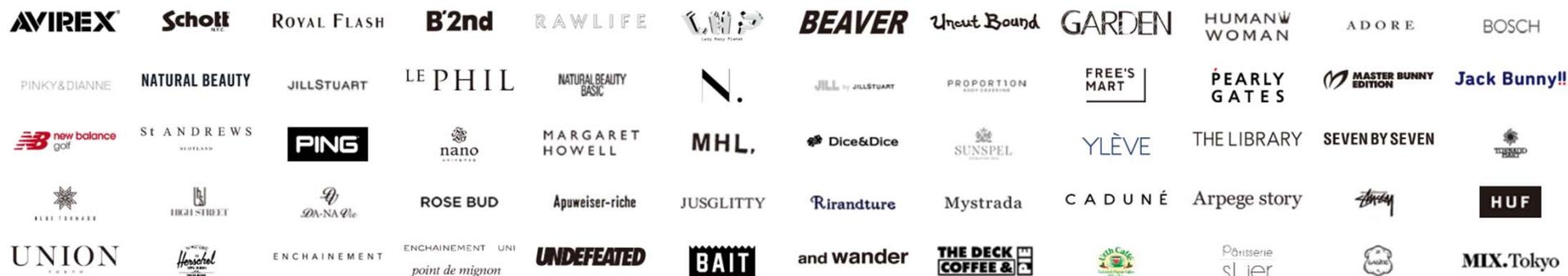




TSI HOLDINGS

## 2021年2月期 第1四半期 決算説明会

2020.7.3



I 2021年2月期 第1四半期  
決算概況



## 1. 新型コロナウイルス(COVID-19)への対応について

- 店舗 3月 外出自粛、営業時間の短縮に加え、最終週は週末に臨時休業増加。  
4月7日 7都道府県を対象とした緊急事態宣言  
⇒全国内アパレル店舗の約6割に相当する店舗が休業  
4月16日 緊急事態宣言全国に拡大  
⇒全国内アパレル店舗の約9割以上が休業  
5月14日 緊急事態宣言39都道府県で解除  
⇒5月3週目は広島以西を中心に、4週目は名古屋・大阪にオープン。  
24日までに約6割が復旧。  
5月25日 緊急事態宣言全国で解除  
⇒関東の店舗も復旧へ。  
5月31日 丸井、パルコ、ルミネ等200店舗以外はオープン。(約8割が復旧)  
6月3日 既存店舗すべてオープン。ただし、営業時間の短縮は現在も継続中。
- 生産 3～4月 中国生産の商品を中心に納期遅れが発生。
- 物流 緊急宣言後、物流倉庫がひっ迫。
- 全社 全従業員に対して29日間の特別休暇(100%補償)を有給休暇として付与

## 2. 損益の概況

	2020.2期 第1四半期		2021.2期 第1四半期			
	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	42,870	100.0	21,682	100.0	▲21,187	50.6
売上総利益	24,611	57.4	9,058	41.8	▲15,553	36.8
販管費	22,698	52.9	15,504	71.5	▲7,194	68.3
販管費 (のれん償却費・減価償却費 除)	21,358	49.8	14,545	67.1	▲6,813	68.1
のれん償却費	293	0.7	192	0.9	▲101	65.6
減価償却費	1,046	2.4	766	3.5	▲280	73.2
営業利益	1,913	4.5	▲6,445	-29.7	▲8,358	-
経常利益	2,182	5.1	▲6,094	-28.1	▲8,276	-
特別利益	1,294	3.0	67	0.3	▲1,226	5.2
特別損失	39	0.1	3,320	15.3	3,280	8352.6
税金等調整前四半期純利益	3,437	8.0	▲9,346	-43.1	▲12,784	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,473	5.8	▲10,454	-48.2	▲12,927	-
EBITDA ※	3,253	7.6	▲5,486	-25.3	▲8,739	-

※EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

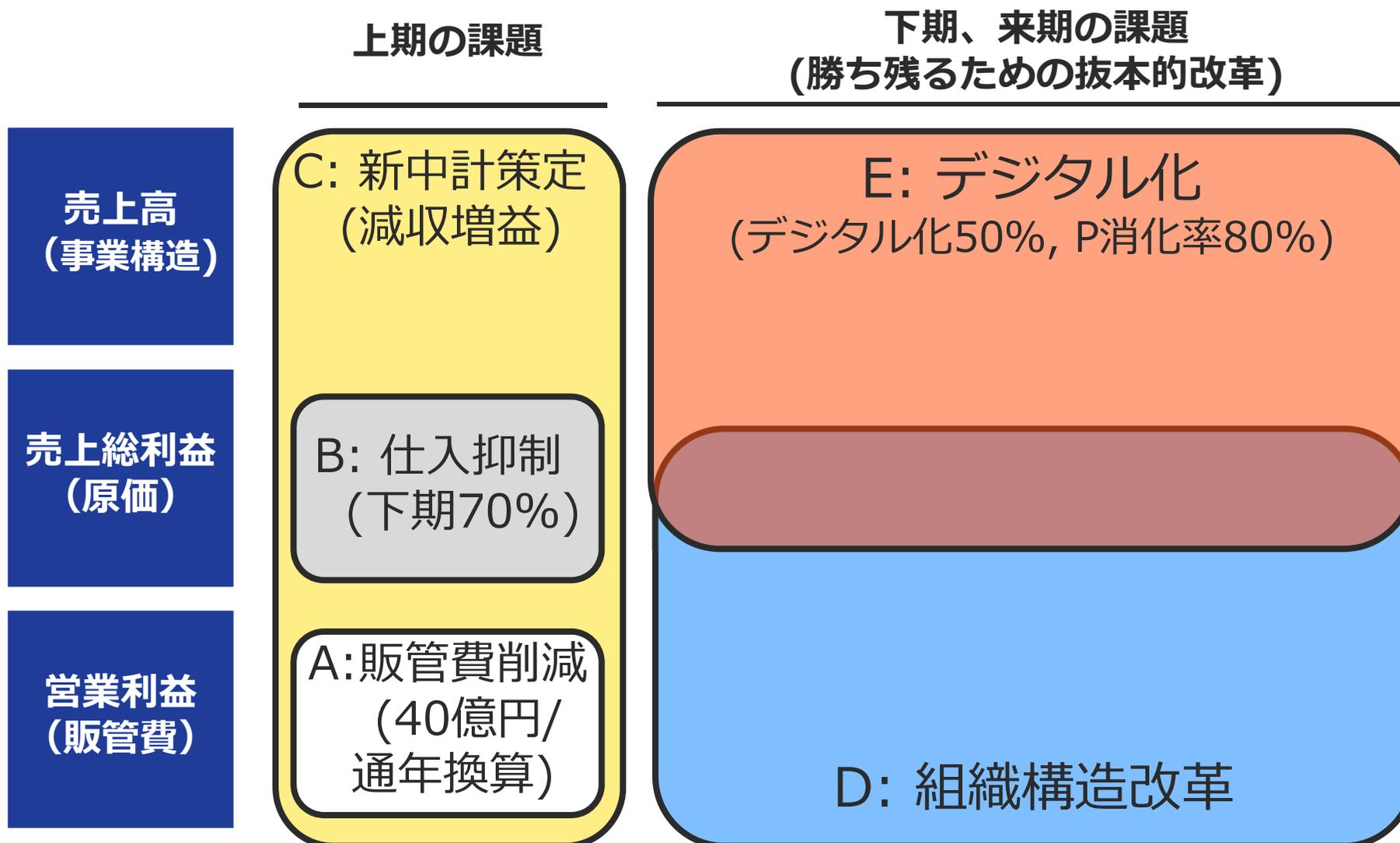
### 3. 販路別売上高

	2020.2期 第1四半期		2021.2期 第1四半期			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	前期比 (%)	構成比 (%)	構成比前期差 (pt)
百貨店	6,015	14.0	1,752	29.1	8.1	▲5.9pt
非百貨店 <sup>※1</sup>	22,509	52.5	7,033	31.2	32.4	▲20.1pt
自社サイト	2,157	5.0	3,683	170.7	17.0	+12.0pt
その他	5,790	13.5	5,498	95.0	25.4	+11.9pt
EC(E-Commerce)	7,948	18.5	9,181	115.5	42.3	+23.8pt
海外	2,180	5.1	1,207	55.4	5.6	+0.5pt
その他 <sup>※2</sup>	4,216	9.8	2,508	59.5	11.6	+1.8pt
<b>合計</b>	<b>42,870</b>	<b>100.0</b>	<b>21,682</b>	<b>50.6</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>

※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

## 4. 事業構造改革の優先課題



第1四半期でA, Bの基本方針を策定、上期中にCを策定  
D, Eは下期以降に具体化していく

### 基本方針

#### ①事業構造を抜本的に見直す

#### ②将来性がある事業を厳選し投資を行う

##### ■組織の再編

○業務最適化—全社横断で生産性を高める構造改革プロジェクトの開始。

##### ■収益構造の改革

○販管費削減(40億円/通年換算)、仕入抑制プロジェクトのスタート(下期70%)

