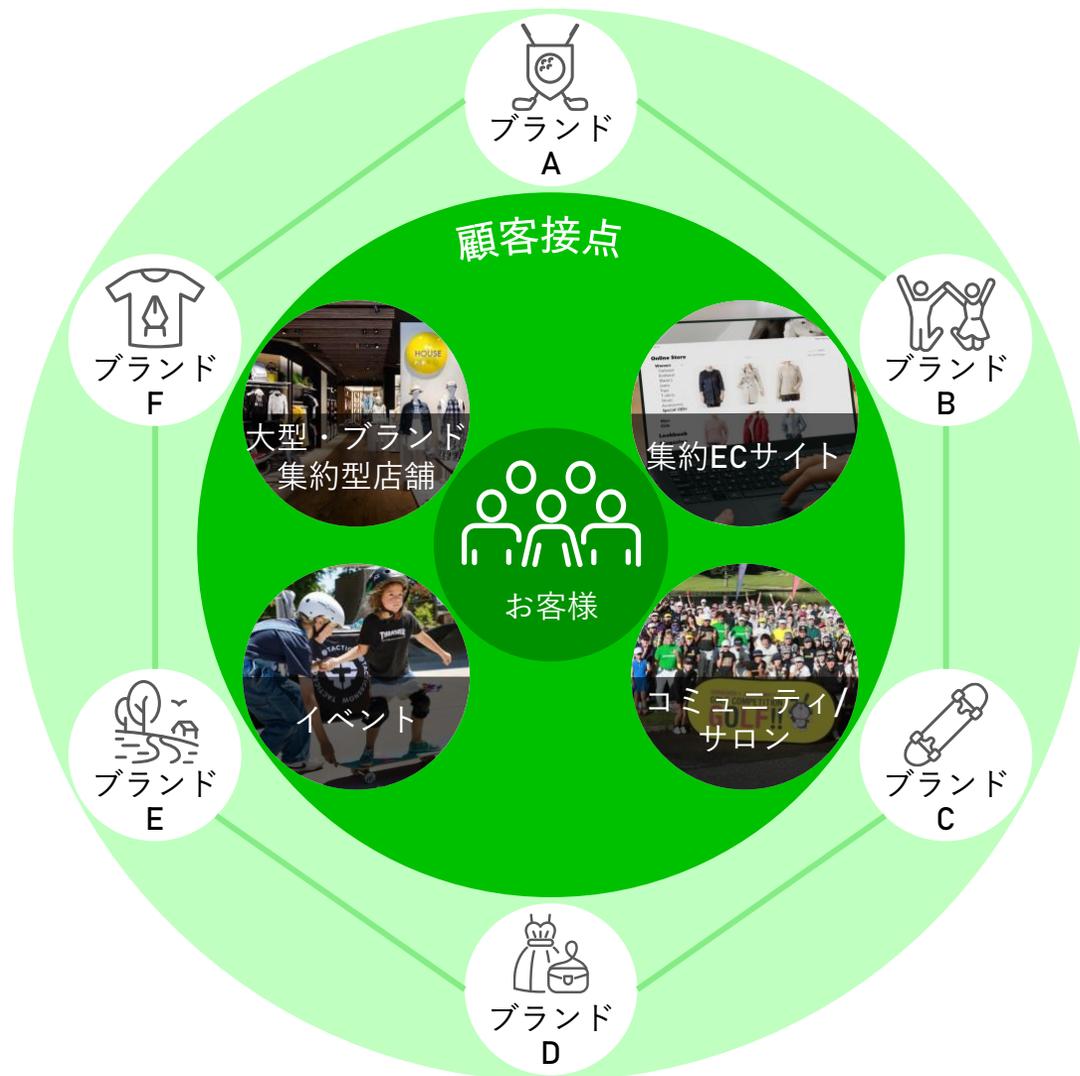
hueLe Museum

## 今後の 方向性

- ▶ **スポーツを軸とした普段着等の周辺領域の進出**
- ▶ ブランドの世界観を広げることで、**シンプル×上質な憧れの生活を提供**
- ▶ ストリートカテゴリーのリーディングカンパニーとして、**新規ブランドの開発、百貨店などのチャネル/ブランドの幅を拡張し、業界成長を牽引**
- ▶ **ストリートカルチャーを創出する「遊びの場」を提供**
- ▶ 百貨店/駅ビルで培ったブランドを軸とした**プレミアム領域への進出**
- ▶ ブランドコンセプトに沿った生活雑貨等への進出
- ▶ 最先端のクリエイター/テクノロジーによる**これまでの常識に捉われない新たなマーケット・価値の創造**

# 顧客接点の強化 | お客様に合ったブランド横断での新たな価値の提案

＝ 個性あるブランドで、お客様と多面的に繋がる ＝

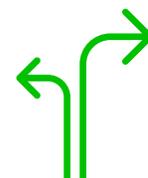
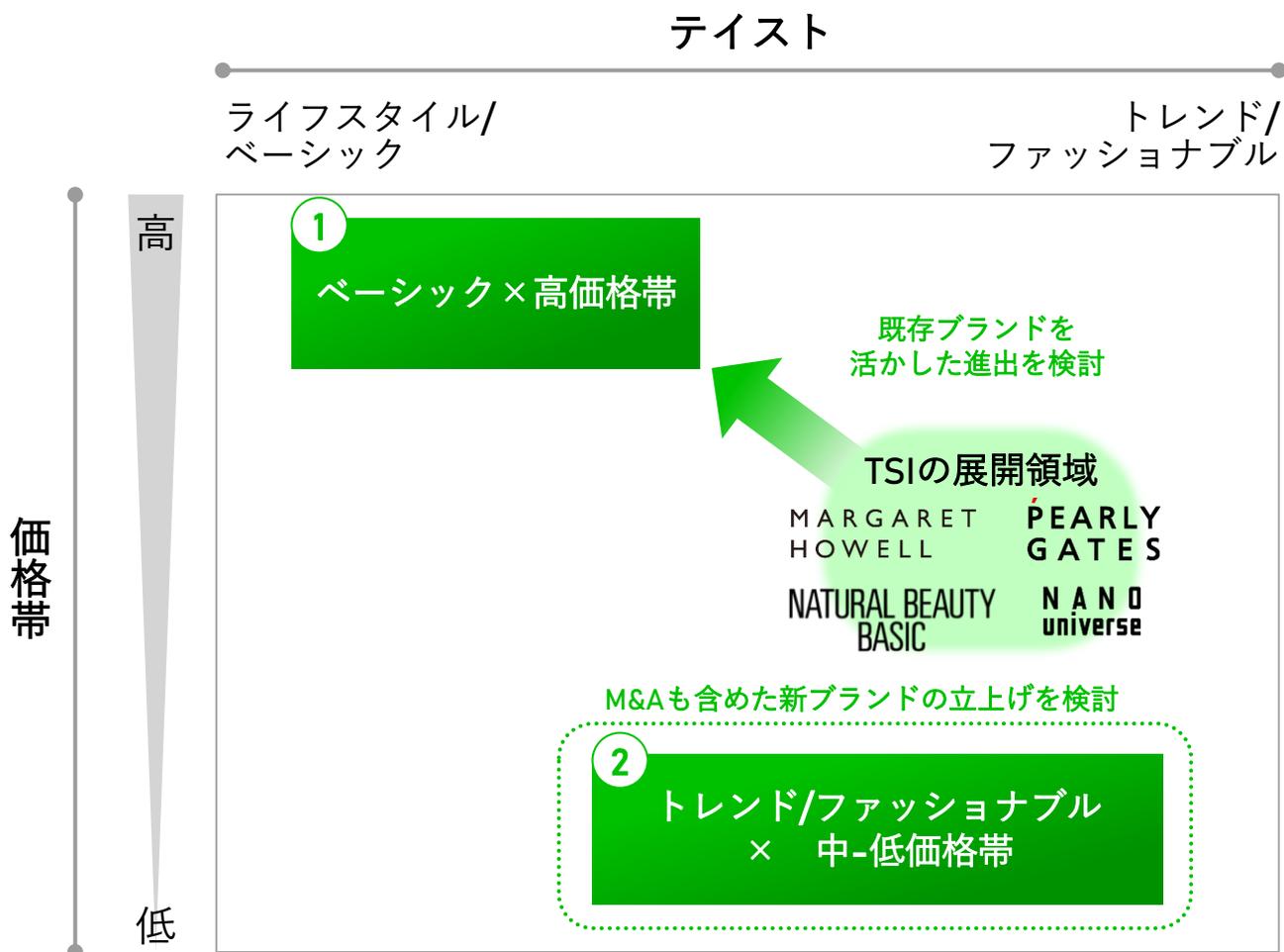


