



TSI HOLDINGS

株式会社 TSI ホールディングス

2020 年 2 月期 通期決算説明会

2020 年 4 月 14 日

イベント概要

[企業名]	株式会社 TSI ホールディングス
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2020 年 2 月期 通期決算説明会
[決算期]	2019 年度 通期
[日程]	2020 年 4 月 14 日
[ページ数]	19
[時間]	10:00 – 10:28 (合計：28 分、登壇：28 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	1 名 代表取締役社長 上田谷 真一（以下、上田谷）

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasia.com

登壇

上田谷：おはようございます。TSIホールディングスの上田谷でございます。それでは、ビデオ配信にて決算説明会を始めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

損益の概況

	2019.2期 通期		2020.2期 通期					
	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 (%)	開示予想差 (百万円)	開示予想比 (%)
売上高	165,009	100.0	170,068	100.0	5,058	103.1	▲932	99.5
売上総利益	87,093	52.8	89,382	52.6	2,288	102.6	-	-
販管費	84,812	51.4	89,312	52.5	4,499	105.3	-	-
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	79,935	48.4	83,863	49.3	3,927	104.9	-	-
のれん償却費	886	0.5	1,024	0.6	137	115.5	-	-
減価償却費	3,990	2.4	4,424	2.6	434	110.9	-	-
営業利益	2,280	1.4	70	0.0	▲2,210	3.1	▲930	7.0
経常利益	3,902	2.4	1,851	1.1	▲2,051	47.4	▲649	74.0
特別利益	365	0.2	6,289	3.7	5,923	1719.6	-	-
特別損失	3,208	1.9	4,281	2.5	1,072	133.4	-	-
税金等調整前四半期純利益	1,059	0.6	3,859	2.3	2,800	364.3	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	▲185	-0.1	2,181	1.3	2,367	-1173.2	▲1,118	66.1
EBITDA ※	7,157	4.3	5,518	3.2	▲1,638	77.1	-	-

※ EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

2ページをまずご覧ください。損益の概況でございます。まず最初に、1月に続いて再度、業績の修正をさせていただいたこと、本当にお詫び申し上げます。1月の時点でも、かなり厳しめに読んでいたつもりですが、その後、1月末からさらに業績が悪化し、2月に至るまで、毎週のように着地予想が変わっていくという事態になりました。

結果としまして、サードクォーターの時も申し上げた通り、売上は、それまでの秋冬商戦がうまくいかなかったことが続き、且つ最後、新型コロナウイルスで駄目押しを食らって、売上が当初計画比でいうと、だいぶ落ちてしまいました。

前期比で上がったのは、上野商会の買収がフルイヤーで寄与したためです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

粗利のほうは、途中から仕入を抑えたのですが、追いつかず、かつ販管費のほうは、夏の時点で厳しくなることを予想しておりますので、当初に比べると20億近く、ホールディングスも事業会社も含めて削減に取り組みましたが、最後は追いつかなかったというのが現状でございます。努力をしたものの、追いつきませんでした。申し訳ございません。

経常利益は、ほぼそれがスライドして反映されているような形になります。純利益のところでは、と、特別利益は不動産の売却益と有価証券の売却益とを合わせて、60億ほど出ています。期末に際して、アメリカのHUFの減損損失を20億ほど最終的に監査法人との調整の結果、計上することになり、純利益22億という結果となりました。