##### ■将来性のある事業の厳選

○Efuego Corp社の株式取得（2020年3月31日～）

○ETRE TOKYO 事業譲受（2020年8月1日）

D2C(ダイレクト・トゥ・コンシューマー) プラットフォームの構築

○ピンアパレル 小田急ハルク店オープン（2020年5月30日）

○販売員がお客様にリアルタイムで接客をするオムニアプリツール「HERO®」の導入  
6月4日Laline5店舗にてスタート。

○ナチュラルビューティー、香港事業（TSI ASIA LIMITED）の撤退決定

## 6. 今期重点課題の進捗～デジタル戦略について～

コスメを扱うLaline JAPAN株式会社にて、ECの接客を店内の販売員がリアルタイムで行うオムニアプリツール「HERO®」を初導入

### 購入率は通常のECの13倍、客単価は110%

6月4日から導入し、順調な立ち上がりを見せています。

- ・ 対応件数291件(6月30日現在)
- ・ 購買単価7,466円(通常比較：+10%)
- ・ チャット後の購入率 11.5%
- ・ 平均評価 4.7/5.0満点

### 「HERO®」とは

テキストメッセージ、チャット、ビデオを使ってリアル店舗とオンラインショッピング中のお客様をつなぐ対話アプリ。

#### 対象店舗



札幌パセオ店  
タカシマヤゲートタワーモール店  
有楽町マルイ店  
ルミネエスト店  
ルクアイーレ店



主な機能の一つが、「ライブコマース」という店舗とECのシームレスなサービスを提供する。

当社グループの強みである販売員の接客スキルを、ECで活用することにより、店舗とECが一体化した接客体験を提供できる。

### 今後の展開について

パーリーゲイツ、マーガレット・ハウエルなど、アパレル事業にも水平展開させていく。

## 7. 今期計画

### 上期売上高565億円(前期比69.0%)、営業利益▲135億円(前期比 - )を計画

	上期		
	2020.2月期実績 (百万円)	2021.2月期計画 (百万円)	前期比 (%)
売上高	81,847	56,500	69.0
営業利益	-164	-13,500	-
経常利益	769	-12,700	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,053	-16,200	-