店舗・EC等の集約を前提に、  
個性的でバラエティ豊かな  
各ブランドが築いてきたお客様との  
顧客接点をTSIのブランド全体に拡張

お客様の嗜好性/シーンに沿った  
新たなエンターテインメントの価値を  
ブランド横断で提案

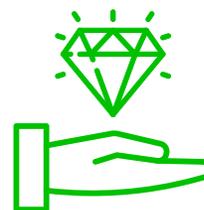
- ▶ ブランドをより好きになる体験・  
新たな発見を提供する  
コミュニティ・イベント等

# 新たな領域への進出 | 市場トレンドとTSIの強みを踏まえた新領域への参入



## マーケット

- ▶ 価格の二極化が進行

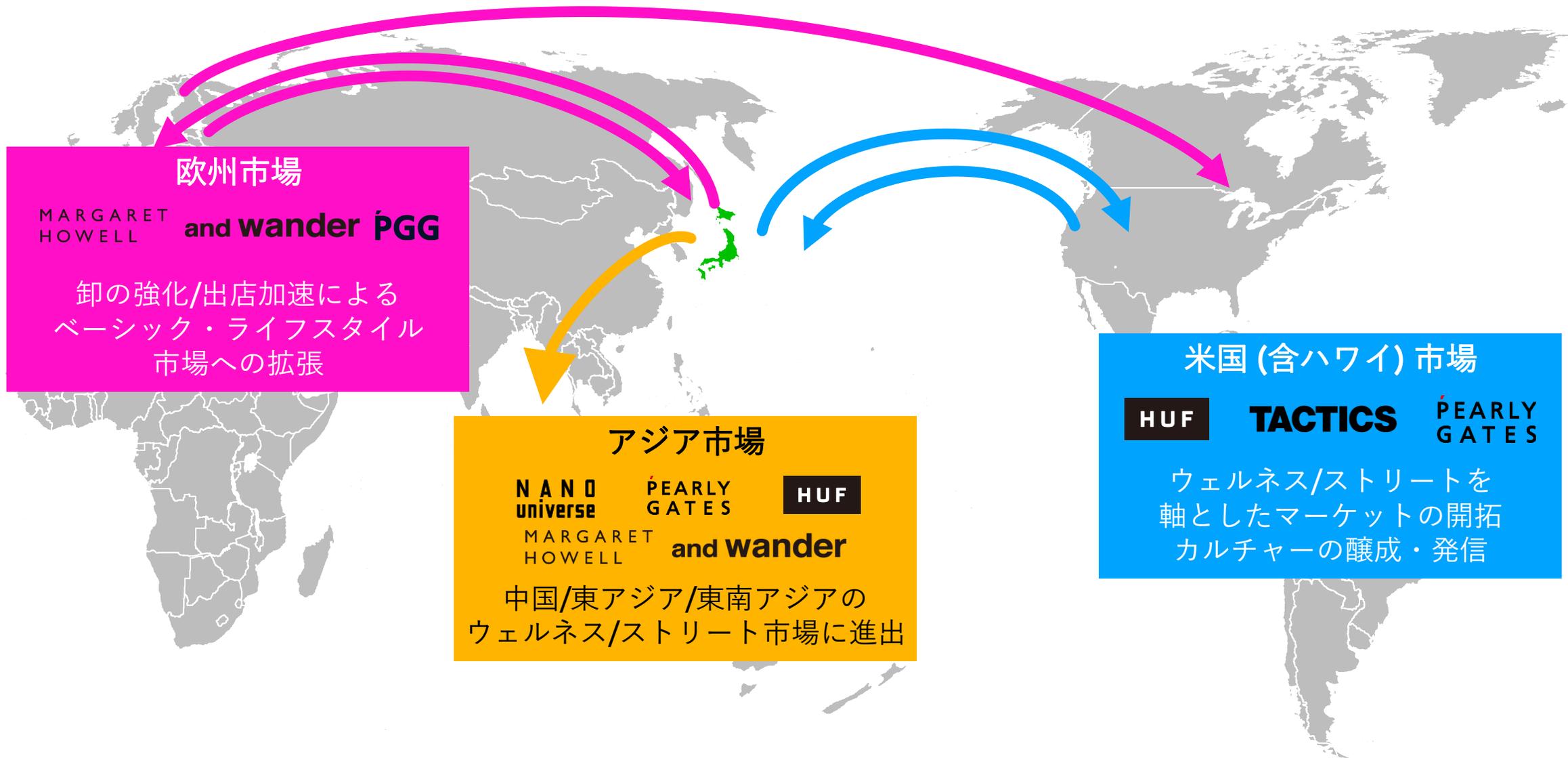


## TSIの強み

- ▶ ファッション創造力
- ▶ 個性のあるブランド

- 1 “シンプル/上質な暮らし” の提供価値によるハイエンド領域への進出
- 2 “ファッション性” と “リーズナブル” を両立する中-低価格帯マーケットへの進出  
・ TSIの持つファッション創造力が生きる領域

# 新たな領域への進出 | 海外マーケットへの進出



**欧州市場**

MARGARET HOWELL and wander PGG

卸の強化/出店加速による  
ベーシック・ライフスタイル  
市場への拡張

**アジア市場**

NANO universe PEARLY GATES HUF  
MARGARET HOWELL and wander

中国/東アジア/東南アジアの  
ウェルネス/ストリート市場に進出

**米国 (含ハワイ) 市場**

HUF TACTICS PEARLY GATES

ウェルネス/ストリートを  
軸としたマーケットの開拓  
カルチャーの醸成・発信

# 中期経営計画の定量目標

27/2期主要目標 営業利益**100億円**、ROE**8.0%**、売上高**1,650億円**

	24/2期 (実績)	25/2期 (目標)	27/2月 (目標)
収益 目標	売上高	1,554億円	1,600億円
	営業利益	17億円	20億円
	純利益	48億円 (28億円※)	40億円
主要 KPI	営業利益率	1.1%	1.3%
	ROE	2.9%※	4.2%
	DOE	1.3%※	1.4%
			1,650億円
			100億円
			77億円
			6.0%~
			8.0%~
			4.0%~

