



TSI HOLDINGS

株式会社 TSI ホールディングス

2021 年 2 月期 第 2 四半期決算

2020 年 10 月 5 日

イベント概要

[企業名]	株式会社 TSI ホールディングス		
[企業 ID]	3608		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2021 年 2 月期 第 2 四半期決算		
[決算期]	2020 年度 第 2 四半期		
[日程]	2020 年 10 月 5 日		
[ページ数]	15		
[時間]	10:00 – 11:07 (合計：67 分、登壇：23 分、質疑応答：44 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[出席人数]	65 名		
[登壇者]	4 名		
	代表取締役社長	上田谷 真一	(以下、上田谷)
	取締役	大石 正昭	(以下、大石)
	執行役員 財務経理部長	内藤 満	(以下、内藤)
	広報室長	山田 耕平	(以下、山田)

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

山田：おはようございます。今日は朝早い時間からお時間をいただき、ありがとうございます。
先週の金曜日に発表させていただきました、第2四半期の決算について、説明会をウェビナーの形式でさせていただきますと思います。

初めに、概況について上田谷が収録したビデオがございますので、そちらを最初にご覧になっていただき、終わり次第、質疑応答のほうに切り替えて、こちらのほうはライブで開催させていただきたいと思います。

パワーポイント等に関しては逐次、このまま見られるようにはしていますが、当社のホームページのほうからもパワーポイントがダウンロードできますので、ご入り用の方はそこからご覧いただければと思います。

それでは早速ですが、上田谷による決算説明会のレビューを始めさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

TSI HOLDINGS

1. 損益の概況

	2020.2期 第2四半期		2021.2期 第2四半期					
	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 (%)	開示予想差 (百万円)	開示予想比 (%)
売上高	81,847	100.0	56,270	100.0	▲25,576	68.8	▲229	99.6
売上総利益	43,908	53.6	24,169	43.0	▲19,739	55.0	-	-
販管費	44,072	53.8	34,639	61.6	▲9,433	78.6	-	-
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	41,426	50.6	32,507	57.8	▲8,919	78.5	-	-
のれん償却費	581	0.7	389	0.7	▲192	66.9	-	-
減価償却費	2,065	2.5	1,742	3.1	▲322	84.4	-	-
営業利益	▲164	-0.2	▲10,469	-18.6	▲10,305	-	3,031	-
経常利益	769	0.9	▲9,642	-17.1	▲10,412	-	3,057	-
特別利益	1,894	2.3	418	0.7	▲1,475	22.1	-	-
特別損失	372	0.5	4,014	7.1	3,641	1076.2	-	-
税金等調整前四半期純利益	2,290	2.8	▲13,237	-23.5	▲15,528	-	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,053	1.3	▲14,434	-25.7	▲15,487	-	1,766	-
EBITDA ※	2,482	3.0	▲8,337	-14.8	▲10,820	-	-	-

※ EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

売上高・・・6月以降、既存店舗は復旧したものの、営業時間短縮、外出自粛の影響を受け好立地の店舗が厳しかった。
EC売上高は前年比118.1%と引き続き堅調。

売上総利益・・・値引率の悪化(▲6pt)、在庫評価損(▲2pt)、値引商品の増加等(▲2.6pt)により売上総利益率悪化。

販管費・・・変動費の減少に加え、固定費の圧縮に努めた。

特別損失・・・減損損失1,404百万円、臨時休業等による損失2,414百万円等を計上。

3

上田谷：おはようございます。今日はお時間いただきましてありがとうございます。TSIホールディングスの上期の決算説明会を始め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

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

それでは、損益概況から説明させていただきます。3 ページをご覧ください。

売上高は約 563 億円、前期比で見ますと約 69%になりました。こちらは店舗が閉鎖した期間があったことに加えて、その後も非常に厳しい売上の状況が続いたことが原因です。もちろん EC は上期通じて 118.1%と堅調に伸びたのですが、当然リアル店の落ち込みをカバーするには至りませんでした。