#### ■ 計画の前提

コロナの第2波は想定せず、市況はゆるやかに一定の回復をする前提。

下期はコロナの影響の予測が難しく、秋冬商品の仕入修正計画並びに販管費削減策を織り込んだ下期計画を策定中のため、未定。

#### ■ 今期配当

未曾有の状況のため、今期は配当を見送る方針。

#### ■ 自己株式

2020年3月12日～2020年6月12日に200万株を取得。

2020年6月30日に1,000万株を消却。今後の実施は当面見送る方針。

#### ■ 資金

通常枠に加え、主要取引金融機関から300億円の借入枠を確保済

## 8. CSRの取り組みについて

### CSR基本方針

当社グループは、「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。

#### 直営工場にて医療用ガウンを生産



TSIソーイング(米沢・宮崎)で10月までに約200万枚生産予定。

#### 医療従事者へ衣料品を寄贈



支援を受け取った医療従事者の皆さま



特定非営利活動法人ジャパンハート様を通じて医療従事者へ自社衣料品を約8,000枚を寄贈しました。

#### 洗えるマスクの生産



上記工場で、社員・地域住民を対象に約5万枚を生産。

#### 医療従事者にハンドクリームを無償提供



コスメを扱うLaline JAPAN(株)は、新型コロナウイルスと闘う全ての医療従事者に「ハンドクリーム」を無償提供しました。



## II 補足資料



**FEEL NEW.  
PLAY COOL.**

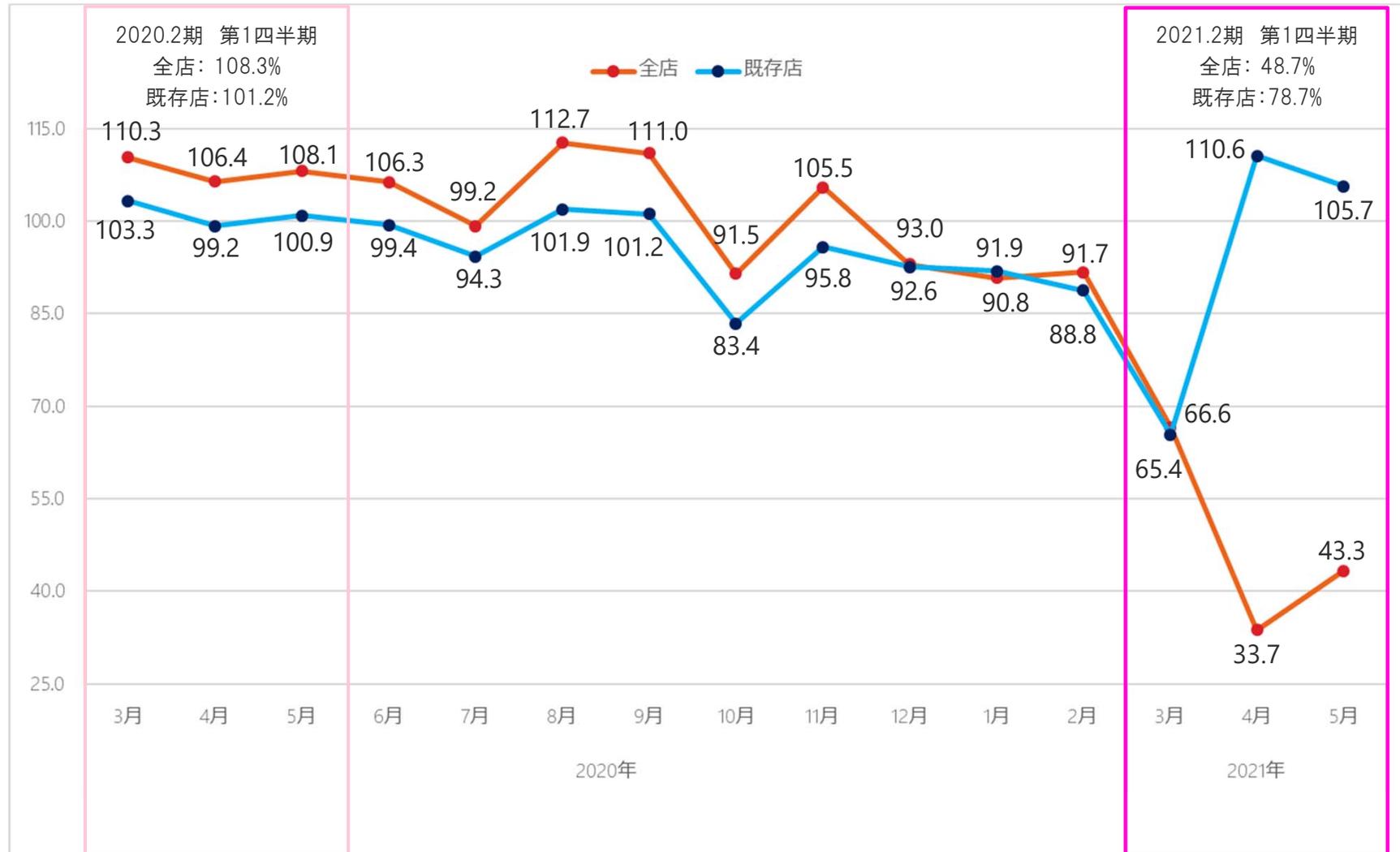
PING APPAREL  
SPRING & SUMMER 2020 COLLECTION



# ブランドの概況

	2020.2期 第1四半期			2021.2期 第1四半期			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. nano・universe	6,136	14.3	51.3	3,188	14.7	40.6	52.0	▲10.7pt
2. NATURAL BEAUTY BASIC	4,486	10.5	63.4	2,031	9.4	34.0	45.3	▲29.4pt
3. PEARLY GATES	3,255	7.6	55.3	1,605	7.4	43.2	49.3	▲12.1pt
4. MARGARET HOWELL	3,459	8.1	62.1	1,269	5.9	53.4	36.7	▲8.7pt
5. HUF	1,082	2.5	50.6	901	4.2	43.6	83.3	▲7.0pt
6. AVIREX	1,952	4.6	63.6	892	4.1	56.3	45.7	▲7.3pt
7. UNDEFEATED	1,130	2.6	44.6	854	3.9	37.9	75.6	▲6.7pt
8. STUSSY	1,285	3.0	69.6	707	3.3	60.3	55.1	▲9.3pt
9. PROPORTION BODY DRESSING	1,009	2.4	59.4	680	3.1	50.7	67.4	▲8.7pt
10. ROSE BUD	1,678	3.9	54.4	627	2.9	39.4	37.4	▲15.0pt
TOP10 計	25,476	59.4	57.5	12,758	58.8	43.9	50.1	▲13.6pt
その他 計	17,190	40.1	57.7	8,773	40.5	38.8	51.0	▲18.8pt
継続ブランド 計	42,666	99.5	57.6	21,532	99.3	41.8	50.5	▲15.8pt
廃止ブランド 等	203	0.5	27.7	5	0.0	34.7	2.7	+7.0pt
合計	42,870	100.0	57.4	21,682	100.0	41.8	50.6	▲15.6pt

# 国内 既存店・全店売上高の推移



## 店舗数の状況

		2020.2期 第1四半期末 ※1	2020.2期 期末	出店	退店	2021.2期 第1四半期末
国内	店舗数	1,033	998	+25	▲23	1,000
	前期末差	+12	▲23			+2
海外	店舗数	93	76	+3	▲6	73
	前期末差	▲50	▲67			▲3
合計	店舗数	1,126	1,074	+28	▲29	1,073
	前期末差	▲38	▲90			▲1

※1 2020.2期 第1四半期末の前期末差は、2019.2期 期末との比較

## 留意事項

本資料に記載されている将来に関する記述は、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。