



TSI HOLDINGS

株式会社 TSI ホールディングス

2021 年 2 月期 第 1 四半期決算説明会

2020 年 7 月 3 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]	2021 年 2 月期 第 1 四半期決算説明会
[決算期]	2020 年度 第 1 四半期
[日程]	2020 年 7 月 3 日
[ページ数]	16
[時間]	10:00 – 11:10 (合計：70 分、登壇：30 分、質疑応答：40 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	64 名
[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@scriptasia.com



登壇

司会：おはようございます。きょうはお忙しい中お時間をいただき、ありがとうございます。

昨日発表させていただきました、当社の第1四半期の決算説明会をこれから始めさせていただきます。初めに、社長の上田谷からプレゼンテーションを25分ぐらいさせていただきます、その後に質疑応答という形で進めさせていただきます。

それでは、まず初めに上田谷社長の説明をお聞きください。

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

上田谷：おはようございます。不手際がありまして、10分もお待たせして、大変失礼いたしました。それでは、時間をオーバーしないようにライブで説明を始めさせていただきますと思います。

最初に、新型コロナウイルスの対応についてです。画面をご覧くださいとおりでありますが、当社は基本的に政府、自治体の要請には全て迅速に応じて、店舗を閉鎖いたしました。半分以上は従業員の

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

方々から不安の声が上がったので、それであればホールディングングとして早めに方針を出したほうが、店舗や事業会社単位でいろいろと不安を覚えずに済むだろうと。

同時に、こちらの一番下に書いてありますとおり、全従業員に対して特別休暇、いわゆる休業補償に当たるものを全額補償することを明言した上で、店舗閉鎖をいたしました。結果的には店舗が再開したときに皆さん無事、スムーズに復帰していただけたのでよかったと思っております。

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

続いて、損益の概況です。こちらはご覧のとおりですが、一番右側の売上高の前期比を見ていただきたいのですが、売上高は前期比、50.6%と、ほとんど半分になっています。

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@scriptasia.com

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 ^{※1}	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 ^{※2}	4,216	9.8	2,508	59.5	11.6	+1.8pt
合計	42,870	100.0	21,682	50.6	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

内訳を次のページでご説明します。これはチャンネル別ですが、上の段が百貨店、その次が非百貨店、弊社で言うと駅ビル、それから路面店などに当たるのですが、こちらの前期比、右から三つ目の前期比、%というところを見ていただきたいと思うのですが。百貨店、非百貨店、ほぼほぼ30%です。業界の他社さんに比べて、もしかしたら構成比がかなり低いと思われるかもしれませんが、基本的に弊社のブランド構成がかなり都心型に寄っていて、かつ緊急事態宣言の解除が一番遅かった東京の構成比が高いブランドが多かったことで売上が落ち込んだ形になっています。これは仕方がないと思っております。

その下のECです。これは上に内訳、自社サイト、その他、サードパーティーです、それからトータルのEC(E-Commerce)と書いてあるところです。EC自体は115.5%増加いたしました。順調に伸びたとも言えますが、これももっと伸びたのではないのと、随分穏やかですねと思われるかもしれませんが、こちらは自社サイト、その他で分けると、自社サイトは170.7%伸びておりまして、サードパーティーのECモール、こちらが95.0%と伸びなかったのは、去年以降自社サイトにかなり注力をしてきたことと、本期間はかなりECモールのほうがセール中心になっておりまして。当社も在庫消化のためのセールはもちろんやっているのですが、過剰な値引き、過剰なセールを特にはやらないとしておりましたので、この間はあまり伸びなかったと。

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@scriptasia.com

その代わりに、自社サイトで顧客の方にお買い物をしていただいたのが現状で、数字はモデレートに見えるかもしれませんが、われわれグループとしてはこれでよかったのではないかと考えております。結果として50.6%となりました。

元のページに戻りまして、売上はそういったことで50.6%なのですが、その下の売上総利益が36.8%と、売上以上に落ち込みました。これは中国で先に感染が起きた関係で、まず中国生産の春物の入荷が遅れて、入ってきた頃には、自粛モードになってきて、どんどん店舗を閉鎖したということがございまして、春物商品の販売期間が非常に短くなりました。

先ほどのEコマースで、無理な値引きはしなかったと言っているのと矛盾するようですが、当然弊社も在庫をそのまま置いておくわけにはいきませんし、倉庫も実際パンクしかかっておりましたので、例年であればこの時期ほとんど値引きをしないのですが、値引き販売もいたしまして、ブランドによりますが、その分粗利が売上以上に傷んだという結果です。