※ 税効果を考慮しない実効税率ベースでの純利益、およびそれをもとに算出した数値



Next Agenda

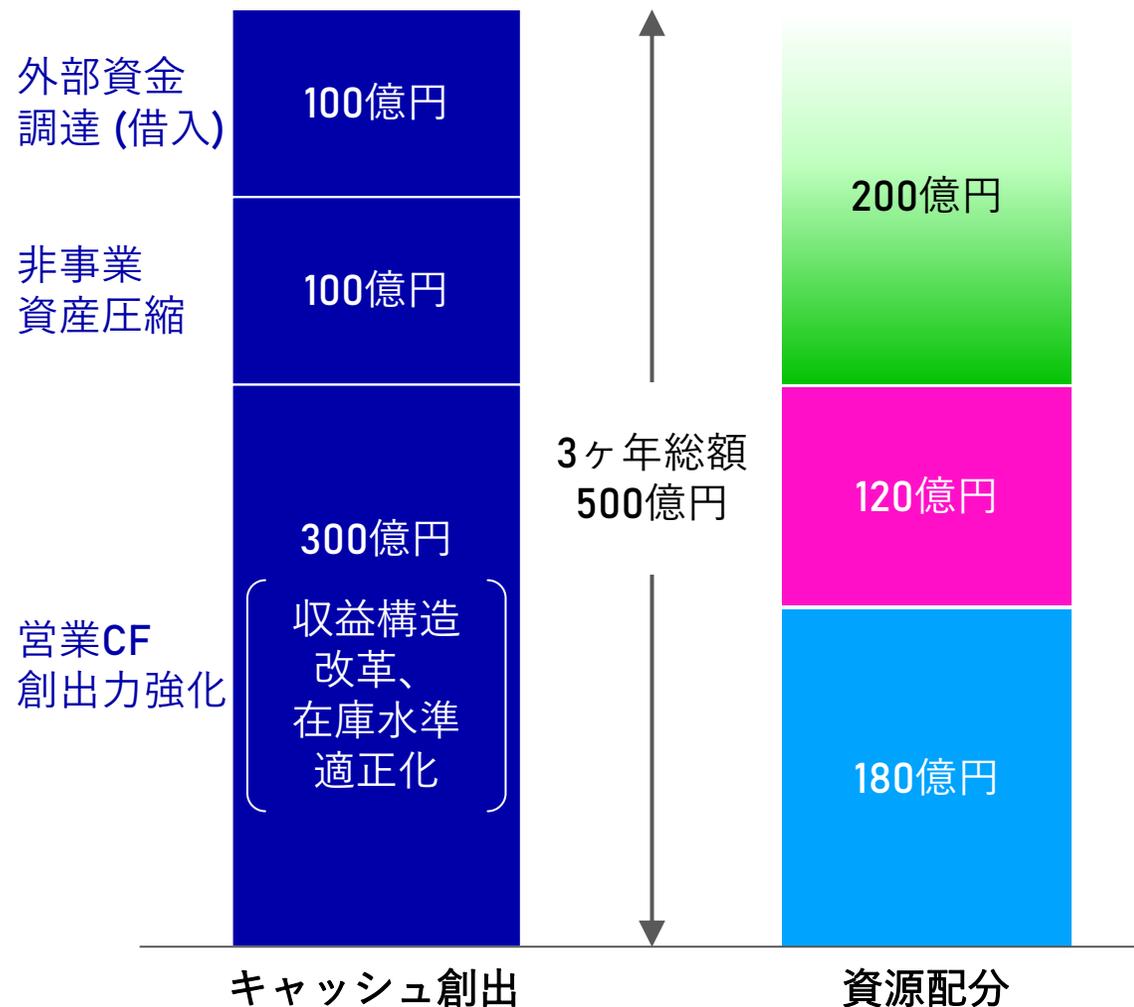
# 財務戰略 · 資本政策



Enjoy myself

# 中計3ヶ年における資源配分の方針

収益構造改革等によるキャッシュ創出力の向上と非効率な資産圧縮を行い、事業基盤の強化と成長加速に向けた投資を実施



## 成長投資

- ▶ 新事業モデルへの投資
- ▶ 大型統合店舗、サイト/顧客基盤統合
- ▶ 新規事業創出・M&A

## 基盤/効率化投資

- ▶ 既存店のメンテナンス
- ▶ 次期基幹システム、ソフトウェア更新
- ▶ 物流・サプライチェーンでのDX投資

## 株主還元方針

- ▶ 配当性向 30%以上
- ▶ 本中計期間中に自己株式取得 総額100億円
- ▶ 27/2期にDOE4.0%を目指す

# 財務戦略・資本政策 | 資源配分

事業基盤の強化と成長加速に向けた投資を実施

## 主な戦略・政策項目

## 具体的な施策

### 成長投資

- ▶ 顧客支持の強い既存ブランドからの染み出し、M&Aを含めた中-低価格帯の新事業モデル構築、店舗/ECを含む顧客接点の強化に対して、3年累計で約200億円を投資

### 基盤/効率化投資

- ▶ 既存店舗の更新 (スクラップ&ビルド)、IT基盤 (基幹システム 等)、DX (物流、サプライチェーン 等) に3年累計で約120億円を投資

### 株主還元

#### 配当性向

- ▶ 配当性向30%以上

#### 自己株式

- ▶ 株主還元強化に向けた自己株取得 (3年間で100億円) を実施

### ROE

- ▶ ROE8.0%を基準に社内ハードルレートを設定し、個別投資案件の判断基準とする
- ▶ 収益改善と純資産コントロールを合わせ、27/2期にROE8.0%を達成する

### DOE

- ▶ 27/2期にDOE4.0%を目指す



Next Agenda

# 株価と株主還元について



# 株主還元方針

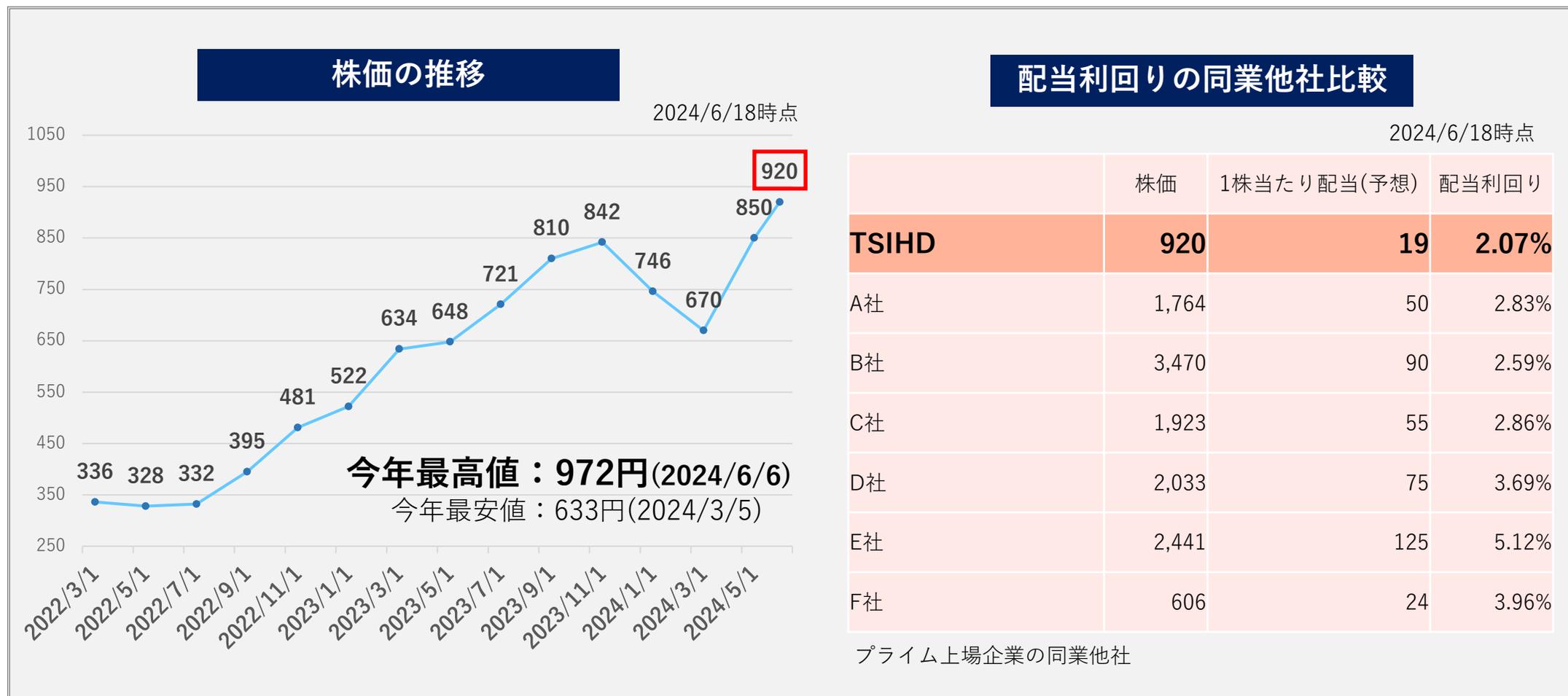
▶ 配当性向 30%以上

▶ 本中計期間中に自己株式取得 総額100億円

▶ 27/2期にDOE4.0%を目指す

# 株価推移と配当利回り

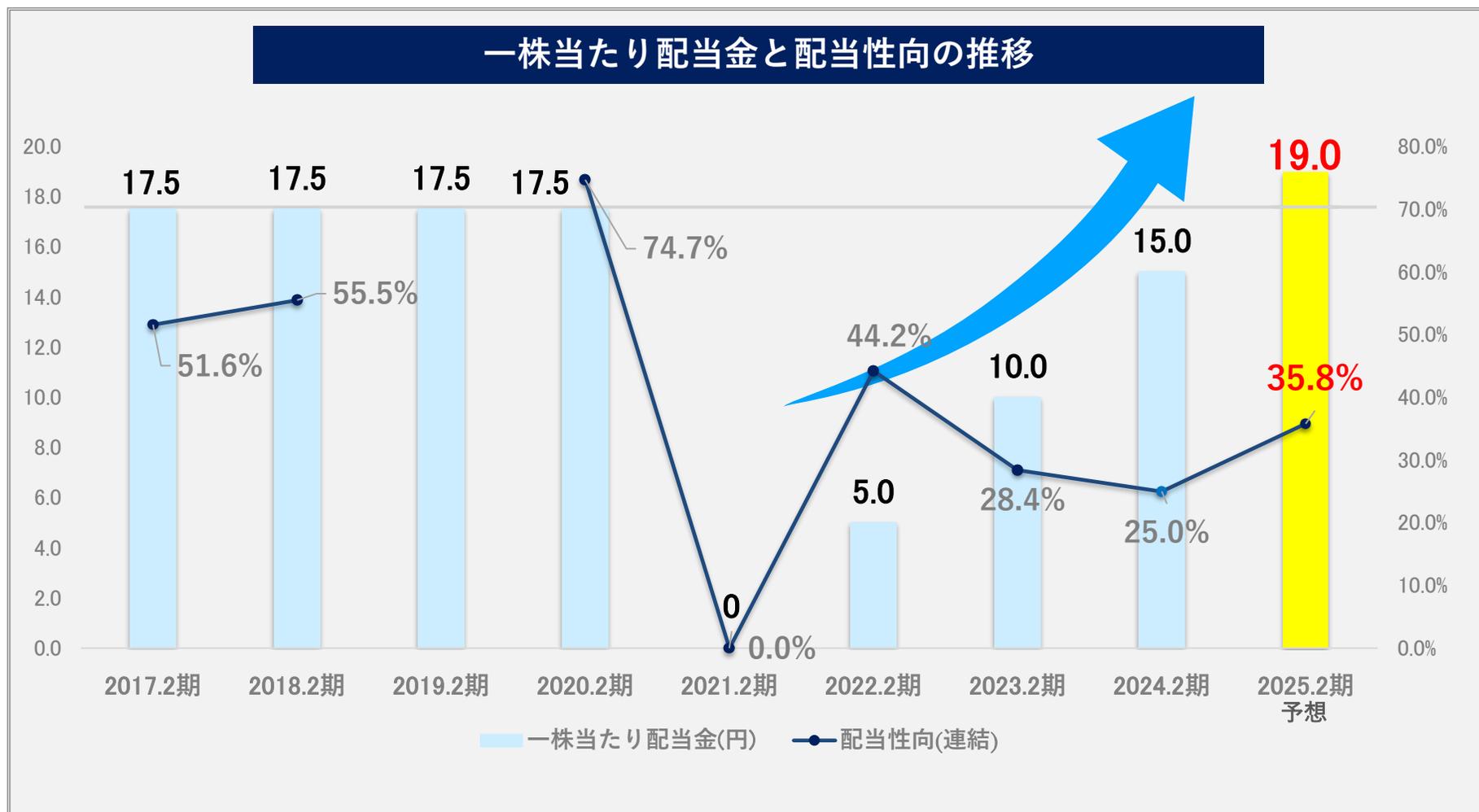
直近の株価は海外機関投資家の大量保有や、継続的な自己株取得により上昇基調。  
 配当利回りは他社水準を下回るものの、配当金は前年より増配し、  
 自己株式の取得も継続して実施している。