全体の概況としては以上でございます。

ブランドの概況

	2019.2期 通期			2020.2期 通期			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	28,349	17.2	47.1	27,185	16.0	43.7	95.9	▲3.4pt
2. NATURAL BEAUTY BASIC	15,583	9.4	57.7	15,191	8.9	57.5	97.5	▲0.2pt
3. MARGARET HOWELL	14,361	8.7	58.4	14,034	8.3	58.0	97.7	▲0.4pt
4. PEARLY GATES	12,173	7.4	51.0	12,582	7.4	50.3	103.4	▲0.7pt
5. AVIREX ※1	2,438	1.5	60.5	8,495	5.0	60.7	348.4	+0.2pt
6. ROSE BUD	6,869	4.2	43.7	5,949	3.5	48.5	86.6	+4.8pt
7. STUSSY	5,607	3.4	69.2	5,263	3.1	70.3	93.9	+1.1pt
8. UNDEFEATED	3,904	2.4	41.1	4,791	2.8	43.3	122.7	+2.2pt
9. HUF	5,159	3.1	47.9	4,678	2.8	46.0	90.7	▲1.9pt
10. HUMAN WOMAN	4,849	2.9	55.8	4,557	2.7	55.1	94.0	▲0.7pt
TOP10 計	99,296	60.2	52.4	102,729	60.4	52.1	103.5	▲0.3pt
その他 計	59,377	36.0	54.6	67,130	39.5	53.4	113.1	▲1.1pt
継続ブランド 計	158,674	96.2	53.2	169,860	99.9	52.6	107.0	▲0.6pt
廃止ブランド 等	6,335	3.8	41.3	207	0.1	4.4	3.3	▲36.9pt
合計	165,009	100.0	52.8	170,068	100.0	52.6	103.1	▲0.2pt

※1 株式会社上野商会の株式取得日は2018年10月26日ですが、みなし取得日を2018年11月30日としております。
そのため、前期末の数値は2018年12月1日以降の数値を計上しています。

次に、3ページ目で、主要ブランド別で説明させていただきます。今回は、今までのように特定の不採算ブランドが大きく足を引っ張ったというよりは、ほぼ全てのブランド事業会社が大きく利益を落とした。一過性のものではございませんし、特定の会社、固有のものではなくて、我々のグループ全体の課題だと考えております。

その中で大きな課題は、1番上のnano・universe、9番目のHUFです。これについては個別の事情

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

がございまして、nano・universeに関しましては、この2年間店舗の売上もECの売上も伸びてきた中で、業績を回復してきた経緯がございます。今回、秋冬物の仕入は当然絞ったのですが、売上至上主義から脱却することができず、在庫を大きく抱えて沈んでしまうことになりました。

こちらに対する打ち手といたしましては、社長を含む経営陣を交代し、当社の中で比較的チャネル、商売の近い事業会社の社長に、特にMD回りの仕組みの再構築を託して、仕組みの作り直しに取り組んでおります。

それから、9番目のHUFに関しては、日本の事業は今のところ順調に進んでいますが、本国のアメリカが、2年前に採用した新CEOの下で量販店向けの卸から直営店に切り替える戦略をとっていたのですが、うまく回すことができず、業績が悪化してしまいました。

従いまして、今年の頭に、社長を含む経営体制をこちらも一新して、新CEOの下、リストラも断行いたしました。それから、生産商品部隊のチームを変え、特にEC回りに関しては、別途、先日買収を完了いたしました、タクティクス社というスケートボード、アクションスポーツのECの専門の非常に素晴らしい会社のデジタルチームをHUFに導入して、デジタルマーケティングと自社ECの強化を図るということで、着手済みです。もちろんアメリカも今、全米ロックダウンに近い状況が起きておりますので、一時レイオフも含めて、出費を最小限に抑えて活動している状況です。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



Eコマースの売上状況について

2019年10月以降3rdパーティーの売上高が著しく悪化したことにより、これまで2桁増の伸張を続けてきたEC売上高の前期比は106.4%に留まった。
しかし、オムニ化戦略を進めている自社EC売上高は、戦略的な自社サイトへの誘導により、前期比114.2%と堅調に推移している。

	2018.2月期	2019.2月期	2020.2月期	前期比
EC売上高(百万円)	28,932	34,139	36,337	106.4%
EC化率(%)	18.6	20.7	21.4	+0.7pt
自社EC売上高(百万円)	7,547	10,019	11,442	114.2%
自社EC化率(%)	26.1	29.3	31.5	+2.2pt

●自社EC売上の好調要因

オムニチャネル会員数 **前期比110.4%**

オムニチャネル売上高 **前期比114.6%**

●オムニチャネル化の好調要因

通期アプリ経由の売上高 **前期比163.0%**

通期アプリ収益率 **前期比103.0%**

続きまして、4ページ目のEコマースの状況です。こちらはここ数年間、プロパー戦略の下、自社EC売上を最大のフォーカスにしまして、伸ばすところに注力した結果、自社EC売上高が14%伸びまして、EC全体のEC化率も21.4%と、自社EC中心に伸ばすことができました。

