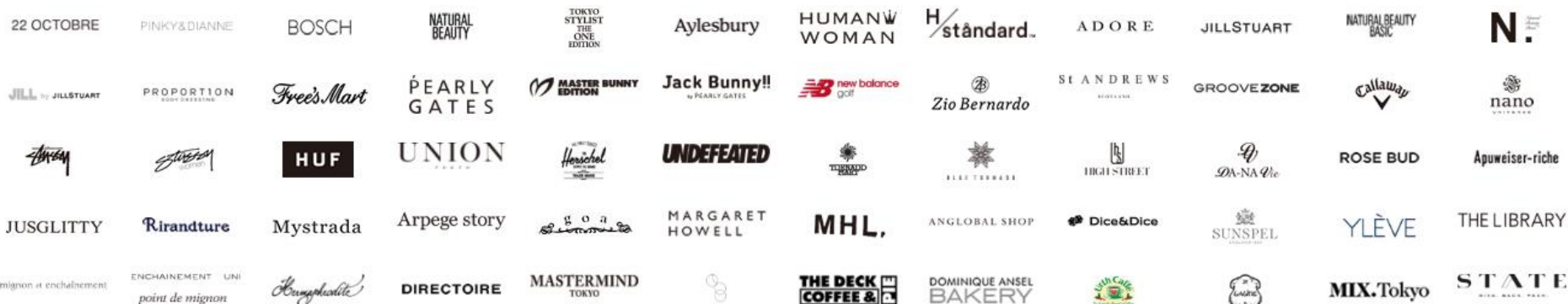




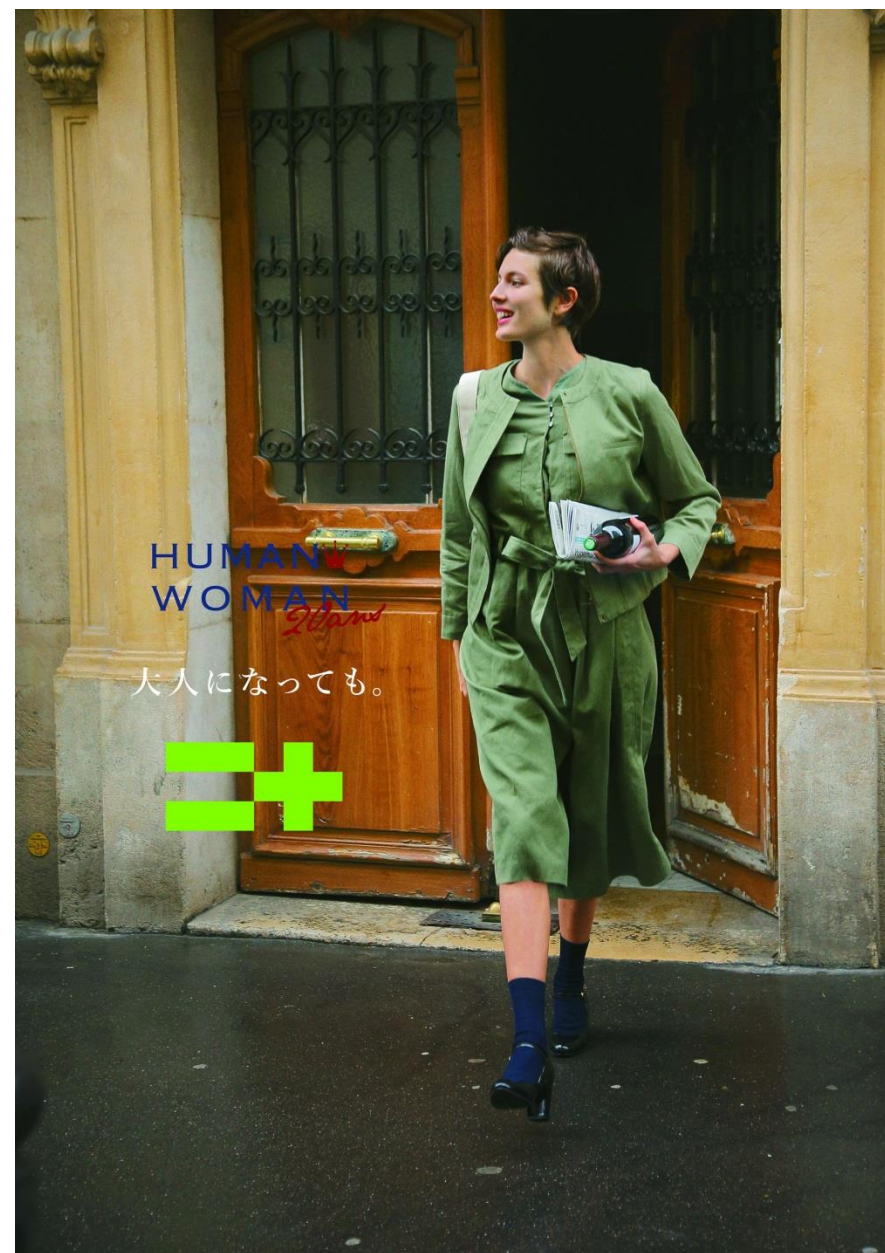
TSI HOLDINGS

2019年2月期 第1四半期 決算説明会

2018.7.9



I 2019年2月期 第1四半期 決算概況



損益の概況

	2018.2期 第1四半期		2019.2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	38,867	100.0	39,193	100.0	325	100.8
売上総利益	22,389	57.6	22,199	56.6	▲190	99.1
販管費	20,687	53.2	21,087	53.8	400	101.9
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	19,489	50.1	19,895	50.8	406	102.1
のれん償却費	130	0.3	198	0.5	68	152.5
減価償却費	1,067	2.7	993	2.5	▲74	93.1
営業利益	1,702	4.4	1,111	2.8	▲591	65.3
経常利益	1,958	5.0	1,480	3.8	▲477	75.6
特別利益	107	0.3	109	0.3	2	101.9
特別損失	345	0.9	280	0.7	▲64	81.3
税金等調整前四半期純利益	1,720	4.4	1,309	3.3	▲410	76.1
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,137	2.9	578	1.5	▲558	50.9
EBITDA ※	2,900	7.5	2,303	5.9	▲596	79.4

※EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

ブランドの概況

