



TSI HOLDINGS

**株式会社 TSI ホールディングス**

2021 年 2 月期 通期決算説明会

2021 年 4 月 13 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 通期決算説明会                          |
| [決算期]    | 2020 年度 通期                                   |
| [日程]     | 2021 年 4 月 13 日                              |
| [ページ数]   | 11   |
| [時間]     | 10:00 – 11:00<br>(合計：60 分、登壇：32 分、質疑応答：28 分) |
| [開催場所]   | インターネット配信                                    |
| [会場面積]   |  |
| [出席人数]   | 73 人   |
| [登壇者]    | 1 名<br>代表取締役社長 下地 毅 (以下、下地)                  |

---

### 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 |

## 質疑応答

---

**司会**：それでは、ただ今より Q&A に移らせていただきます。

織研新聞の壁田様からの質問です。

2024 年までのビジョンを出されていましたが、その時点における売上高、営業利益などの数値的な目標は定めているのでしょうか、という質問です。

これに関しては、まず下地から回答させていただきたいと思います。

**下地**：下地でございます。いつもお世話になります。ビジョンに関しまして、回答させていただきたいと思います。

われわれとしましては、2024 年までに、目標として営業利益 10%を目指してまいりたいと思っております。非常に高い水準ではありますが、ここを定めることによってアクションが、今からの段階で決まっていきます。そこに向かって邁進してまいりたいと思っております。

売上高を設定していくことによって、商品の仕入を売上に合わせてしまいことがこれまで起きておりました。そこをいったん抑えて、しっかりと利益を出していく商品の仕入の仕方、コンパクトなモノの入れ方、速い販売の方法に特化してまいりたいと思っております。

もちろん、売上高に関する目標はこれから出してはいきますけれども、まずは利益の確保に目標を置いていますので、2024 年に関しましては 10%の営業利益という目標を定めていこうと、私自身考えております。

これからしっかり、そこに向かって走ってまいりたいと考えております。

**司会**：具体的な数値自体はまだ今回、出しておりませんが、このコロナ禍の環境ということもあって、あとは内部で今、具体的な売上高計画をもう 1 回立案し直したり、そういうところになっていますので、具体的な数値自体は今回発表させていただきませんが、社内的には 10%を目標にしてスタートしているところです。

**壁田**：ありがとうございます。

**司会**：では、次の質問に移らせていただきたいと思います。日経の宮嶋様からです。

---

### 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



在庫の水準は、どのくらいにするのでしょうか。目標値を教えてください、ということです。

これに関しては、下地から回答いたします。

**下地：**一昨年比より 80%以下を目標としております。前期比の約 85%よりもさらに減らしてまいります。

棚卸資産回転数を良化させていきますので、数値的な目標以上に棚卸資産の回転数にこだわって、そちらの数値改善を行ってまいります。要するに、細かく仕入れながら速く消化していく、売り切っていくという会社の基本姿勢に、在庫に関しては変えていきたいと考えております。以上です。

**司会：**宮嶋様、今の回答でよろしかったでしょうか。

**宮嶋：**大丈夫です。ありがとうございます。

**司会：**なお、当期末の期末在庫自体が前期比で 84.9%という実績になっていますので、この上期に関しても引き続き、在庫は抑制するような方針で取り組みをしていると、ご理解いただければと思います。

それでは、次の質問に移らせていただきたいと思います。WWD の本橋様です。

重点強化ブランドをはじめとした通勤着、オケーションブランド、この辺は具体的にどういうテコ入れをしていくのか、ということです。

これに関しても、下地から回答させていただきたいと思います。

**下地：**ご質問ありがとうございます。

nano・universe、NATURAL BEAUTY BASIC という重点強化ブランドに関して、やはりおっしゃるとおり、オケーションも含めた通勤着というマーケットに関しては、非常に悪い状況ではありません。

nano・universe に関しましては、従来セレクトショップとしてのかたちでございました。より面白く、楽しい商品の提案ができるブランディングとして、われわれが持っているブランドのコンテンツを利用した、プロデュースの表現方法に向けて、組み直しております。

新たなる nano・universe の世界観を今年の秋冬よりつくっていかうと考えておりますし、新たな nano・universe の色というものを打ち出していきたいと。

そのためにクリエイティブディレクターを導入して、nano・universe が今までの世界観ではない世界をつくり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



また、NATURAL BEAUTY BASIC のほうは、通勤着、オケーションだけではなくて、ヨガですとか、またリラックスウェアですとか、そういった、もっと生活感の中で、広がりのあるブランドとして見ていただけるような中身を考えております。あと、新たな機能を持った服の開発も含めて、トライしてまいりたいと考えて動いております。