こちらは、店舗とECと両方をお使いになるオムニチャネル会員の増加というのを一つのKPIにしまして、スマホ向けのアプリを積極的に店舗でも勧める戦略が功を奏し、自社ECは順調に伸びております。今後も店舗との在庫連携を含めて、自社ECを中心に伸ばしていく予定でございます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

売上高

国内既存アパレル事業の大不振により、既存事業売上高は前期比97.7%。海外事業リスクも吸収できず、減収の要因の一つとなった。

仕入、在庫

想定以上の災害や暖冬により、重衣料やニットが動かなかったものの、仕入れや在庫は抑制し、期末在庫の前年比は96.0%と前年を下回った。

利益

在庫は消化を優先させたため、売上総利益率は0.2%下落、営業利益も前期比▲2,210百万円の70百万円となった。

- ・ 既存事業の稼ぐ力を過信した
- ・ 環境変化の速度を甘く見ていた

5ページ目は、前期の総括です。秋冬に、第3クォーターのところでお話したのと変わらないのですが、かなり厳しい予測をして在庫も絞り、利益重視で臨んだものの、まだまだ既存事業で稼げると過信してしまい、改革のスピードが結果的には遅かったことを強く反省しております。

同様に、我々がデジタル化し、少ない在庫でプロパー商売が完全にできるようになるまでの期間とこのを甘く見ておりました。コロナウイルスに関わらず、消費者意識や環境問題等々で、我々が考えていたよりも、猛スピードで会社の仕組みを入れ替えなければというのが、今回の反省でございます。これに従って、後ほど今後の取り組みに関しては説明させていただきます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

新型コロナウイルス(COVID-19)の影響について

生産・店舗においては2月から影響が出始めており、3月より加速度的に広がり、月末の28日(土)、29日(日)は多くの都心店舗で休業となった。現状、先行きが非常に不透明な状況。

- 休業店舗 緊急事態宣言に基づき、4月8日から5月6日あたりまで東京、埼玉、千葉、神奈川、大阪、兵庫、福岡に展開する店舗を休業予定(2月末時点で稼働する上記都道府県内の店舗数は607店舗。**全国内アパレル店舗の約6割に相当**)
- 本社 3月よりテレワークの実施を推進、会合を電話会議などへの変更
- 全社 全従業員に対して14日間の特別休暇(100%補償)を有給休暇として付与

TSIホールディングスグループとしての社会的貢献

コスメを扱うLaline JAPAN®から医療従事者に
ハンドクリームを無償提供



日本国内全27店舗にて、4月1日～4月30日の期間中、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する。

米沢と宮崎に自社工場を有する株式会社TSI
ソーイングで洗えるマスクを生産

破棄することになる残反を再利用して洗えるマスクを生産し、グループ社員や工場がある地元自治体に寄付する。



TSI HOLDINGS

Copyright© TSI HOLDINGS CO.,LTD. All Rights Reserved.

6

それでは次に、新型コロナウイルスの影響についてお話させていただきます。6ページです。本件は、最初は生産に影響が出るということで、春夏物の入荷を非常に心配しておりましたが、実際には2月以降、世界中で販売が止まり始めました。今では、入荷の心配ではなく、世界中で販売ができないということで、どれだけ在庫を抑えるかということが、一番の課題になっております。

日本に関しては、販売のほうは4月8日の緊急事態宣言に基づいて、要請のあったエリアは全て、路面店も含めて、閉店しております。さらに、先週末に関しましては、7都道府県に加えて、名古屋、京都の店舗を自主的且つ、商業施設と相談の上、閉鎖しております。現在では国内の約7割の店舗が営業活動をストップしております。

そういった状況でECのほうは営業活動を継続しております。また、3割程度ですが、営業店舗に関する支援ということで、極力在宅ワークですが、倉庫を含めどうしても在宅できない社員に関しては、安全を期した上で、最小限の人数で運営を継続しております。