	2018.2期 第1四半期			2019.2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	5,247	13.5	54.4	5,761	14.7	54.2	109.8	▲0.2pt
2. NATURAL BEAUTY BASIC	4,713	12.1	63.2	4,567	11.7	61.1	96.9	▲2.1pt
3. MARGARET HOWELL	3,426	8.8	60.6	3,496	8.9	61.8	102.0	+1.2pt
4. PEARLY GATES	2,946	7.6	50.8	3,072	7.8	50.9	104.3	+0.1pt
5. ROSE BUD	1,986	5.1	55.1	1,832	4.7	50.7	92.3	▲4.4pt
6. STUSSY ※1	1,575	4.1	67.7	1,343	3.4	69.0	85.3	+1.3pt
7. HUMAN WOMAN	1,287	3.3	59.1	1,319	3.4	60.6	102.5	+1.5pt
8. PROPORTION BODY DRESSING	1,249	3.2	58.6	1,212	3.1	59.1	97.1	+0.5pt
9. HUF ※2	98	0.3	64.0	1,138	2.9	49.1	1,157.9	▲14.9pt
10. Apuweiser-riche	1,240	3.2	62.0	1,117	2.9	61.8	90.1	▲0.2pt
TOP10 計	23,771	61.2	58.5	24,861	63.4	57.4	104.6	▲1.1pt
その他 計	14,727	37.9	56.1	14,324	36.5	55.4	97.3	▲0.8pt
継続ブランド 計	38,498	99.1	57.6	39,185	100.0	56.6	101.8	▲0.9pt
廃止ブランド 等	368	0.9	61.5	7	0.0	134.7	2.0	+73.2pt
合計	38,867	100.0	57.6	39,193	100.0	56.6	100.8	▲1.0pt