粗利率なのですが、前期の 53.6%から 10.6 ポイントほど落ちて、43.0%になってしまいました。こちらにつきましては、春物の在庫処分を優先したために値引き率が悪化したこと、それから当社厳格に在庫評価損を計上しておりますので、来期に持ち越すものも含めて評価減を行ったこと、等々で 10.6 ポイント落ちてしまいました。

販管費のほうはもちろん抑制に努めたのですが、売上比例ほどは抑制することができず、前期比でいうと 78.6%となり、結果として営業利益がマイナス約 105 億円、結果としての四半期純利益がマイナス約 144 億円ということになってしまいました。

TSI HOLDINGS

2. 販路別売上

	2020.2期 第2四半期		2021.2期 第2四半期			
	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	10,841	13.2	5,107	47.1	9.1	▲4.1pt
非百貨店 ^{※1}	41,968	51.3	22,768	54.3	40.5	▲10.8pt
自社サイト	5,175	6.3	8,989	173.7	16.0	+9.7pt
その他	11,265	13.8	10,434	92.6	18.5	+4.7pt
EC(E-Commerce)	16,441	20.1	19,424	118.1	34.5	+14.4pt
海外	3,527	4.3	2,752	78.0	4.9	+0.6pt
その他 ^{※2}	9,068	11.1	6,218	68.6	11.1	-
合計	81,847	100.0	56,270	68.8	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

4

続いて 4 ページの販路別売上高をご覧ください。傾向値としては変わっておりません。

EC が順調に伸びて、今回はリアル店が閉まっていた期間がございますので、構成比でいきますと 34.5%まで伸びたということがございます。

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

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

3. ブランドの概況

	2020.2期 第2四半期			2021.2期 第2四半期			前週比	
	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	12,130	14.8	45.1	8,004	14.2	36.1	66.0	▲9.0pt
2. NATURAL BEAUTY BASIC	7,868	9.6	59.0	5,066	9.0	43.1	64.4	▲15.9pt
3. PEARLY GATES	6,270	7.7	51.2	4,439	7.9	50.3	70.8	▲0.9pt
4. MARGARET HOWELL	6,887	8.4	57.5	3,509	6.2	43.4	51.0	▲14.1pt
5. AVIREX	3,764	4.6	61.4	2,359	4.2	55.4	62.7	▲6.0pt
6. STUSSY	2,520	3.1	70.7	2,049	3.6	62.9	81.3	▲7.8pt
7. UNDEFEATED	2,305	2.8	44.6	1,887	3.4	40.6	81.9	▲4.0pt
8. ROSE BUD	3,108	3.8	49.5	1,839	3.3	34.5	59.2	▲15.0pt
9. HUF	2,022	2.5	51.4	1,778	3.2	45.6	87.9	▲5.8pt
10. PROPORTION BODY DRESSING	1,763	2.2	53.2	1,453	2.6	51.6	82.4	▲1.6pt
TOP10 計	48,641	59.4	53.3	32,388	57.6	44.5	66.6	▲8.8pt
その他 計	32,873	40.2	54.6	23,861	42.4	40.9	72.6	▲13.7pt
継続ブランド 計	81,514	99.6	53.8	56,249	100.0	42.9	69.0	▲10.9pt
廃止ブランド 等	333	0.4	13.7	21	0.0	69.7	6.3	+55.9pt
合計	81,847	100.0	53.6	56,270	100.0	43.0	68.8	▲10.6pt

5

続いてブランド別の概況をご説明します。5 ページをご覧ください。

先ほど申し上げたとおり、当社全体では売上でいうと 69%、前期比で。粗利が 10.6 ポイント落ちたのが平均値なのですが、それと比較していくつかのブランドをご説明させていただきます。

売上高前期比で 7 割、8 割を超えているところは相対的に調子が良かったということなのですが、実は一番良かったのが PEARLY GATES です。売上高は 70.8%となっておりませんが、店舗が復活した途端に顧客が戻って、その後ほぼ計画、前期の 100%を超える売上が続いております。しかもプロパー品、新作が定価で売っておりますので、粗利の傷みもほぼない、ゴルフという特性はあるものの、こちらのブランドに付いていたお客様がしっかり戻ってきてくれたことで、今完全に復活しているブランドです。