あと、高収益店舗の大型化、店舗の EC シフトと出ていますが、今後店舗の標準面積、店舗数に関しては、もちろん内容にもよりますが、基本的に減らしていくことも当然、考えています。しかし、それ以前に、まず今持っている店舗、資産の中身をどう良くしていくかに向かっていきたいと思っておりますし、それぞれの店舗の中身の精査を始めております。

ですから、より同質化を抜け出して、楽しさを持てるような店づくりに変えていきたいと思っております。

**司会：**本橋様、今のご回答で大丈夫でしょうか。

**本橋：**追加ですけれども、nano・universe のクリエイティブディレクター制というのは、従来なかったもののをこれから導入するという事でよろしいのかという確認と。

二つ目で、高収益店舗、低収益店舗の精査を進めているということですが、これをもう少し具体的に、どこら辺を指すのかは教えていただけますでしょうか。

**下地：**まず nano・universe のクリエイティブディレクターは、今まで存在しておりませんでした。それぞれが、おのこのバイイングの役割として存在して、それぞれの仕事として、役割としてやってきたところがありましたので。

今回、大きく nano・universe だけではなく、nano・universe という器を使ったかたちで、グループの全ブランド、持っているコンテンツを表現していく、編集していくかたちに、nano・universe 自体は変えていきます。そのためのクリエイティブディレクターとしての存在です。

高収益店舗をどうしていくかではありますが、まず SPA 業態でございます。ゴルフのブランドですとか、AVIREX のようなミリタリーのブランド、そういった SPA 型のブランドがございます。

その商材に関して、やはり 1 個の店を運営するために、全ての商品を取りそろえながら見せていくということではなくて、より強い商品の特徴を持ったかたちに、もっとより変えていこうと思っております。そこを捕足する部分として、ほかのブランドも含めて導入し、見せていくところで、店頭楽しさ、面白さを表現してまいりたいと考えております。

---

## 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

また、デジタルによるライブ配信ですとか、昨年 HERO を導入しておりますが、売上も順調に伸びてきております。そういったところも含めて、お客様によりイベントですとかアピールができるようなかたちにさせていただきたいと考えております。以上です。

**司会：**ありがとうございます。

本橋様、よろしいでしょうか。

**本橋：**はい。どうもありがとうございます。

**司会：**ありがとうございます。

では、次の質問です。朝日新聞中島様のご質問で、今期の売上計画についてです。

一昨年比で 87%が上期、下期が 91%ということでした。この数字はどのように出されたのでしょうか、ということです。

流れとしては、もともと、もうちょっと強めに上期のほうは組んでいましたが、内部的に、コロナの影響を考えて少し下方修正しました。コロナの要因がなかなか読みづらくて、こまめに修正をせざるを得ないかなというのが実情です。

その辺に関して、もし下地のほうで補足するところがあればお願いします。

**下地：**足元の数値を掛け合わせて数値目標はつくってはおりますが、コロナの感染予測も加えております。

それと、われわれのブランド、それぞれのラインの事業長が、ここまでは自分たちとしてはやっていきたいという前向きな数字も含めて、足していった数字ではございます。

非常に高い数字と感じられているかと思いますが、われわれとしてもここをトライしていかなければ、変わっていかないのではないかという数値も加味されてはおります。そこに向けて粛々と準備を進めているかたちです。

**司会：**ありがとうございました。

中島様、今の質問の回答になっていましたでしょうか。

**中島：**はい、大丈夫です。ありがとうございました。

**司会：**ありがとうございます。

---

## 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



では、次の質問にいかせていただきたいと思います。FASHIONSAP の伊藤様です。EC からの販路シフトという質問です。

売上が伸びないブランドが終了する可能性があるかどうか、ということなので、この点については下地からまず回答させていただきたいと思います。

**下地：**回答いたします。

EC で売上が伸びないブランドは終了する可能性があるという理解でよろしいと思います。

具体的に現時点でのブランドに対しての撤退は、ブランド名はお答えできませんが、いろいろ検証しております。ただ、前期、前々期に関しての状況で、われわれは事業の売却ですとか、ブランドの撤退は行ってまいりました。当初予定していたところについては完了できたかなと考えてはおります。

ただ、これからの伸びしろとして、どう伸びていけるのか。作り手も含めて、しっかりやっていたチームとして存在しているのかも含めて、これから検討に入るというイメージでございます。以上です。

**司会：**ありがとうございました。

今の質問でよろしいですか。

**伊藤：**はい、ありがとうございました。

**司会：**では、次の質問に移らせていただきたいと思います。繊維ニュースの市川様です。

EC 化率 50%、それから消化率 80%を目指す経営方針に変更があるかどうか、という質問です。

また、現時点におけるデジタルシフトの課題ということで、最初のほうから順を追って、回答を下地にさせていただきたいと思います。

**下地：**ご質問ありがとうございます。

EC 化率と消化率というところでございますが、EC 化率は 50%に近くなるくらいに、非常に効果的に上がってきております。ここは完全に EC 化率 50%は目指してまいりたいと思っております。