# 配当実績と今後の配当計画

今後の配当性向は中期経営計画期間以降も30%以上を維持し、安定的な株主還元を図る。

今期は(前期15円⇒今期19円)増配予定。



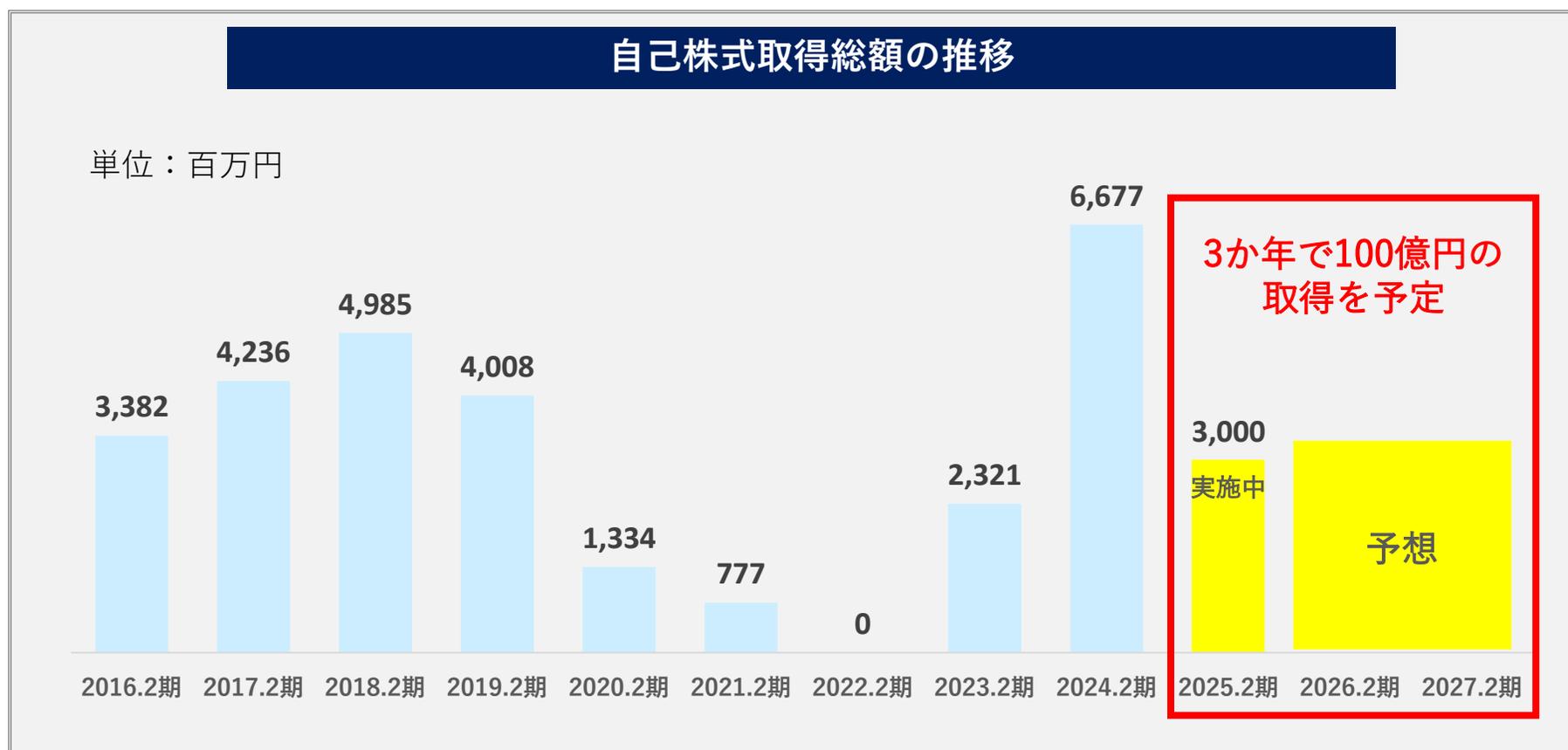
# 自己株式の取得について

過去9期ではコロナ禍(2022年2月期)以外、每期取得を実施。

前期は過去最大規模66億円分の自己株式を取得し、その全数を2024年4月までに消却。

今期は2024年4月から9月までに30億円の自己株式取得を実施中。

**(本中計期間中は総額100億円の自己株取得を実施予定)**



# 株主優待について①

## すべての株主様向け

ECサイトの利用時に年に2回、20%割引となる優待券を進呈。

※1 ナノ・ユニバースは1万円以上のお買い物に対し、2,000円の割引券を進呈。

※2 割引適用できる定価の上限はECサイトによって異なるため、ガイドブックをご覧ください。

### ■進呈枚数

3年未満保有の株主様	3年以上保有の株主様
100株以上所有 : 1冊	100株以上所有 : 2冊
500株以上所有 : 2冊	500株以上所有 : 3冊
1,000株以上所有 : 3冊	1,000株以上所有 : 4冊

利用できるECサイト  
一覧はこちらから [>>>](#)



ご利用ガイドブックは  
こちらから [>>>](#)



## 3年以上保有すると、優待券のもらえる冊数が増加



利用できるECサイトイメージ



優待券イメージ

## 株主優待について②

1,000株（10単元）以上を保有する株主様向け

当社ブランドの株主様限定品や社会貢献活動への寄付等の中から選択可能な

「えらべる株主優待」の冊子を進呈。

昨年の応募総数は2,000件を超え、「株主様限定品」が最も多く選ばれた。

本優待制度は年に1回の制度

株主様限定品



2023年度版

2024年度版

北海道上川町  
(提携先)の特産品



その他選べる品



寄付



注) 「限定品」は当社ブランドで毎期選定いたします。  
「特産品」や「選べる品」も来年度は内容が異なる可能性があります。  
内容は決まり次第、ホームページ等でアナウンスいたします。(5月中想定)

## 株主優待について③（各優待の進呈時期および有効期限）

すべての株主様向け（20%割引優待）

	進呈時期	有効期限
第2四半期末の株主様	11月末	12月1日～ 5月31日
決算期末の株主様	5月末	6月1日～11月30日

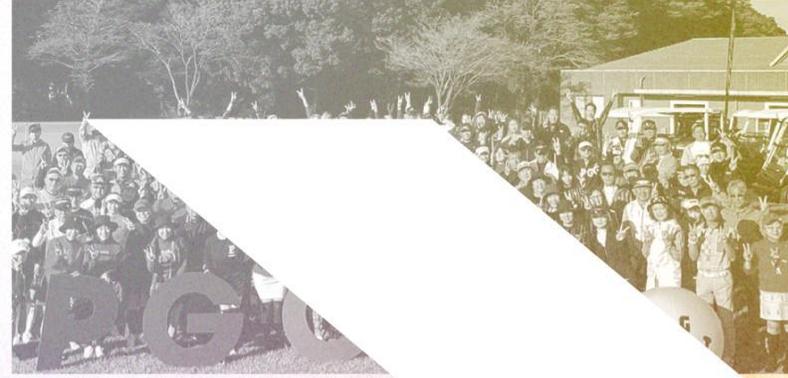
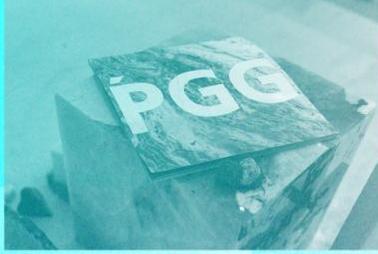
1,000株（10単位）以上を保有する株主様向け