そのほか STUSSY や UNDEFEATED といったストリート系のブランド、こちらも相対的には強くて。インバウンドが減ったにもかかわらず、売上が前年比で 8 掛けを超えている状態です。粗利の傷みも最小限で済んでおります。

加えて 10 番目の PROPORTION BODY DRESSING、こちら昨年まで非常に苦戦していたブランドだったのですが、ロイヤルカスタマーに回帰するという商品の軸に戻して、コスト構造を変えたことが功を奏しまして、売上も約 82%、粗利の傷みもほぼ 1%強ということで、これは順調に復活した事例かと思っております。現在も同じような傾向で進んでおります。

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@scriptsasia.com

一方でこの数字だけを見ると非常に売上高が低かったり、粗利の傷みが激しかったりするブランドがございます。ただ、こちらに関しては要因が2種類ありまして。

このトップ10 でいいますと2番目の NATURAL BEAUTY BASIC、それから8番目の ROSE BUD、こちらは二つとも似た傾向がございます。

まず非常にトレンド性を重視したブランドであるので、今期の春夏商品を秋冬や来期に持ち越さずに処分して、フレッシュな商品を次のシーズンで出したほうがいいだろうという判断の下に、在庫の消化を優先させました。その結果、この二つのブランドは粗利率の悪化が15.9、15.0 と、15%以上の粗利の悪化をさせる結果となってしまいました。

ただし申し上げたとおり、これは来期以降に負の遺産を持ち越さないことで、在庫はきれいな状態になっております。

売上高不振の中で、特に ROSE BUD の落ち込みが59.2%と激しいのは、これは立地特性によるものです。こちらは非常に首都圏を中心とした都市型の立地をしておりまして、ご承知のとおり郊外、地方に比べて東京都心が弱い中での影響を受けた結果でございます。

ただ、こちらブランドとしては都市型、感度をねらったブランドですので、なんとかコストを抑えてこの方針でやっていくつもりです。

もう一方で見た目の売上、粗利の落ち込みが大きいブランドといたしまして、4番目の MARGARET HOWELL があります。

売上が51%、粗利の落ち込みが14.1ポイントと非常に大きく見えるのですが、こちらは先ほどの NATURAL BEAUTY BASIC や ROSE BUD と真逆でして、セールをやめたことが要因です。一切、店頭でもECでもやっておりません。この春に売れなかったものは秋に、または来春に定価のままキャリーオーバーして販売することにいたしました。

カスタマーのロイヤルティが高いブランドですので、こちらのブランドに関してはグループの戦略にのっとり、一切セールをやらないと。定価ですっと売り続けるブランドということで、お店の販売員を含めて全員で合意して、今期から一切セールをしないと。そのまま下期、来期に持ち越す戦略をとった結果です。

ただし当社はシーズン毎に厳格に評価減をしておりますので、その結果で粗利がまず傷んだこと。また売上が上がっていないように見えるのは、これはセールをやらなかったため、去年までセールをやっていた、周りがセールをやっているところでセールをしていないので、顧客向けの売上は全く落ちていないのですが、売上の高負けをしている状況です。

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



今期は数字的に厳しく見えるのですが、ブランドの中身としてはきわめて、最も健全なブランドの一つで、こちらは確信犯で商品を来期に持ち越して、定価でしっかり売っていく方針をとった結果でございます。