なお、休業中の従業員に対する補償ですが、当社グループといたしましては、全ての従業員に対して、丸14日間の100%給与を補償した特別休暇というものを、有給として付与することに決めて運用しております。これと公休を合わせることで、今のところの閉鎖期間、5月6日までは従業員に関

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



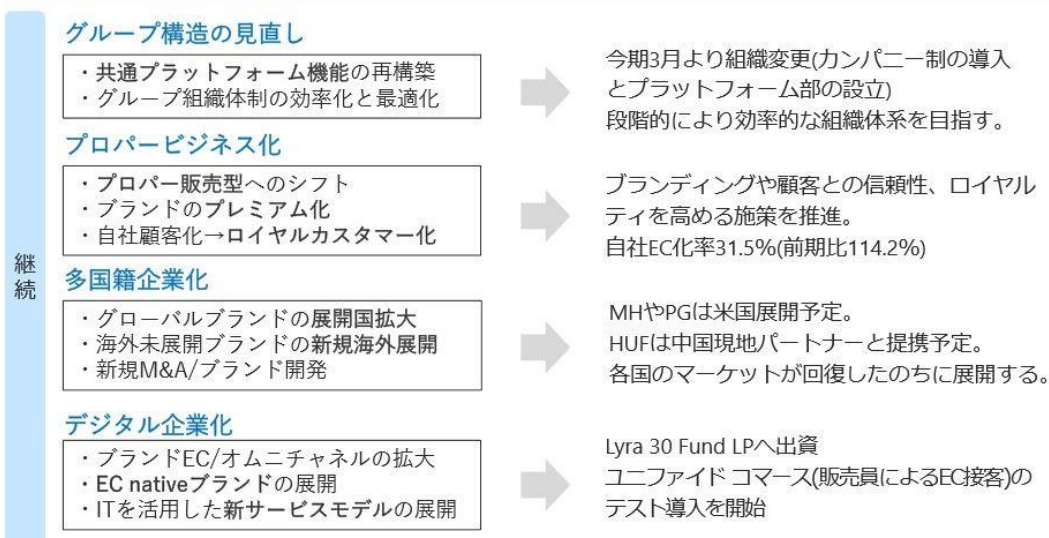
しては、ほぼ給与が補償された状態で、在宅勤務ができない人間は休めるようにしております。それ以降長引いた場合に、こういった手段を取るかに関しましては、また今後検討していきたいと思っております。

そのほかに、我々としてできることがないかということで、コスメの会社であるLalineがハンドクリームを医療従事者に提供するという。それから、我々、自社工場を二つ持っておりますので、洗って再利用可能なマスクの生産を空いたラインで開始しております。

加えて、政府とも相談の上、アパレルメーカーとしてできること、我々の生産設備を使って何かできないかということは今まさに検討しておりまして、近々またご報告させていただきたいと思っております。

中期経営計画

- **戦略の方向性は変えないが、損益分岐点を下げ、改革のスピードを大幅に上げる**
- **中長期的な営業利益率目標は据え置き、年度別目標は今期中に修正予定**



TSI HOLDINGS

Copyright© TSI HOLDINGS CO.,LTD. All Rights Reserved.

8

それでは、これからやるべき中期の計画と今期のことをお話します。8ページ目、ご覧ください。大きな項目でいくつか青字で書いてありますが、方針は変えていません。プロパー化して、多国籍企業化、デジタル企業化の戦略は変えません。ただし、この状況下を非常に一過性のものではなく、厳しく考えておりますので、これを機に思い切って損益分岐点を下げるということと、当初考えていたよりは改革のスピードを上げるというのがテーマになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

もう一つ、中長期の営業利益率目標は、5%程度を目指したいというのは変えておりませんが、そこに至る年度別目標は、足元が全く読めない状況になっておりますので、今期中に修正して、確定次第、ご報告させていただきたいと思います。

2021.2月期の計画と方針

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う不要不急の外出自粛や施設の使用停止等により個人消費は深刻な打撃を受け、更に4月7日発令の緊急事態宣言が追加的な影響を及ぼしています。今後の感染収束時期や過去最大級の緊急経済対策の効果など、現段階では今年度の見通しは極めて不透明であるため、当社の連結業績予想は未定としております。今後、合理的な見積りが可能となった時点で、改めて速やかに公表致します。