その下の販管費は68.3%、変動費はもちろん抑えましたが、固定費的な部分が残ってしまいますので、抑えたとはいえ68%と、売上比例という形には至りませんでした。

減少させたのは、もちろん広告宣伝費や出張費や、それから売上連動の家賃や人件費に当たるものですね。こういったものはもちろん抑えました。

それ以外に休業補償、先ほど全従業員の休業中の全額補償をしたもの、それから家賃の減免などについては、一部特別損失に回っております。

そういったことで、販管費は68%になりまして、営業利益が、大変申し訳ありません、去年19億円出ていたのですが、今期はマイナス64億円の赤字となりました。大変申し訳ありません。

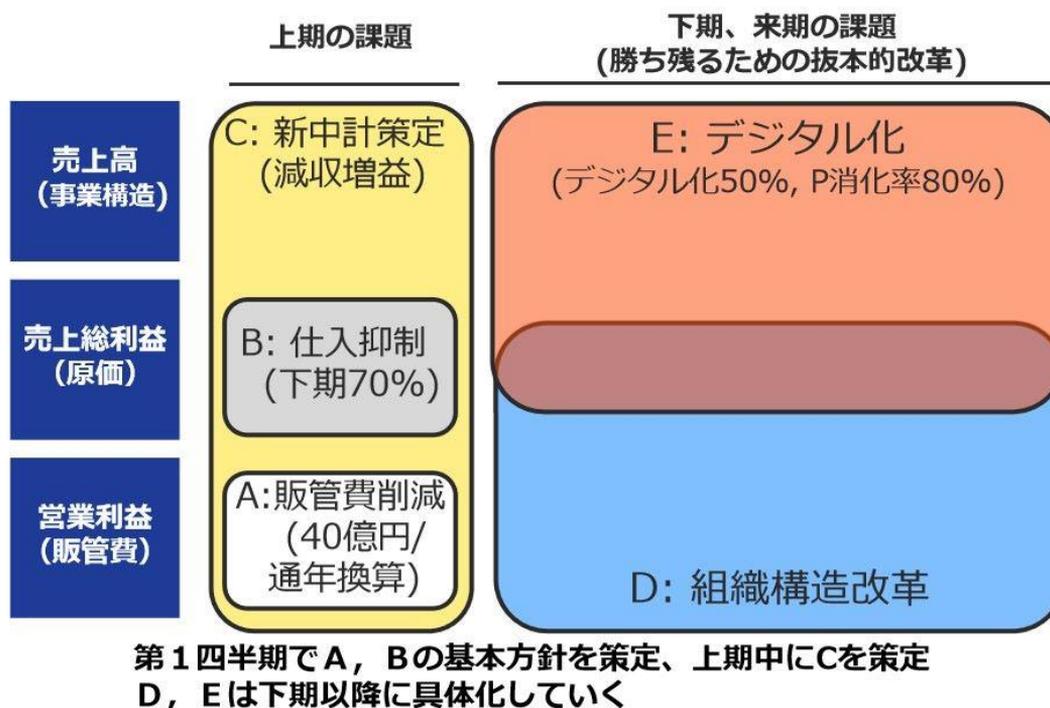
経常利益も同じような形で、ほぼマイナス61億円となりまして、先ほど申し上げた臨時休業等による特別損失等がございまして、特別損失が約33億円加わりまして、純損失がほぼ100億円という、大変巨額の赤字を出すに至りました。本当に申し訳ありませんでした。

ここまでが第1四半期の現状ですが、この間、そして今から何をやらなければいけないかということも同時にお話し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

4. 事業構造改革の優先課題



TSI HOLDINGS

Copyright © TSI HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved. 5

今やっていることをA、B、C、D、Eと五つに分けて、取り組んでいる分野を描いております。

一番上の段に当たるのが売上、真ん中が粗利、一番下が営業利益、販管費に関するところですが、左側が上期中にやってしまうもの。右側が下期、ものによっては来期も通じて、これをいい機会としてやらなければいけないことと考えています。

まずやったのは、Aの販管費削減です。コロナのショックがあって、上期はもちろん赤字になることは予定されましたし、下期も簡単には戻らないだろうということがもう春の頭の時点で想像しておりましたので、こちら、全事業会社、ホールディング、機能会社全て固定費中心に通年で40億円を削減して、損益分岐点を下げるというのをゴールデンウィーク前に取り組み、今実行しております。