1. 1社統合の目的と戦略

TSI HOLDINGS

「デジタルと人の力」を融合し、経営と事業現場を限りなく近づけ、デジタル時代にふさわしいスピード感ある事業運営を実現する。

クリエイティブとロジックで独創性を生み出す
「デジタルファッションカンパニー」を創生する。

損益分岐点を下げる

経営のスピードを上げる

事業を生み出す力を上げる

マインド、文化、働き方を変革する

01. 経営と業務のDX ✓ 間接業務のデジタル化 ✓ 経営指標の可視化とKPIの実行管理	
02. 新MD戦略／新マーケティング戦略 ✓ MD戦略と仕入計画 ✓ 販売促進コンテンツ戦略 ✓ EC中核計画 / スタッフコマース ✓ New Normal ブランド戦略	03. 店舗のデジタル化と収益改善 ✓ 既存店舗収益改善 / 一等地戦略 ✓ 実店舗デジタル投資 ✓ 赤字店舗 退店戦略 ✓ 顧客のEC送客
04. デジタル/ECへの販路エクステンジ ✓ 魅力的UI投資 ✓ ユニファイドコマース ✓ 店舗に頼らない新規顧客獲得	05. グローバル戦略と人材開発 ✓ グローバル戦略 ✓ デジタルネイティブブランドの育成 ✓ D2Cコングロマリット、戦略的M&A

7

続いて、中期の戦略を説明させていただきます。7 ページをご覧ください。

先月、構造改革の発表とともに、1 社統合しますという方針を発表させていただきました。

この目的は引き続きブランドの個性を高めることは一緒なのですが、DX です。デジタル化を徹底的に進めて、こちらに書いてありますとおり、まず損益分岐点を下げる。それから今までばらばらにやっていたものを、経営のスピードを上げる。それからこれを組み合わせることで、事業を生み出す力を上げる。こういったことを目指して、1 社統合を行います。

もちろんデジタル化は前から進めていたのですが、今回をきっかけに徹底的にデジタルファッションカンパニーに生まれ変わるのが、今回の 1 社統合の大きな目的です。

具体的には、こちらに五つ大きな項目を書いてあるのですが、いわゆる業務の DX ですね。今回、人員整理も行いましたが、その背景にあるのが 1 社に統合して間接業務を全てデジタル化することが、非常に大きなポイントになります。

加えて 2 番目にありますとおり、当社はプロパーでとにかく勝負をしていくことにしておりますので、MD の考え方、組み立て方を変えていきます。

サポート

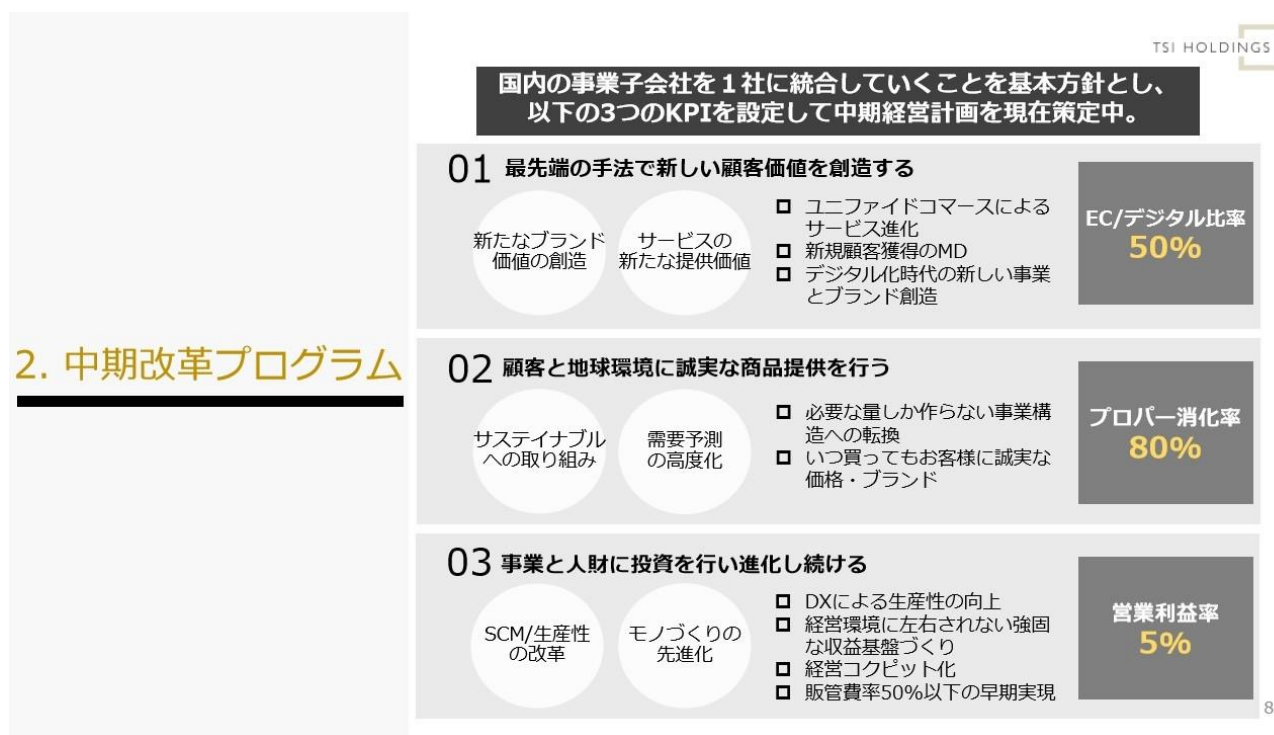
日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