今期の方針

- 1.HD含むグループ全社を対象とした、**事業構造を抜本的に見直す**
- 2.生き残る為に必要な事業に注力し、**将来性がある事業を厳選し投資を行う**

では、それを踏まえて、9ページ目。今期2021年2月期の計画、方針ですが、まず数字の計画に関しては、先ほど申し上げた通り、残念ながら読めておりません。速やかに公表したいのですが、我々自身が今読めないという状態の中で、今期の連結業績予想は一旦未定とさせていただきます。下期の状況を含めて、読めるようになった時点で、速やかに公表させていただきます。

数字が読めない中で、少なくとも上期に関しては、ひたすらコストを下げて、キャッシュの流出を抑えなければなりません。この間に進めなければならない今期の大きなポイントとしては、これだけ厳しいものを突きつけられている中で、我々が変わるチャンスでもあります。営業活動がほとんどできないので、この間に、今期にやっておきたいと思っている一番大きなところが事業構造を抜本的に改革することです。

今のままでは生き残っていけないという、大きな危機感を持っておりますので、すでに走っておりますが、先ほどの損益分岐点を下げることや組織再編など、今まで時間をかけて、なかなか着手で

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

きなかった事業構造を変えること、生き残れる事業構造にするというところを徹底します。

もう一つは、今までも不採算事業の廃止等々進めてきましたが、今のままだと、売上はウイルスショックが無くなっても元には戻らないと思っています。世の中は完全には元に戻らないという前提で、デジタル化された将来に勝ち残っていける事業のみを選別し、そこにのみ投資をかけ、旧来型の事業に関しては振り切って徹底したいと思います。

事業構造を抜本的に見直して損益分岐点を下げておくこと、それから将来性のあるものにのみ投資し、事業選別をかなり厳しくするという、この二つが大きな方針となります。

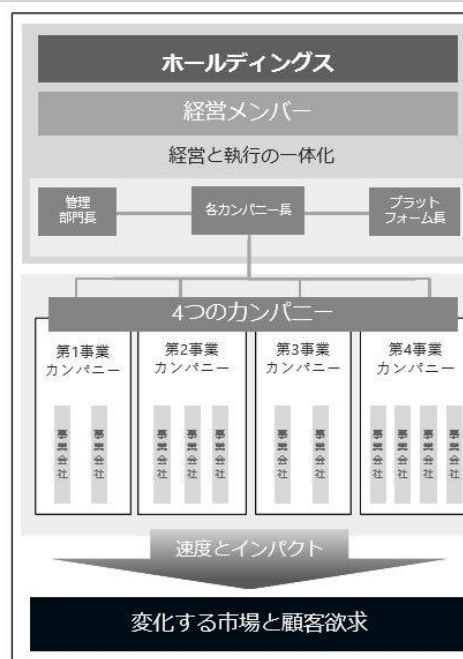
今期重点施策 ①組織の再編

組織再編の変更点

1. アパレル事業子会社を4グループに再編
本部に新設する各「カンパニー長」が各グループの経営を担う
2. プラットフォーム部の新設
SCM、Eコマース支援、システム戦略、マーケティングの4つの機能を統合する。

組織再編の目的

- ① 意思決定と実行のスピードを上げる
- ② 機能プラットフォームの共通活用による収益率向上
- ③ 本部スリム化と事業会社の機能重複を解消する
- ④ 事業会社の経営者をHDの経営チームに組み込む



では、具体施策で、10ページ目、まずは組織の再編です。こちらはとにかく損益分岐点を下げて、スピードを上げることが目的です。もともと分社化型の組織体制でしたが、事業の性格が近いところを四つのカンパニーにまとめました。当然、そのカンパニーの中で、インフラの共有化を図れるところ等々は取り組むとともに、この四人のカンパニー長に事業を取りまとめて、私と一緒に戦略をつくって実行してもらおうという、ホールディングスと事業会社をかなり近づけた組織に再編しました。