	進呈時期	有効期限
決算期末の株主様	5月末	6月末日（当日消印有効）

優待の具体的な内容については、弊社のホームページからご覧ください。



株主優待ページはこちらから  
<https://www.tsi-holdings.com/holder.html>



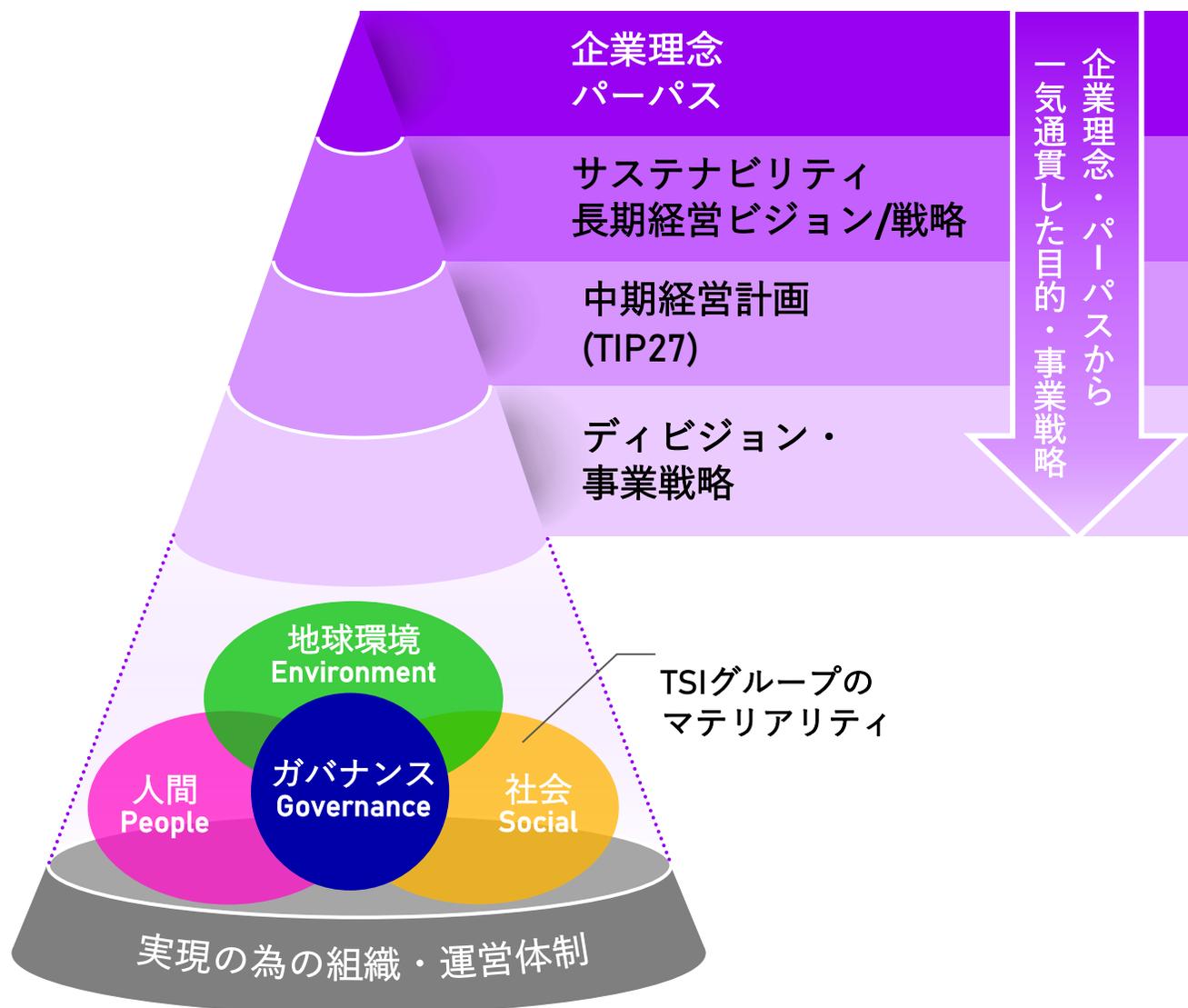
Next Agenda



# サステナビリティの取り組み



# TSIのサステナビリティ経営



TSIグループは、

「私たちは、ファッションを通じて、  
人々の心を輝かせる価値を創造し、  
明日を生きていく喜びを、  
社会と共に分かち合います。」

という経営理念のもと、事業活動を通じて、  
あらゆるステークホルダーと共に  
持続可能な未来社会を築いていきます

サステナビリティWEBサイトにて  
随時情報公開を行っていきます  
<https://sustainability.tsi-holdings.com/>  
図表にカーソルを合わせると対象のリンクに遷移します



# これまでの主な取り組み (~24/2期の実績)



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

温室効果ガス排出量の  
削減目標がSBT認定を取得

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



気候変動において上位から3番目  
の「B」スコアを取得

## 地球環境

### オーガニックコットンを 協業で栽培

人権と環境に配慮した  
オーガニックコットンの栽培  
を行うシンコムアグリテック  
株式会社と資本業務提携を  
締結



## 人間

### 従業員満足度調査「eNPS」 の向上

従業員一人ひとりの満足度  
調査と経営施策への反映を  
目的としてeNPSアンケート  
(従業員満足度調査)を年1回  
実施。

2023年よりTSIグループ  
全社員に回答対象を拡大

## 社会

### ファッション産業に携わる 次世代育成への取り組み

次世代の担い手を育成すべく、  
文化服装学院との取り組みを  
開始。当社社員が講師として  
授業を実施するほか、残反  
寄付を行うことで服飾作りを  
支援



## ガバナンス

### 各種方針の策定

- ▶ サステナビリティ方針
- ▶ マテリアリティの追加
- ▶ ガバナンス方針
- ▶ サステナビリティ委員会の設置
- ▶ 環境方針
- ▶ 人権方針
- ▶ 社会方針
- ▶ 取引先行動規範

# Vision: TSIが目指す方向性

すべてのステークホルダーに楽しさ、ワクワクを提供  
ファッション周辺の市場創造

ファッション創造力 + エッジの効いたバラエティ豊かなブランド群



ファッションを原動力に  
街に彩りを、  
人々にエネルギーと  
パッションをもたらす  
ファッション  
エンターテインメント  
創造企業



# TSIのパーパス/目指す姿

ファッションエンターテインメントの力で、  
世界の共感と社会的価値を生み出す。

ファッションエンターテインメント創造企業

TSI HOLDINGS GROUP



Next Agenda

# 補足資料



# 同業他社比較

単位：百万円

前期末実績	TSIHD	ユナイテッドアローズ	三陽商会	オンワードHD	アダストリア	ワールド (11ヶ月決算)	パルグループHD
売上高	155,383	134,269	61,353	189,629	275,596	202,342	192,544
売上総利益	84,729	69,462	38,171	105,782	152,354	118,369	106,283
販管費	82,968	62,722	35,123	94,521	134,339	104,800	87,677
営業利益	1,760	6,740	3,047	11,260	18,015	12,004	18,605
純利益	4,849	4,876	2,787	6,878	13,513	6,764	12,845
営業利益率	1.1%	5.0%	5.0%	5.9%	6.5%	5.9%	9.7%
ROE	5.0%	14.2%	7.2%	8.6%	20.9%	9.6%	21.7%

※決算短信より抜粋

今期見通し	TSIHD	ユナイテッドアローズ	三陽商会	オンワードHD	アダストリア	ワールド	パルグループHD
売上高	160,000	150,000	62,500	200,000	290,000	230,000	203,500
売上総利益	88,200	78,790	39,400	112,100	162,300	138,000	112,400
販管費	86,200	71,490	36,100	99,600	143,300	121,000	92,280
営業利益	2,000	7,300	3,300	12,500	19,000	15,500	20,120
純利益	4,000	4,145	3,100	6,611	12,700	8,500	12,940
営業利益率	1.3%	4.9%	5.3%	6.3%	6.6%	6.7%	9.9%
ROE	4.2%	-	7.5%	-	16.9%	10.3%	-