そして3番目、店舗、販売員のデジタル化。これはいろいろメディア等でも発信させていただいておりますが、店舗網は縮小するのですが、残った店舗には投資をして、ユニファイドコマースを実現できる店舗に変えていきます。

4番目がずっと取り組んでおります、リアル店からデジタル、ECへの販路のエクステンジ。これはお客様も含めて切り替えていくというところです。

5番目が今回1社にまとまって共同で投資をする、人材を育成することで、グローバルに攻めていくところ。それからデジタルネイティブブランド、こちらの育成などをグループ全員でまとめていきます。

申し上げたとおり、一時的には損益分岐点が下がる。これは非常に大きな効果があるのですが、より本質的には経営のスピードを上げて、事業を生み出す力を向上させるというところが、今回の1社統合の目的です。



続いて8ページ目に、中期改革プログラム。ご覧ください。

こちら三つ、最重要KPIを設定して、それを達成する前提で今、中期の経営計画を策定しております。こちらは策定次第、きちんと公表させていただきます。

三つというのは、一つはデジタル化比率50%。二つ目がプロパー消化率80%。三つ目が営業利益率5%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

われわれ、ブランドビジネスでやっていくのは変わっていないのですが、お客様への提供の仕方は完全にデジタル化します。デジタル化比率を全体のビジネスの 50%まで持っていくのが一つ目。こちらは EC の拡大ということだけではなくて、マーケティングも含めて全てデジタル化していくところが大きなところですよ。

2 番目の大きな KPI が、プロパー消化率 80%です。以前からわれわれは大体 60%ぐらい、3 分の 2 ぐらいプロパー消化率が上がれば健全かなということを考えていたのですが、80%を目指します。要は今後、定価で最初から売り切るつもりで商売を回していくという転換です。

先ほどの MARGARET HOWELL が先陣を切っておりますが、環境の負荷を考えても無駄なものを作ることは許されない世界だと思っておりますので。バリューチェーンの頭からお尻まで、必要なものを必要なだけ売って、定価でお客様にちゃんと提供する構造にします。このプロパー消化率 80%というのが、二つ目の大きな KPI です。

三つ目の KPI が、先ほどの 1 社統合で損益分岐点を下げるというところもリンクしているのですが、今後デジタル投資、グローバル投資をしていきたいので、売上高によらず安定的に利益を出して、投資原資を生み出せる構造にしようと思っています。

生産性を上げて、固定費を下げて、営業利益率が安定して 5%以上出る会社を目指すのが、三つ目の KPI です。

デジタル化率、プロパー消化率、投資を可能とする営業利益率。これが三つの最重要 KPI として取り組んでいます。

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@scriptsasias.com

1. 通期業績予想

	上期				下期				通期			
	前期実績 (百万円)	今期実績 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	前期実績 (百万円)	今期計画 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	前期実績 (百万円)	今期計画 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	81,847	56,270	100.0	68.7	88,220	75,930	100.0	86.1	170,068	132,200	100.0	77.7
営業利益	▲164	▲10,469	-18.6	-	234	▲7,330	-9.7	-	70	▲17,800	-13.5	-
経常利益	769	▲9,642	-17.1	-	1,081	▲7,058	-9.3	-	1,851	▲16,700	-12.6	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,053	▲14,434	-25.7	-	1,127	14,484	19.1	1285.2	2,181	50	0.0	2.3