もう一つは、サプライチェーン回り、生産、調達、物流、それからEコマースを含むデジタル回

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

今期重点施策 ②収益構造の改革

損益分岐点の引き下げ

既存事業における
販売管理費の見直し

3か年で販管費率50.0%以下を目指す。

(参考:前期52.5%)

人材の適正配置見直しによる、本社費用の大幅な削減。

全社横断の販管費削減プロジェクトを組成。

調達コストの低減

3か年で調達コスト2.0%低減を目指す。

※物流費など一部販売管理費を含む

既存のサプライチェーン全体の業務改革に取り組む。

TSI HOLDINGS

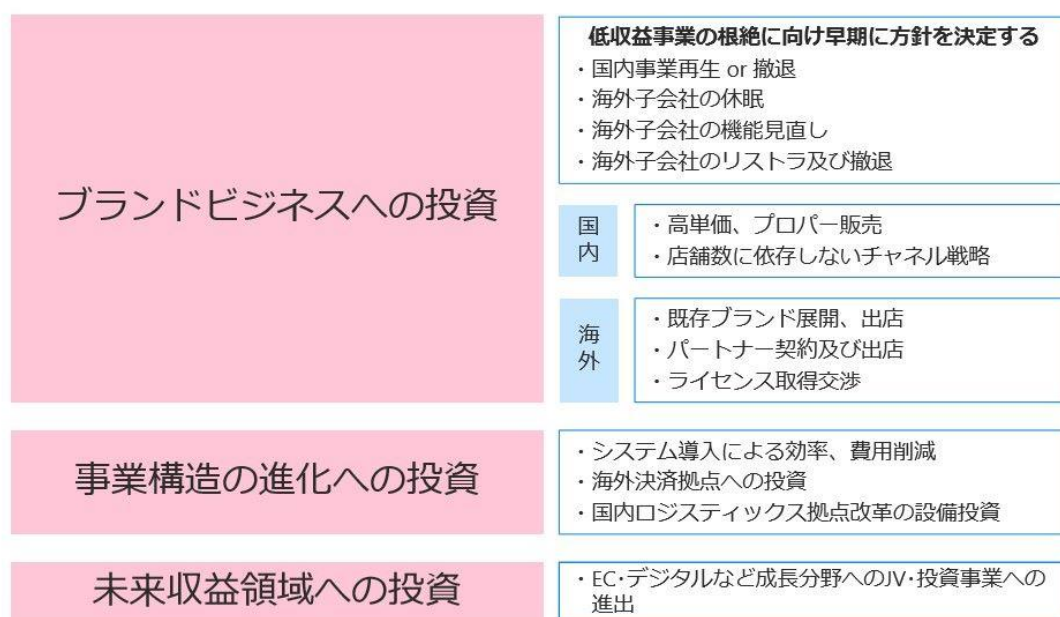
Copyright© TSI HOLDINGS CO.,LTD. All Rights Reserved.

11

足元の数字が、日々変わっていくので、また少し変更あるかもしれませんが、売上高販管費率を3年以内に50ポイント以下にしようということと、それから先ほどのサプライチェーン、物流や調達のところもグループで横串を刺すことで、調達コストを2ポイントぐらい下げるべく、これも全グループで取り込む二つの大きな課題になっております。なかなか営業活動が本格化できないので、この間に、こういった固定費を中心とした損益分岐点を下げることが徹底していこうというのが2

番目の施策です。

今期重点施策 ③将来性のある事業の厳選



12ページ目です。昨年、スピード感、危機感が甘かったことの裏返しでもあるのですが、事業に対する見立てが甘かったと理解しておりますので、これを機に、残して成長させる事業、見切っていく事業を、今までよりも厳しく振り分けていこうと思っております。

基準は、資料の通り、高単価、プロパー販売を中心とした価格競争にいかない商売、それから、店舗をたくさん出店して売上高に頼る商売ではなく、ブランドで勝負できるビジネスに特化していくこと。

新規事業に関しても、基本はデジタル化が進められて、海外でも勝負できるような事業、こういったものに絞って投資をしていこうと思っております。旧来型の非効率な、フィジカルなアパレル事業に投資を続けるということは、もうやらないと思います。そちらで十分絞った上で、デジタル化、海外展開のための投資等々はしっかりしていこうと思っております。新規事業領域については、また次で説明させていただきます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