上期はさすがに間に合わないものが多いですが、下期から、これが40億円丸々ではもちろんないですが、効いてくる予定です。これにまず着手しました。

それから、仕入れの抑制です。もちろん、弊社の無理なキャンセル等々、取引先にしわ寄せをするようなことは一切しておりませんので、できる範囲ではありますが、特に下期の秋冬物の仕入れ、こちらでも簡単には戻らないだろうということで、原則7掛けに抑制しました。ブランドによって間

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@scriptasia.com

に合うもの、間に合わないものがございまして、うまくキャリーオーバーというか、今季ものを来シーズンや来春に回すことで、うまく使えるブランド、使えないブランド、いろいろありますが、トータルでは7掛けに今は抑えています。

ただし、こちらのブランドによってかなり濃淡がありまして、例えばわれわれのスポーツ、ゴルフのビジネスなどは、ほぼほぼ戻りつつありますので、こういったブランドに関しては選択的に80、90、100と戻して仕入れをコントロールしております。緊急事態なので全社で仕入れをちょっと抑制して、行けそうなところだけ戻していくという、このA、Bをまず最初にやりました。

その上で、今まさに策定中なのですが、中期計画も再策定しております。もともと持っていたものは、あのままではもう成り立たないということで、大きな戦略即ち、プロパー販売、ブランド力を高める、デジタル化、海外、こういったところは変わらないのですが、大きく想定を変えているのが、売上が増収増益ではなくて、ビジネスを絞り込んで、そこに集中投資をして増益を図る減収増益型のビジネスにしようという点です。これは、無駄にものを作ったり、無駄な出店をしている環境でないということもあります。

そこで、利益はきちり出すものの、規模を追い求めないという方針に切り替えました。これを今、大急ぎで策定しております、上期中に何とか固めて発表したいと思っております。

右側のD、Eが、その中の骨子に当たる部分です。まず、デジタル化を本気で進めていこうと思っております。ちょっと近未来の話ではなくて、極めて短期間のうちにデジタル化50%、Eコマースや、ある意味オムニコマースを含めて、半分ぐらいがデジタルとリアルを行ったり来たりの上になるだろうということと。

これも、前からわれわれの最重要KPIにしていたのですが、プロパー消化率、定価販売を8割以上、要は定価で売れるものしか作らないという位の覚悟です。こういった形に、生産から販売まで全てを切り替えてしまおうという、大きなデジタル化を図るということです。

それを実現するためには間接部門も小さくしないと回らなくなります。そのため、組織構造改革をかなり大胆にやろうと思っております。これは、今の既存の組織を統合したり、グループで横串を刺した機能を別出しにしたりという、今の完全分社体制をゼロベースで見直すことももちろんですが、あとは中身です。

いろいろな会社で言われている通り、今回のテレワークによって、われわれの中の無駄な業務がかなりあぶり出されまして、管理業務、間接業務だけではなく、われわれの服をデザインしたり、パターンを作ったりする業務も含めて、これを機にデジタル化を進めてしまおうと、いわゆるDXと

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



言われているものです。デジタル化と標準化を進めて、本当にクリエイティブな作業だけに特化するという業務フローを作り、それに応じた組織に会社の再編も含めて、ゼロベースで聖域なしでやっていくことに今は取り組んでおります。

これらを踏まえたような中期計画を上期中に策定し、公表したいと思っております。じっと待っていたわけではなくて、こんなことをこの期間中にやって準備をしております。

5. 今期重点課題の進捗

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

この中で、具体的に今、既に手を打っているものをいくつかご紹介させていただきます。期の初め、コロナのショックの有無に関わらず、事業構造、先ほど言った高いプロパー消化率で、デジタル化、グローバル化の中でも生き残れる事業に厳選して、そこに投資を行っていくということと、それに伴って事業構造をもうゼロベースで見直す、この二つに近いものです。

組織の再編、収益構造の改革という上の二つのポイントは、先ほど説明したとおりです。既にプロジェクトチームを、どちらかというとも既存のわれわれ世代ではなくて、われわれの次の世代を中心にプロジェクトチームを組んで、ゼロベース設計を始めております。

一番下のポイントの、将来性のある事業の厳選で、今現在の中に既に手を打ってスタートしたものがいくつかあります。Efuego Corp社の株式取得。これは一番上の丸で書いてあるところですが、