売上高・・・期初計画比で7割の仕入とすることをガイドラインとして計画

営業利益・・・構造改革費用として 約20億円を計画

特別利益・・・渋谷区土地建物の売却 約18億円等を計画

特別損失・・・希望退職 約17億円、会社減損等を計画

10

それでは3番目の、通期業績の見通しを発表させていただきます。10ページをご覧ください。

通期業績予想なのですが、上期の結果は先ほど申し上げたとおりで、下期なのですが、こちらの売上高前期比というところをご覧ください。

売上高は下期も約86%で読んでおります。こちらについてはもっと強気に読んだほうがいいのではないかと考えるのですが、当社のビジネスが都心型であること、それから実際弊社、下期の仕入れを約7掛けに絞っておりますので、下期もあまり楽観視をせず、売上が完全には戻らない前提で見通しを立てております。

粗利につきましては先ほど申し上げたとおり仕入れを絞っておりますので、上期のような100%仕入れて余ったものをさばくことはしない予定ですので、粗利はさほど傷まない想定でおります。

ただし今回、事業撤退を決めた、もしくは検討中のブランドがいくつかございまして、そちらの最後の在庫処分等で粗利が多少傷むことを想定しています。

それから下の注記にも書いてありますが、現行の事業会社は全て春の段階で経費は徹底的に絞っておりますが、撤退事業、撤退ブランドを含めて構造改革費用が発生します。これらを下期に20億円ほど計上しております。

それらを踏まえた結果として、営業利益はマイナス約73億円、結果として通期で営業利益のマイナスが178億円と見込んでおります。

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@scriptsasia.com

最終利益に関しましては資産の処分等々を含めてプラスの 5,000 万円という見通しを立てております。

通期の見込みが非常に大きな赤字を出して申し訳ございませんが、先ほど構造改革その他いろいろ申し上げているとおり、来期以降に向けて完全に会社を復活させるための、結果として今期の大きな赤字を出すことを決めたということです、その施策について説明させていただきます。

2. 今期実施施策①

TSI HOLDINGS

固定費大幅縮小と不採算事業撤退のマイナス要素は
全て今期に出し切る

人件費削減	本部人員300名削減等の実施 ※店舗撤退、事業撤退等の人員も含む来期の削減効果	▲30億円※
店舗撤退	不採算店舗 210※店舗撤退 2021年2月期 国内178店舗 海外32店舗 ※上記に加え、数店舗の撤退を検討中	▲20億円
事業撤退	3事業会社 3ブランドの撤退 上期…TSI ASIA LIMITED、チリム・ユーティ、FACT 下期…UNIT&GUEST、Laline Hawaii Corporation、ルニエル・サライ ※ 上記に加え、数社の撤退を検討中	▲40億円
オフィス 面積縮小	オフィス面積の縮小 子会社オフィス24拠点の統合プロジェクトを開始	

まず 11 ページ、代表的な施策を 2 ページにわたって説明させていただきます。

11 ページですけれども、一つは固定費を下げる。今期マイナスを増やしたとしても来期以降の損益分岐点を下げるための取り組みです。

まず発表させていただいた、本部人員 300 人削減。これに店舗撤退、事業撤退等の人員も含めて、人件費で約 30 億円、通常状態から比べると 30 億円を今期下げる予定です。

それから赤字店舗、今期で前後するかもしれませんが、約 210 店舗の撤退を見込んでおります。こちらによって約 20 億円販管費が下がる効果を見込んでおります。

それから事業撤退ですね。こちらは今、3 事業 3 ブランドの撤退を発表しておりますが、もう数社撤退を検討しております。これは確定次第、また発表させていただきますが、これらで約 40 億円販管費の削減を見込んでおります。