新規事業の開発

リアル店舗の出店を抑え、高単価・プロパー販売中心で且つ、海外展開が望める新規アパレルブランドの立ち上げ



カリフォルニアにて2011年創業、2019年11月に日本1号店として渋谷パルコにオープン。

CADUNÉ Ele NATURAL BEAUTY



2020年SSに立ち上げ、2月末時点でJR名古屋高島屋、ルミネ新宿の2店舗オープン。



2020年SSに立ち上げ、JR名古屋高島屋にオープン。



1959年にクラブメーカーとして創業。2020年4月に「ザ・ハウス」にて取扱開始予定。小田急ハルクに出店も決定。

STUMBLBY™
H A V E L studio

2020年FW卸展開

13ページ目です。こちらが、今すでに発表させていただいている、新規事業です。どれも店舗数を増やすというよりは、卸やEC含めて、少ない店舗で高プロパー消化のビジネスをするというブランドでございます。基本的には、高単価なビジネスに特化しております。ボリュームを狙いにくいものではございません。

それから、先日も発表させていただいたPINGというゴルフのビジネスですが、こちらにも正式に契約をいたしました。今月、営業開始の予定でしたが、一部開店できない店舗がございまして、スロースタートになりそうです。高単価、プロパー商売、店舗数に頼らない商売、こちらが新ブランドとして我々が着手するものになります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

未来収益領域への投資

①Lyra 30 Fund LPへ出資 – 事業創出に向けた投資戦略 –

- ✓ 新規事業の拡大に向けては、「IT/デジタルを前提に最適化されたビジネスの仕組み」を持つ、新興ブランド/テック企業との取り組みが必須であり、これら企業とは出資を含む関係性構築が必須。
- ✓ グローバルのファッションテックを投資対象とし、LP出資でありながら**当社の戦略的関心事項を汲み取った出資スキーム(Key LPスキーム)**を持つファンドであるLyra 30LPへのLP出資を判断。
- ✓ ファンド出資先企業との新たな共同事業展開等、TSIとしての新たな事業価値創出に繋げて行く。

TSIは当該ファンドを通じてグローバルな有望ベンチャーを開拓し、ファッションテックビジネスをはじめ、われわれのDNAを生かした新しいビジネスの柱を創出する。



それから、14ページ目で、今後の投資について、先日発表した通り、ファッションテック特化のファンドに我々がキーインベスター、アンカーインベスターとして、VCに資本参加いたしました。こちらは、我々がデジタル化を進めていく中で、最先端の事業モデルを、国内ではなく海外から取り込んでみようという意図の下に、情報収集、それから交渉のアームとして有用であると考え、非常に実績のあるシンガポールのファッションテックファンドに、主要投資家としてコミットいたしました。

こちらに書いてございますが、Neighborhoodという、DtoC向けのブランディングをする会社に、第1号案件として投資をしております。

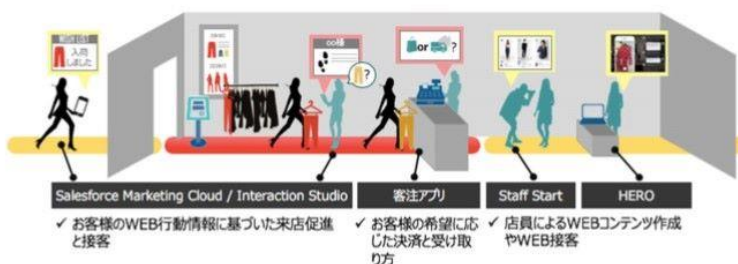
サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

未来収益領域への投資

②ユニファイド コマース - 店舗とECが一体化した接客体験の提供-

販売員が中心となって、あらゆるチャネルを通じてブランド体験価値を提供し、お客様との真のエンゲージメントを作る仕組みづくりを目指す。



【HERO】のテスト導入を開始。



顧客がECサイトから店舗スタッフをチャット呼び出す



店舗スタッフが動画、LIVEチャット等で接客

EC上でリアル店舗販売員の接客を受けることが出来るソリューション。スタッフがエンゲージメントを作り、来店予約も可能。**店舗スタッフによる新たな価値創出がテーマのツール。**