※1 前期は影響が軽微であることから「HUF」を含んでおりましたが、今期より海外の「HUF Holdings, LLC」が加わるため別々に集計しております。

※2 前期は国内のみ、今期は国内と海外の連結消去後の数値になります。



Ⅱ 3カ年の中期経営方針

-中期経営計画達成に向けた
2021.2期までのロードマップ-



1 赤字事業の根絶、組織構造改革

2 成長事業・成長領域への投資

3 事業会社が力を最大限に発揮できる連邦経営

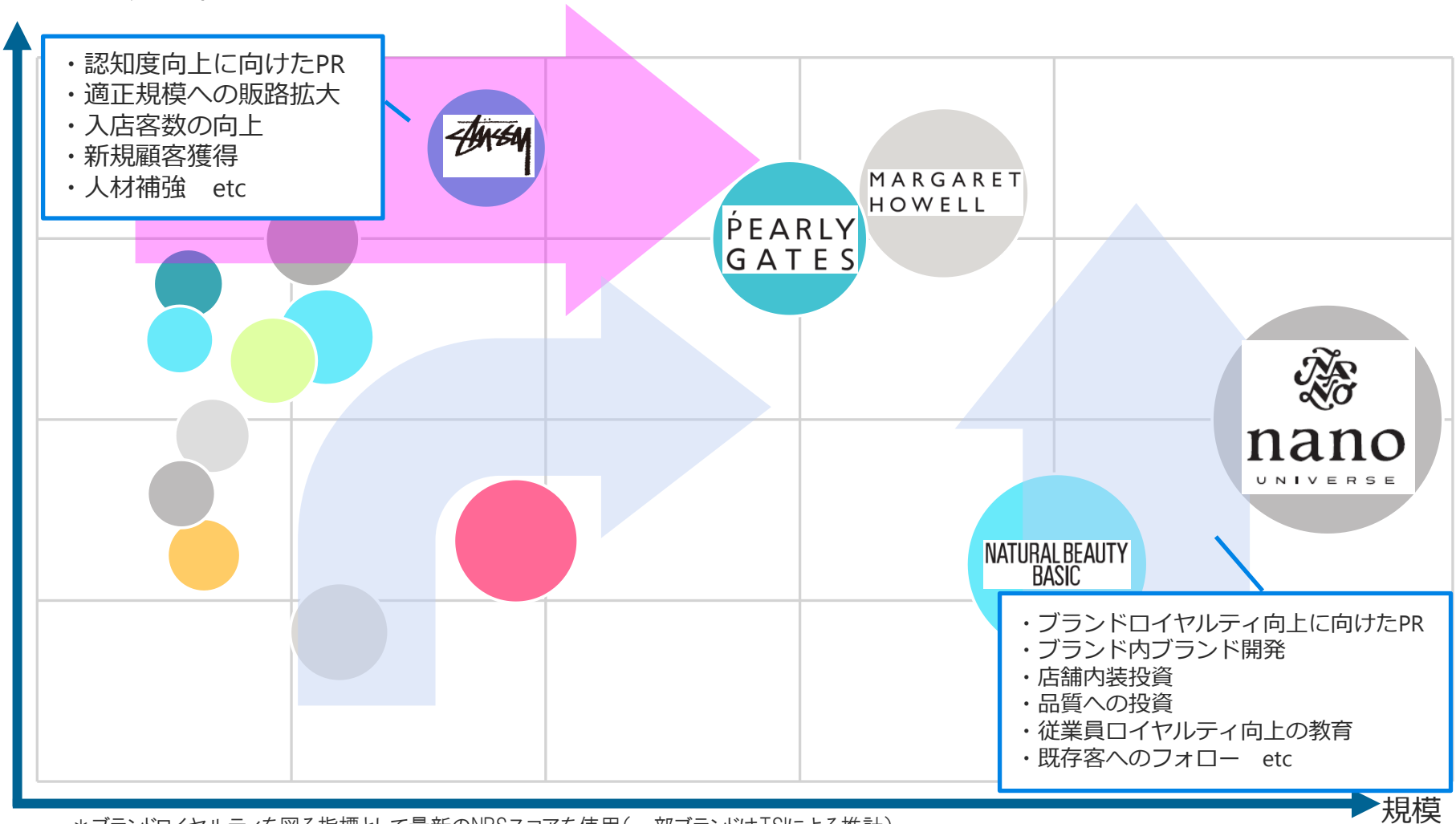
中期経営計画達成に向けた2021.2期までのロードマップ



事業戦略の方向性（ブランドロイヤルティ×規模）

- ブランドロイヤルティの向上を図るとともに、各々が戦うマーケットの成長性やブランド特性等を踏まえたうえで、ブランドロイヤルティが高い事業に規模拡大に向けた投資を実行

ブランドロイヤルティ



* ブランドロイヤルティを図る指標として最新のNPSスコアを使用（一部ブランドはTSIによる推計）

事業戦略の方向性（カテゴリー×ポジショニング）

- 競合とのパワーゲームに巻き込まれる可能性の低いプレミアムプライスゾーンをターゲット
既存事業との親和性を重視し、距離がある分野に取り組む際は事前に運営体制を整えることが必須条件

カテゴリー		説明	レディス			メンズ		共通
ラグジュアリー		ハイエンドなインターナショナルブランド	ADORE MARGARET HOWELL PEARLY GATES			MARGARET HOWELL PEARLY GATES		
コンテンポラリー		高級感は維持しつつ、ラグジュアリーブランドよりも手に届く価格帯でワールドワイドに展開するブランド						
トレンド	アップミドル	・消費者の価値観の多様化に伴いトレンドが小粒化 ・ファストファッションの登場により単価が下落	JILLSTUART BOSCH Apuweiser-riche STUSSY			STUSSY nano UNDEFEATED		
	ローミドル							
マス・ボリューム		・高品質で低価格を武器にトレンド市場から顧客を奪い拡大						

今後のターゲット：プレミアムプライスゾーン

- ・EC、海外展開を視野に入れたプライス設計