# 貸借対照表 (2024年2月期末)

	2023.2期 通期累計		2024.2期 第3四半期累計		2024.2期 通期累計					
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	前期差 (百万円)	前期比 (%)	前回差 (百万円)	前回比 (%)
流動資産	71,837	53.0%	74,499	53.4%	70,877	53.1%	▲960	98.7%	▲3,622	95.1%
うち現金及び預金	32,205	23.8%	23,111	16.6%	27,472	20.6%	▲4,733	85.3%	4,361	118.9%
うち棚卸資産	24,679	18.2%	32,753	23.5%	28,052	21.0%	3,373	113.7%	▲4,701	85.6%
固定資産	63,589	47.0%	65,091	46.6%	62,586	46.9%	▲1,003	98.4%	▲2,505	96.2%
うち投資有価証券	27,879	20.6%	27,944	20.0%	25,137	18.8%	▲2,742	90.2%	▲2,807	90.0%
うち投資不動産	4,708	3.5%	4,688	3.4%	4,683	3.5%	▲25	99.5%	▲5	99.9%
資産合計	135,427	100.0%	139,591	100.0%	133,464	100.0%	▲1,963	98.6%	▲6,127	95.6%
流動負債	26,239	19.4%	32,342	23.2%	28,388	21.3%	2,149	108.2%	▲3,954	87.8%
うち短期借入金	17	0.0%	5,045	3.6%	5,013	3.8%	4,996	29488.2%	▲32	99.4%
うち1年内返済予定の長期借入金	4,737	3.5%	3,853	2.8%	3,309	2.5%	▲1,428	69.9%	▲544	85.9%
固定負債	10,309	7.6%	8,807	6.3%	7,653	5.7%	▲2,656	74.2%	▲1,154	86.9%
うち長期借入金	5,010	3.7%	2,562	1.8%	1,630	1.2%	▲3,380	32.5%	▲932	63.6%
負債合計	36,549	27.0%	41,149	29.5%	36,041	27.0%	▲507	98.6%	▲5,108	87.6%
純資産	98,878	73.0%	98,441	70.5%	97,422	73.0%	▲1,456	98.5%	▲1,019	99.0%
うち自己株式(▲)	▲3,031	-2.2%	▲5,604	-4.0%	▲7,605	-5.7%	▲4,574	250.9%	▲2,001	135.7%
負債純資産合計	135,427	100.0%	139,591	100.0%	133,464	100.0%	▲1,963	98.6%	▲6,127	95.6%

# 損益計算書 (2024年2月期末)

	2023.2期 通期累計		2024.2期 通期累計			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	前期差 (百万円)	前期比 (%)
売上高	154,456	100.0	155,383	100.0	927	100.6
売上総利益	84,901	55.0	84,729	54.5	▲172	99.8
販管費	82,572	53.5	82,968	53.4	396	100.5
販管費 (のれん償却費・減価償却費 除)	78,744	51.0	79,371	51.1	626	100.8
のれん償却費	423	0.3	451	0.3	28	106.6
減価償却費	3,403	2.2	3,145	2.0	▲257	92.4
営業利益	2,329	1.5	1,760	1.1	▲569	75.6
経常利益	3,859	2.5	3,758	2.4	▲100	97.4
特別利益	1,065	0.7	2,243	1.4	1,178	210.6
特別損失	2,120	1.4	1,944	1.3	▲176	91.7
税金等調整前四半期純利益	2,804	1.8	4,057	2.6	1,253	144.7
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,063	2.0	4,849	3.1	1,786	158.3
EBITDA ※	6,156	4.0	5,357	3.4	▲798	87.0

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

# 販路別の売上高（2024年2月期末）

	2023.2期 通期累計		2024.2期 通期累計			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
百貨店	19,555	12.7	19,258	12.4	98.5	▲0.3pt
非百貨店 <sup>※1</sup>	67,022	43.4	70,390	45.3	105.0	+1.9pt
自社サイト	18,111	11.7	15,864	10.2	87.6	▲1.5pt
その他	20,732	13.4	19,981	12.9	96.4	▲0.6pt
EC(E-Commerce)	38,843	25.1	35,845	23.1	92.3	▲2.1pt
その他 <sup>※2</sup>	16,115	10.4	18,276	11.8	113.4	+1.3pt
国内合計	141,537	91.6	143,771	92.5	101.6	+0.9pt
EC(E-Commerce)	3,975	2.6	3,858	2.5	97.1	▲0.1pt
海外合計	12,918	8.4	11,612	7.5	89.9	▲0.9pt
EC(E-Commerce)	42,819	27.7	39,704	25.6	92.7	▲2.2pt
総合計	154,456	100.0	155,383	100.0	100.6	-