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

このとおり全部がそのまま反映されるかどうかは別にして、われわれとしては今期とにかく徹底的に損益分岐点を下げて、今までどおりの売上が立たなくてもちゃんとやっていける体質になりたいと思っていますので、当然、1社統合もこれらを踏まえた上で検討していることです。

単純に90億円近い固定費の削減を今期中にめどをつけてしまうというところが、大きなまず固定費、販管費系のところの今期やり切る施策の一つです。これが来期の浮上要因とお考えいただいて結構かと思います。

3. 今期実施施策②

収益基盤構築のために投資を厳選

EC機能と人材の集約	事業子会社のEC組織、機能を統合（約180名） ノウハウの横展開、運用高度化と投資最適化を図るため、9月1日からデジタルチームを一本化。
D2C事業	D2Cプラットフォームの始動 8月1日にETRE TOKYOを譲受け、グループのD2Cプラットフォームを構築する。
新規事業	5ブランドの開始 "CADUNE" "ELE STOLYOF" "quitan" "PING" "FLOML"
海外事業の再始動	米国事業のデジタル化 M&AしたTacticsチームによるHUF事業のEC、マーケティング機能の刷新。

TSI HOLDINGS

12 ページ目なのですが、われわれ固定費を圧縮して、それで投資は継続しようと思っています。先ほど販管費のところでも多少申し上げたのですが、やらなきゃいけないことは今期ちゃんと投資をしております。

ここに代表的なのをいくつか計上して、書かせていただいているのですが。まず1社統合前提で、それに先行してデジタルチームをグループで全部一本化しました。今、うちのデジタルチームは約180人のチームになっております。

こちらがいろんな最先端のツールを使って、店舗販売員のデジタル化を徹底的に進めております。先ほどのデジタル化50%というのは、このチームがしっかり何のKPIをどれだけ上げて50%まで持っていくかということを計画して取り組んでおります。

このEC機能、人材の集約、これはアパレル業界の中でもかなり強いチームだと自負しておりますが、ここに投資を行います。

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@scriptsasias.com

それからもう一つは ETRE TOKYO という会社の営業譲渡を受けたのですが、こちらを今持っているブランドだけではなくて、グループのデジタルネイティブブランド、D2C ブランドのプラットフォームとして再構築して、スタートしました。

こちらのプラットフォームに、通常の店舗を持った大型ブランドではできないようなスピード感で数ブランド、さらに立ち上げていく算段をしております。ゆくゆくはこれが、われわれの事業の中で大きなかたまりになることを計画しております。

それから新規事業。この環境下でも新規事業への投資は継続しております。

上期にアルページュが開発した、大人の女性向けブランドの CADUNE、サンエー・インターナショナルが開発した、同じく女性向けの ELE STOLYOF。それからアングローバルが始めた、quitan というブランド。それからグローヴァンドスポーツが開始しましたゴルフの PING というウェアのブランドですね。こういったものを既に開始しております。

このほかにも今いくつかのアイディアが出ておりますので、他の費用を圧縮してでも、魅力があるブランドにはきっちり投資をしていきます。

それから四つ目に挙げておりますのが海外事業、この環境下で身動きがとれなかったのですが、特に米国のチームがロックダウン中にもかかわらず、非常に目覚ましい改革を進めております。HUF を中心とした、アメリカの事業のデジタル化が進んでおります。

M&A した Tactics というスケートボード、スノーボードを中心とした EC のプラットフォーム会社なのですが、そのチームがわれわれのストリートウェアのブランドである HUF に融合して、HUF 事業の EC、デジタルマーケティングを刷新しております。

先ほど、ブランド別に見たときに HUF の売上や粗利の状況が比較的好調だったのは、ロックダウン中でもこのデジタルマーケティングと EC の売上が底支えしております。米国のビジネスは、非常にデジタル化が先行して走っている状況でございます。

こういったところには今期中、来期も含めてほかで圧縮したお金もちゃんと投資していくことを考えております。

今期から始める実施施策に関しては、要はコスト系と投資系の主だったところは、以上のところで

後半の補足資料のところはご覧いただければと思います。

私からの説明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@scriptsasias.com

[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@scriptsasia.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