海外有名ブランドが多数導入しているが、日本においてはTSIが初導入となる。

次に、15ページ目ですけど、もう一個、我々がきちんと投資をしていこうと思っている分野です。我々の最大の強みは、一つはやはり店舗にあると思っています。店舗での接客力、販売力が我々の強みですので、今後店舗の都心化が進み、数が少ないところに集中して、且つ、自社ECを中心としたEコマースが伸びていくときに、店舗の販売員の力をデジタル上でも活用しようというのが、このユニファイドコマースの考え方です。

お客様が店舗、それからECでどんな購買行動をされているのかを把握した上で、在庫も昨今ふんだんに作ってばらまいて余らせる時代ではございませんので、自社ECの在庫と直営店舗の在庫を完全に連携させて、お客様のサイズ等々が違っていた場合には、店頭でEC在庫を取り寄せて、お客様にお届けするというようなことをできるようにします。

お店がSNS等を通じて、スタイリング等の提案ができるシステムも導入し、WEB上で、チャットや動画、映像を含めて、接客ができるHEROというイギリスの仕組みも新たに導入いたします。HEROだけでなく、空色という国内のツールも含めて導入しておりますが、ポイントは、我々の直営店およびその販売員をデジタル上でも活用するというのが、我々のこのユニファイドコマースの戦略の柱でございます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ここに関しては、ツールの導入だけでなく、販売員の教育も含めて、半分デジタル化された店舗、販売員というものに全体をアップグレードしていくというのが、ユニファイドコマース戦略でございます。

■ 今期重点施策 ④CSRの取り組み ■

環境への取り組みについて

私たちの事業活動を効率化し、環境に配慮したサプライチェーンの構築を図ることにより、地球環境への負荷低減に努めていきます。

これを具現化するために、今期は以下の3つを重点項目として掲げ、グループ全体で取組めます。

商品廃棄の撲滅

今期から商品廃棄を全廃することをグループの基本方針として定め、リユース、リサイクル等により有効活用していきます。

環境配慮型ショッパーへの移行

プラスチック・紙ショッパーの素材を全てバイオマスやFSC認証などの環境配慮型素材に切り替えていきます。(現在庫が無くなり次第順次切り替えて今年度中に全面移行します。)

プラスチックハンガーのリユース

流通プラスチックハンガーのリユース化を推進し、今年度中には約50%の削減を目指します。

次に16ページ目、CSRの取り組みです。これも昨年からずっと取り組んでいることですが、一番大きいのは、無駄に作らない、運ばないことに尽きると考えております。在庫は最小限で、プロパー販売して余らせないことをまず徹底します。それでも残ったものの廃棄は、全廃することを目標としています。

加えて、プラスチックバッグ、それから紙のショッパーも、全て環境負荷の低いものに切り替えます。今年度中に全面移行いたします。

あと、もう一つ、我々の業界特有の問題ですが、倉庫、店舗向けの、プラスチックハンガーをリユースするために、本年度中に約半分を目標として店舗向けのプラスチックハンガーをリサイクルする取り組みをいたします。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

株主還元方針

- 今期の配当は合理的な見積りが可能となった時点で速やかに公表します。
- 自己株式の取得については継続して機動的に実施します。



➤ 自己株式の処分について

年月日	株式数	内容
2018/1/31	10,000,000 株	消却による処分
2020/6/30	※8,000,000~10,000,000株	消却による処分

※現在保有する自己株式のうち 8 百万株及び現在取得取得中の自己株式の全数

最後、17 ページ、株主還元方針です。前期に関しましては、予定通りの配当をさせていただきます。ただし、今期に関しましては、配当原資が出せるかどうかも見えてない状況ですので、今期の配当に関しては未定とさせていただきます。

なお、今のところ、金融機関交渉も含めて、このまま売上が立たない状況が長期間続いたとしても、当社が継続できるような流動性の確保は今のところ手立てを講じておりますので、当面のところ、資金繰りの心配はございません。

以上です。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com