それと、プロパー消化率 80%に関しましては、まだまだ大きな課題点はございます。ただし、目指すべきところではあるとは理解しております。現実的にセレクトのバイイングであるとか、SPA の商いにおいて、現状プロパーの消化率で 80%というところは、非常に困難な数字ではあります。

---

## 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@scriptasia.com



ただ、仕入のセレクト業態において、絞り込んだかたちで売り切っていく姿勢においては、より近づけていけるのではないかなという考えがございます。それと、売り方のポイントを変えていくことで、消化率をより上げていく。

それと、冒頭に申し上げました棚卸の回転率の改善は、効果的に消化率が上がっていけるのではないかとトライしておりますので、目指す目標として、これからも最大の課題としてもトライしてまいりたいと思っております。

**司会：**ありがとうございます。

市川様、今のご回答でよろしかったでしょうか。大丈夫なようです。ありがとうございます。

では、次の質問に移らせていただきます。

先ほどの米沢のリサイクル事業について、もうちょっと具体的に伺いたいということですので、補足になってしまうかもしれませんが、さっきのプレゼン以外で何か追加でしゃべれることがあれば、下地からお話をさせていただきたいと思います。

**下地：**ブランドに関しましては、いくつかの候補がございます。全社を挙げてトライしていこうと考えておりますので、リユースができる商品になりますと、基本的にはベーシックなアイテムとなりますので、今一番の候補で検証して動き出しているのは、NATURAL BEAUTY BASIC をまずはスタートとして考えて動いております。

当然、リレーション、流れがきちりできてきたところで、いろんなコンテンツのブランドも参加していくと考えております。

また、リメイク、お直しについて、環境型という付加価値として打ち出して、販売していくかというご質問に関しましては、やはり内容によってであるとは思いますが、そういったリメイクをしていますとか、お直しを行っておりますというところの表現は、させていただきたいと考えております。以上です。

**司会：**今のご回答でよろしかったですか。

**質問者：**はい、ありがとうございます。

**司会：**では、次の渡辺様の質問に移らせていただきたいと思います。粗利率の前提に関してという質問です。

---

## 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





今期の方針に従うと、2021年、直近の2月の期に比べて、粗利率が悪化するとは予想しづらいのですが、いかがでしょうか、ということです。

この点に関しては、下地からまず回答させていただきます。

**下地：**粗利率は前期47%程度ですが、やはりECが伸びてまいりますと、粗利率が悪化してまいります。いろんな施策が入って来たりしますので。ですから、そこは非常にバランスの問題があるかと思えます。

全体での実店舗での販売をしっかり抑えながら、ECを、売上を伸ばしていくところのバランスを、われわれとしては見てまいりたいと考えております。

**渡辺：**ご回答ありがとうございます。

**司会：**よろしかったですか。

**下地：**ちょっと追加でいいますと、プロパー販売は強化いたしてまいりますので、ECの成長率とプロパーの意識というところで、できるだけセールを行わないと。セールの値引き率を大きくしないところも含めて考えてまいります。

それゆえに、商品のあり方、在庫の持ち方を、ずっと申し上げておりますけれども、できるだけ少なめにして売り切っていくという考え方をっております。

**渡辺：**ありがとうございます。

**司会：**それでは、次の質問に移らせていただきたいと思います。通販新聞の神崎様の質問。

ユニファイドコマース戦略のチェックインスタンドってどういうものですか、ということです。

事務局のほうにECの担当の渡辺という者がおりますので、これに関してはワタナベから回答させていただきたいと思えます。

**渡辺：**ECの担当をしております、渡辺と申します。

チェックインスタンド自体は、入店時にスマートフォンでチェックインするための、店舗の入り口に設置する機材でございます。

こちらでお客様がチェックインをすると、店舗内の動線やEC等へのアクション、こちらに戻すとリコメンド、そういったコンテンツも発信することができるということです。

販売あるいは顧客体験をサポートするというデジタルツールであります。以上です。

---

## 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@scriptasia.com



**司会**：神崎様、よろしいですか。

**神崎**：そうすると、お客様のほうは、アプリをダウンロードしていなきゃいけないということですか。何かチェックインするための。

**渡辺**：今、このチェックインスタンドという施策自体は、アプリをダウンロードすることを前提にしております。

**神崎**：分かりました。ありがとうございます。

**司会**：ありがとうございました。

以上で、質問は全てご回答差し上げていますね。追加の質問はよろしいでしょうか。

今後、ご質問がある場合は、1to1等のミーティング等も広報のほうでお受けさせていただきたいと思えます。みんせつのほうでもスケジュールで登録ができるように今回からなっておりますので、そちらも併せてご利用いただければと思えます。

それでは、以上をもちまして決算説明会を終了させていただきたいと思えます。

本日はありがとうございました。

[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