※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、路面店、アウトレット等

※2 その他：卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業等

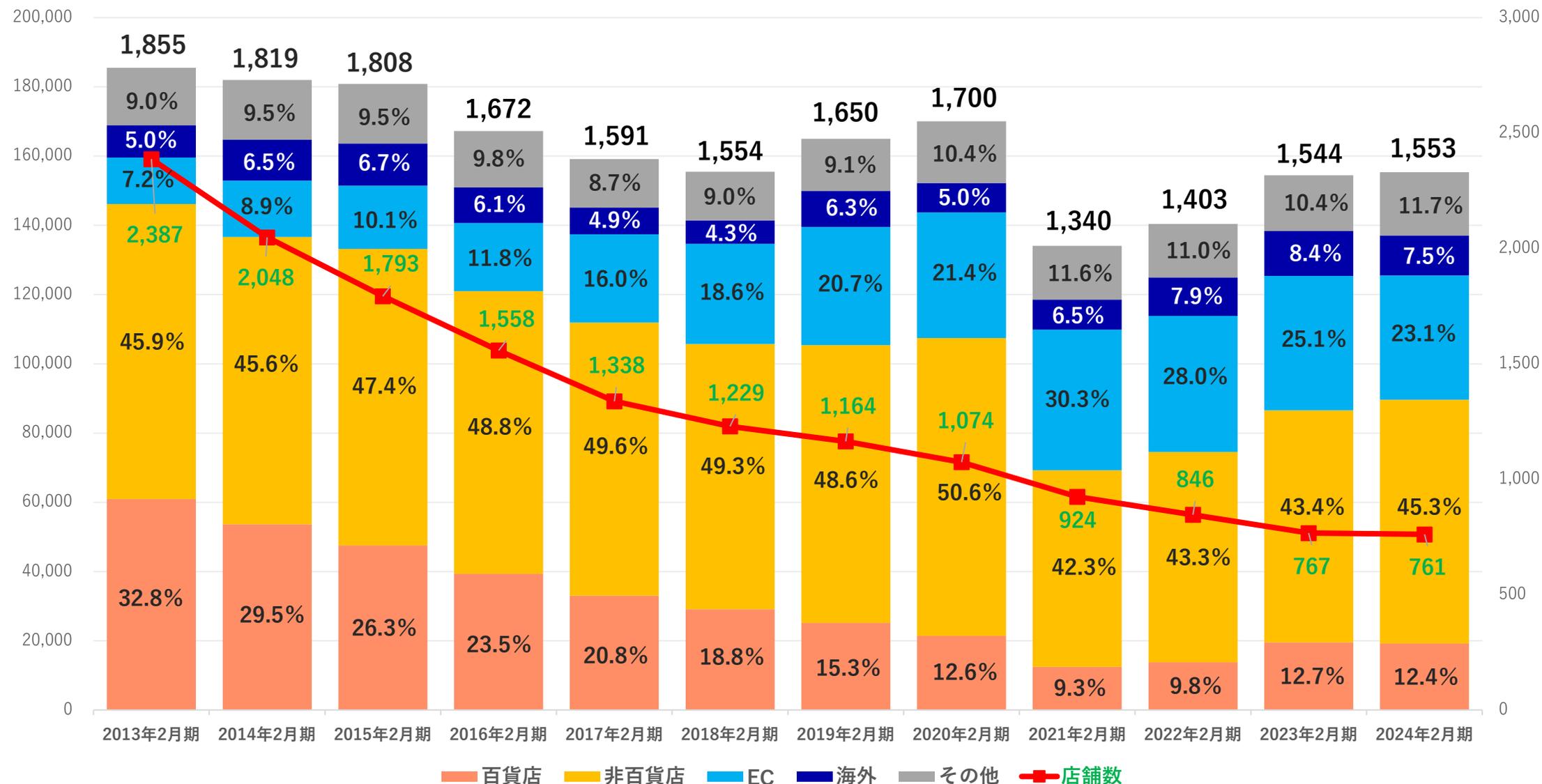
# ブランド別の売上高（2024年2月期末）

	2023.2期 通期累計			2024.2期 通期累計			前期比	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上総利益率 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上総利益率 (%)	売上高 (%)	売上総利益率 (pt)
1. PEARLY GATES	17,086	11.1	60.8	16,111	10.4	54.5	94.3	▲6.3pt
2. NANO universe	14,764	9.6	51.2	14,268	9.2	50.6	96.6	▲0.6pt
3. MARGARET HOWELL	12,801	8.3	64.5	14,133	9.1	62.3	110.4	▲2.1pt
4. NATURAL BEAUTY BASIC	10,994	7.1	63.1	11,108	7.1	64.2	101.0	+1.0pt
5. HUF	9,853	6.4	51.3	8,843	5.7	53.2	89.8	+1.9pt
6. AVIREX	7,084	4.6	54.5	8,125	5.2	60.3	114.7	+5.8pt
7. STUSSY	4,617	3.0	64.5	5,387	3.5	62.8	116.7	▲1.7pt
8. new balance golf	4,409	2.9	51.3	4,714	3.0	49.0	106.9	▲2.3pt
9. human woman	4,400	2.8	64.1	4,297	2.8	64.3	97.6	+0.3pt
10. Jack Bunny!!	3,445	2.2	47.5	3,597	2.3	45.9	104.4	▲1.6pt
TOP10 計	89,457	57.9	57.8	90,588	58.3	57.0	101.3	▲0.9pt
その他 計	60,166	39.0	52.1	64,238	41.3	51.2	106.8	▲1.0pt
継続ブランド 計	149,624	96.9	55.5	154,827	99.6	54.5	103.5	▲1.0pt
廃止ブランド 等	4,832	3.1	37.5	556	0.4	51.5	11.5	+14.1pt
合計	154,456	100.0	55.0	155,383	100.0	54.5	100.6	▲0.4pt

# 店舗数の状況 (2024年2月期末)

		2023.2期 期末	出店	退店	2024.2期 期末	前期末差
ア パ レ ル	国内	738	+53	▲60	731	▲7
	海外	29	+1	-	30	1
	合計	767	+54	▲60	761	▲6
飲 食	国内	8	-	▲2	6	▲2
コ ス メ	国内	36	+1	▲6	31	▲5
総計		811	+55	▲68	798	▲13

# 当社の特徴(1) 販路別売上高割合・店舗数推移



## 当社の特徴(2) リアル店舗とECの融合によるオムニチャネル

- 2024年2月期末の**国内EC売上高は全体の28.6%**を占め、業界平均を上回るEC化率で推移している。  
(参考：2022年「衣類・服飾雑貨等」の平均EC化率21.56%[[経済産業省HP](#)より])
- リアル店舗との相互送客効果が高い**自社EC比率は44.3%**。
- 他社ECモールで値引きやクーポンを抑制しているため、EC売上高の成長が踊り場。
- EC売上高全体の回復が今後の課題。

### EC売上高概況

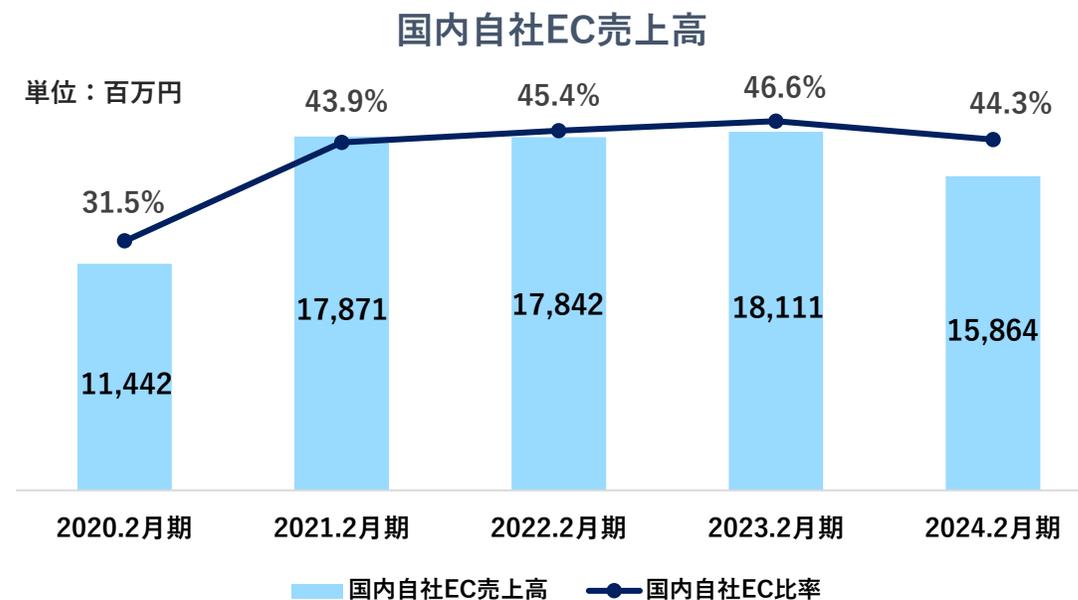
	旧収益基準		新収益基準		前期比
	2021.2期	2022.2期	2023.2期	2024.2期	
国内自社EC売上高 (自社EC比率)	178.7億円 (43.9%)	178.4億円 (45.4%)	181.1億円 (46.6%)	158.6億円 (44.3%)	87.6% (▲2.3pt)
国内EC売上高 (国内EC化率) <sup>※1</sup>	406.8億円 (37.0%)	392.8億円 (34.5%)	388.4億円 (31.1%)	358.4億円 (28.6%)	92.3% (▲2.5pt)
海外EC売上高 (海外EC化率) <sup>※2</sup>	32.3億円 (37.4%)	36.9億円 (33.3%)	39.7億円 (30.8%)	38.5億円 (33.2%)	97.1% (+2.4pt)
EC売上高合計 (EC化率) <sup>※1</sup>	439.2億円 (37.0%)	429.8億円 (34.4%)	428.1億円 (31.0%)	397.0億円 (29.0%)	92.7% (▲2.0pt)