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@scriptsasiasia.com

これは Tactics というアメリカのデジタルネイティブのスケートボード、スノーボードの E コマースの会社です。こちらを買収いたしました。

スケートボード、スノーボード、こういった周辺のコミュニティーをデジタル空間でつくって、お客様を囲い込んで、そこできっちり商売をすることに非常に長けたチームでありまして、このアメリカのロックダウン中も 200%以上の成長をしております。

この会社を買収した一番の理由は、非常に高い能力を持ったデジタルチームがおりますので、アメリカのビジネス、ひいては日本も含めたグローバル全体ですが、このチームに、まず今われわれがもう一つアメリカで大きなオペレーションを持っています HUF という、こちらのデジタル部門を、この Tactics という会社のチームに任せています。

なぞらえるのも、ちょっとおこがましいですが、Walmart が Jet.com という E コマースの会社を買収して、そちらのチームが今、Walmart のデジタルの全体の指揮を執っていて、デジタル戦略が非常に成功していると。あれに近いことを考えております。

このチームに、われわれのアメリカのデジタルマーケティング、それから、そういうデジタル化の指揮を執り始めてもらっています。ゆくゆくは、その他の国でも彼らを活用したいと思っています。これが一つ、デジタル系のところですよ。

それから、2 番目の ETRÉ TOKYO は、これは D2C のブランドです。こちらも、このブランド自体は大きな規模でやっているわけではないのですが、ほとんどフルデジタルでお客様とコミュニケーションを取って、作ったものは、ほぼ 100%売り切ってしまうという、D2C 型のブランドです。

このチームがまた非常に優秀なチームで、彼らがやっているブランドだけではなくて、われわれがこれからはこのプラットフォームをベースにして D2C 型のビジネスを拡大していこうと思っています。もう契約も済んでおり、8 月に向けて事業譲渡を受ける準備をしています。

それから、絶好調のゴルフビジネスですが、ピンという、ギアですね、アメリカのゴルフクラブブランドのアパレルを開始しました。

それから、販売員のデジタル化、オンライン上で販売員が接客をするためのツールの導入を始めました。次ページで詳しく説明します。

一番下ですが、一番歴史が長くて知名度も高い、ナチュラルビューティーという百貨店ブランドを撤退することを決めました。

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



同時に、香港の事業、こちらもコロナだけではなくて、例の中国との問題を含めまして、今のまま継続して投資を続けていくのが難しいと判断し、撤退を決めております。こういったことを一つ一つ進めております。

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



札幌バセオ店
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
ルクアアイレ店



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。

次のページで、デジタル接客のところを簡単にご説明します。メディア等でも紹介していただいておりますが、販売員がECで買いに来られたお客様に対して、チャット等を使って、これはこんな感じですよ、こういうときに使ってください、こう見えるけど実はこういう感じなんですというような、リアルなお店で会話をするようなことをデジタル上で体験できる仕組みです。

まだちょっと期間も短いので、数字の検証は今後必要ですが、これをやった結果、コンバージョンレート、購入率、見に来られて、最終的にご購入いただけるお客様が11.5%。これは今までの通常のECだと、取り方にもよりますが1%程度だったものが、いきなり10倍を超えたと。ちょっと期間が短いので、本当に10倍に行くかは別ですが、今のところ感触としてはデジタル上でもきちんと接客をすると、お客様は買っていただけるという結果が出ています。

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@scriptasia.com

それから、単価も下がらない、セットで買っていただけることがあって、しかもそれを接客のプロであるリアルな販売員がやることで、彼ら自身が、彼女たち自身が自分たちをデジタルのハイブリッドな、要はサービスパーソンになれるということです。

これは、まず Laline JAPAN という化粧品会社で導入しました。今後、これをパーリーゲイツやマーガレット・ハウエル等の他のアパレル事業に展開していきます。

これは店頭の販売員がデジタル接客をするというツールですが、これに加え、コンタクトセンター化した中で販売員、販売出身者が、専業でデジタル接客をするという、別の「ソライロ」という Web 接客ソリューションも複数ブランドが導入を始めております。

コンタクトセンターを設置するブランドは、「ソライロ」中心に導入して、今期店舗、販売のデジタル化を進めます。

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		前期比 (%)
	2020.2月期実績 (百万円)	2021.2月期計画 (百万円)	
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