- ・メンズ、雑貨を強化し収益基盤を安定化
- ・グループにノウハウがない分野は原則M&Aで補完

現状のTSIの主要ドメインはレディスアパレルのトレンド市場に偏重

トレンド市場の中でも特にローワーマドルゾーンは量販店出身のプレイヤーやファストファッションの台頭で価格競争激化

アパレル	雑貨	美容・化粧品	アパレル	雑貨	ファッションサービス
------	----	--------	------	----	------------

IV 補足資料



国内 既存店・全店売上高の推移

2018.2期 第1四半期

全店: 95.8%

既存店: 100.2%

2019.2期 第1四半期

全店: 98.3%

既存店: 100.0%



販路別売上高

	2018.2期 第1四半期		2019.2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	7,773	20.0	6,667	85.8	17.0	▲3.0pt
非百貨店※1	19,769	50.9	19,797	100.1	50.5	▲0.3pt
EC(E-Commerce)	5,906	15.2	6,760	114.5	17.2	+2.1pt
海外	1,963	5.1	2,455	125.0	6.3	+1.2pt
その他※2	3,454	8.9	3,512	101.7	9.0	+0.1pt
合計	38,867	100.0	39,193	100.8	100.0	-

※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

店舗数の状況

		2018.2期 第1四半期末	2018.2期 期末	出店	退店	2019.2期 第1四半期末
国内	店舗数	1,156	1,052	+33	▲12	1,073
	前期末差	+13	▲75			+21
海外	店舗数	177	177	+1	▲11	167
	前期末差	▲24	▲5			▲10
合計	店舗数	1,333	1,229	+34	▲23	1,240
	前期末差	▲11	▲80			+11

※2018.2期 第1四半期末の前期末差は、2017.2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。