※1 EC化率について、国内その他売上（卸や社販等）を除き算出

※2 米国でECサイト「タクティクス」を中心に運営するEfuego Corp社が、2021年第2四半期から連結対象となり、海外売上高に計上。

### 自社EC比率

コロナ禍より自社EC化率は伸長しているものの、撤退事業の影響や一部ゴルフ事業のコロナ特需の反動により



# 当社の特徴(3) 強固な財務基盤 = 十分な投資余力を有する

資産内容の健全化と資産効率の向上により総資産を圧縮する一方で、純資産は高水準を維持。

⇒ **自己資本比率72%と財務基盤は盤石**



- ネット金融資産 426億円
- 現預金 274億円
- 有価証券 251億円
- 有利子負債 99億円

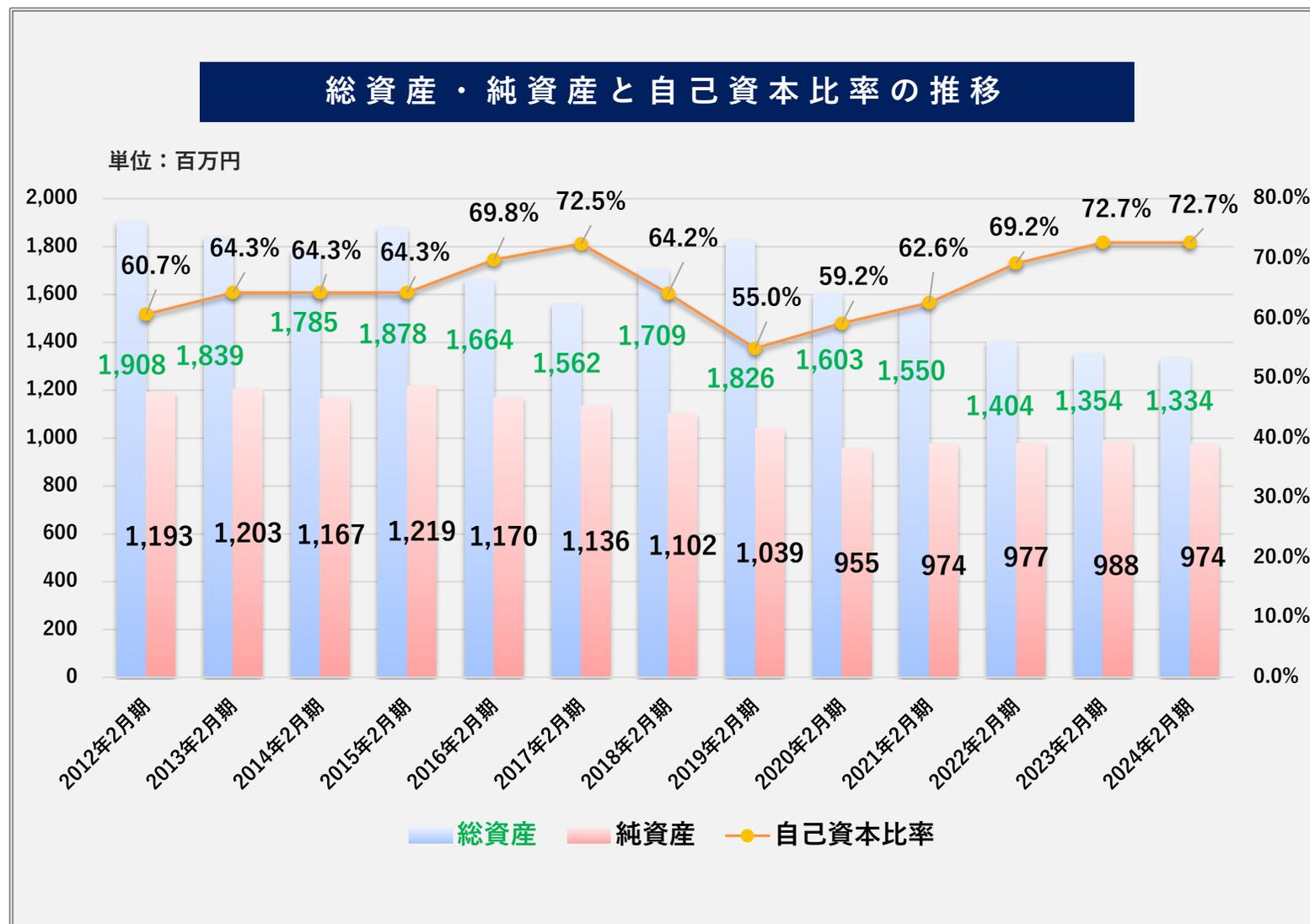
- 純資産 974億円

(2024年2月期末時点)



**非事業資産の圧縮  
株主還元強化**

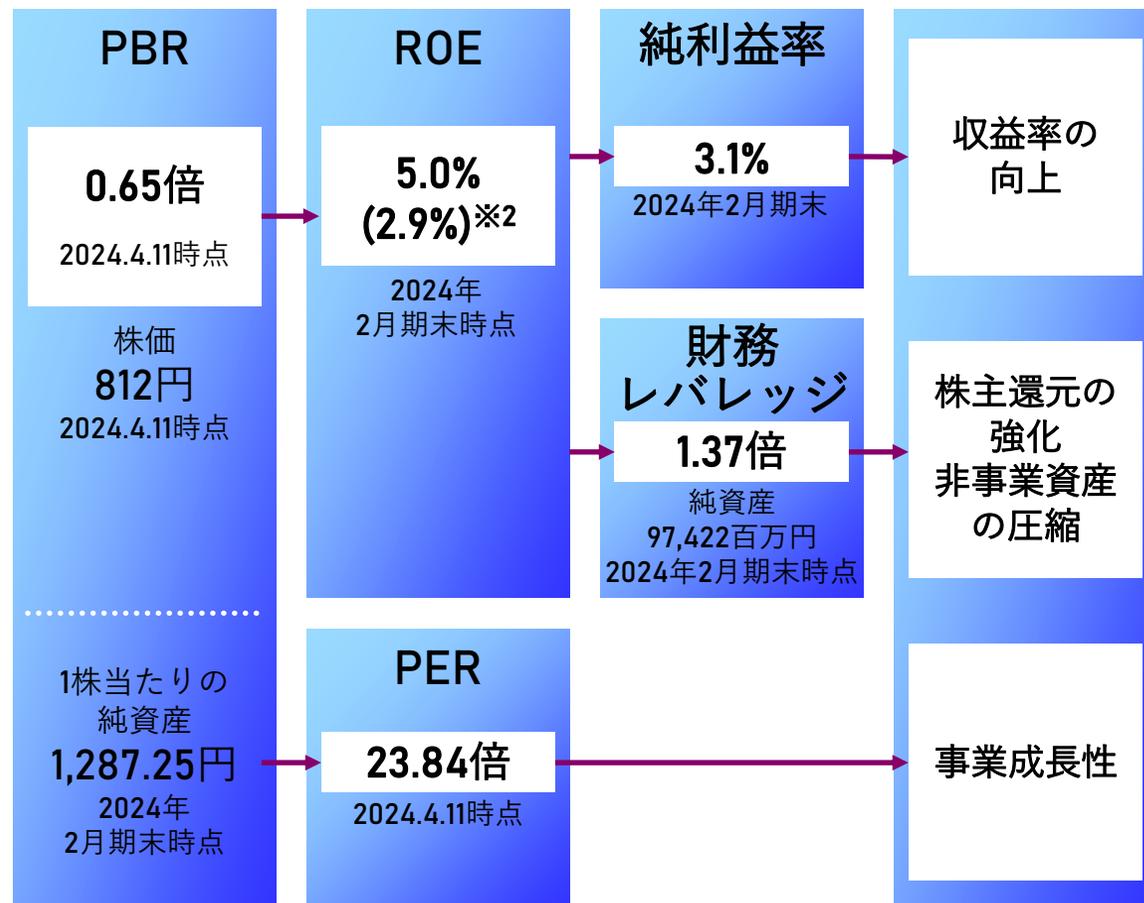
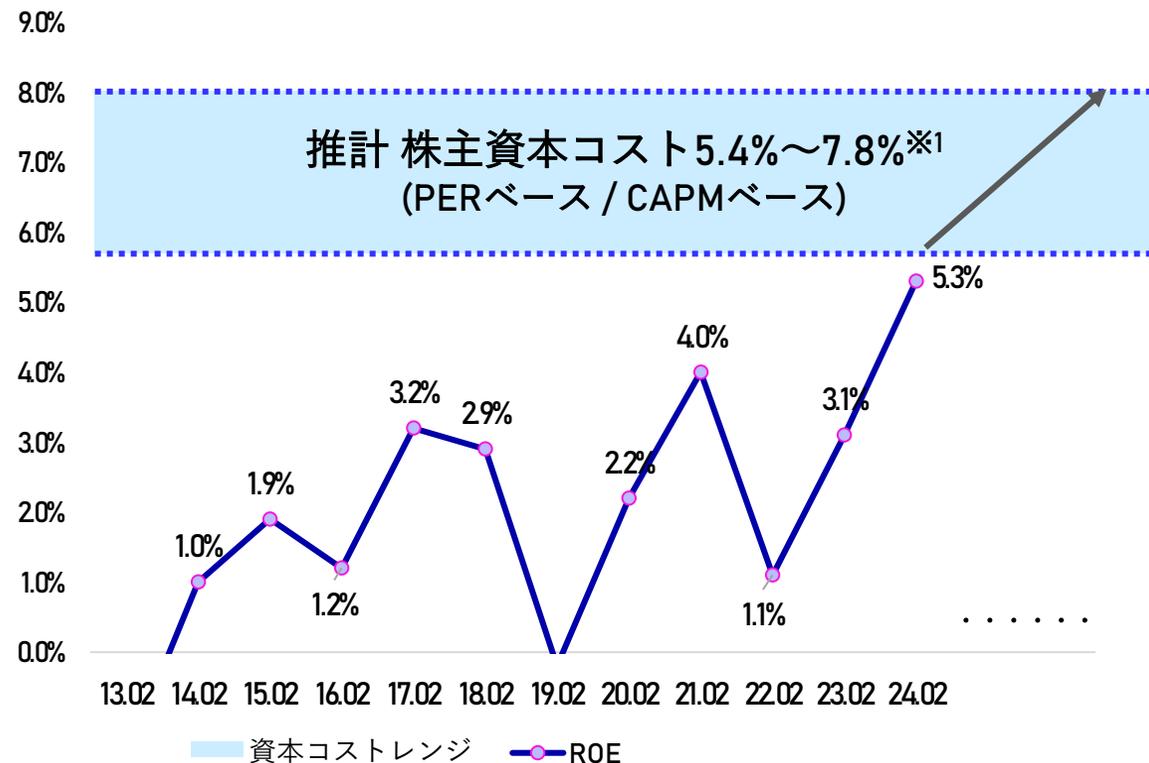
スライド25ページ



# 財務戦略・資本政策を通じて目指す姿 | PBR1倍超えの実現

現状の株主資本コストの抑制を図ると共に、株主資本コストを上回るROEを達成し、エクイティスプレッドを拡大することでPBR1倍を実現していく。収益力の向上や株主還元の強化および非事業資産の圧縮による資産の効率化により、ROEの改善を目指す

## 当社ROE推移と現状の資本コスト (レンジ)



2024年2月期 通期決算 4.12発表

※2 税効果を考慮しない実効税率ベースでの純利益、およびそれをもとに算出した数値

## TSI Innovation Program 2027

本資料には、当社およびそのグループ会社に関連する  
予想、見通し、目標、計画などの将来に関する記述が含まれています。  
これらは、本資料の日付において当社が入手している  
情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、  
実際の業績等は今後の様々な要因によって大きく異なる可能性があります。

TSI HOLDINGS GROUP

copyright © 2024 TSI HOLDINGS CO., LTD. All right reserved.