次に、今期の見込みです。通期の見込みを出そうと思ったのですが、出し切れませんでした。大変申し訳ありません。今のところ、下期の仕入れを絞ったり、コストを絞ったり、なるべく柔軟にリードタイムの短い商品の手配の準備をしたり、いろいろやっているのですが、まず上期の予測を立てております。

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@scriptasia.com

ここにありますとおり、営業利益でマイナス 135 億円という大赤字、大変莫大な赤字を出す見込みを立てております。

前提はそこに書いてありますとおり、大きな新型コロナの第 2 波は想定していません。元には戻らないと思っておりますが、完全なロックダウンに近いものが起こるようなことは、今は想定しておりません。

その前提で、今の足元も含めて、大体 8 割から 9 割ぐらいの売上に戻っていただろうと。上期の間は、店舗を開けた後、という想定で組んでおります。

それと、もう一つは、ここで大きく利益がへこんでいるところは、第 1 四半期の粗利のところもそうでしたが、当社のブランド、特に顧客化が高くてブランド力が強いところで、お客様がきっちり継続して買い上げていただけるブランドに関しては、きちんと店頭に出せなかった春物の商品を無理して値引きしてたたき売るのではなくて、例えば秋にも売れるものは秋に回す。それから、来春に回せるものは来春に回すことによりきっちり売る予定です。これらの商品は今期で評価減をした上で、翌シーズン、来期に持ち越すこととなります。

粗利が第 1 四半期でへこんだ理由にもなりますが、上期を通じて、売り切れなかった春物に関して、持ち越すものに関しては、いったん評価減をするということで、粗利がかなり傷んでいる構造になっています。これは先送りしないという意味でもありますので、莫大な金額ですが、それを織り込んで上期の計画を出させていただきました。

加えて、今期の配当、自己株式取得は、今後は見送る方針にさせていただいております。グローバルにも、こういったものに対して見送る指針がいろいろな機関から出ておりますが、当社もこれだけ莫大な赤字を上期だけでも出している中で、見送らせていただきたいと思っております。

資金のほうは、今の見込みより大幅に悪化したとしても、十分な資金を確保しております。通常枠に加えて 300 億円の借入枠を確保しておりますので、売上がほぼ立たない期間がまた訪れたとしても、持ちこたえられるような資金を確保しておりますので、そこはご心配いただくことなく大丈夫かと思っております。油断はしてはいけませんが。

それよりも、この間に、先ほど申し上げた、われわれの事業構造をデジタル型に大きく変えることに注力していきたいと思っております。上期の見込みに関しては、以上でございます。

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@scriptasia.com



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。

最後に、CSRの取り組みについて簡単にお話しします。もちろん無駄に作らないとか、環境負荷の低い素材に切り替えていくことは、従前申し上げているとおり粛々とやっておりますが、今期、特にこういった観点でやったことをいくつかご紹介させていただきます。

一つは、医療用の使い捨てのガウンです。われわれの米沢・宮崎工場および、普段から一緒にやっております周辺の協力工場にも声を掛けて、10月までに約200万枚の医療用ガウンの生産をする予定でございます。

こちらは、工場の従業員も、世の中に、社会に貢献できるということで、非常にモチベーション高くやっております、生産性もものすごい勢いで上がっています。

当社はこの件は早い段階で経産省、厚労省から直接受注をいただき、これは特殊な素材を使っているのですが、普段から取引のある素材メーカーさんからこのTSIソーイングという工場運営会社が直接仕入れて、直接政府に納入するという形を取っております。間にいろいろな業者さんが介在しないので、価格も安く、スピーディーに納入できたと自負しております。これは要望がある限り継続していきたいと思っております。

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

それと、その右側です。ジャパンハートさんという NPO 法人を通じて、医療従事者の方へわれわれのお洋服を提供させていただきました。医療用のガウンやユニフォームが必要なのは当然ですが、感染リスクの高いところで働いている方はガウンの下に着るものも全部、毎日取り換えなければいけないということを伺い、これは大変だと思いました。せっかくなので好きなブランドの好きな服を気持ち良く着ていただきたいということでお届けして、非常に喜んでいただいています。こういった活動は今後も続けていきたいと思っています。

それから、左下はマスクです。布製のマスクを社員、それから取引先、それから工場の地域の方に、物流センターなども含めて生産して配布しております。

それから、先ほどの Laline JAPAN では医療従事者の方にハンドクリームを提供して、できることをいろいろとやっている次第でございます。

説明は以上です。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[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

