TSIホールディングス

ゴルフウエア初の売り上げトップ

企画個性化、セール抑制効果も

TSIホールディングスは前期（2023年2月期）、ゴルフウエア「パーリーゲイツ」の業績が170億円（前期比13・4％増）に達し、ブランド別売上高で1位となった。同社の通期業績でスポーツブランドがトップになるのは初めて。13日に行ったオンライン会見で、下地毅社長は「消費者から一定の評価があった。街着としても着用可能な企画を増やす」と説明した。

従来、キャリア向けの婦人服やセレクト業態で強みを発揮してきたが、ここ3年でゴルフウエアの売り上げが急拡大している。ゴルフウエアは計6ブランドを展開し、パーリーゲイツに続くブランドとして「ニューバランス・ゴルフ」は44億円（21・4％増）と好調、さらに「ピレン・アパレル」も好業績となった。

密を避けられるスポーツとしてゴルフ市場が活況な時期に商品の個性化を強め、セール販売を抑制するなど、顧客の信頼を獲得することに成功した。人気女子プロゴルファーの着用も好業績を後押しした。今後は、ゴルフウエアを切り口にしたアクティブウエアや街着の開発、コミュニティーの創出を図る。

ゴルフ事業の好調を受け、出店も増やす計画。下地社長は「成長分野への投資という意味でも、ゴルフ、ストリートブランドに期待している」と述べた。米国発のストリートブランド「ハフ」の売上高は98億円（46・3％増）となっている。

増収も営業利益減

23年2月期

TSIホールディングスの23年2月期連結決算は、売上高1544億円（前期比10％増）、営業利益23億2900万円（47・5％減）、経常利益38億5900万円（33・8％減）、純利益30億6300万円（199・6％増）となった。

自粛ムードの回復を見越し、大型店の開設や都心一等地への再出店などの戦略に移行。構造改革に伴う不採算店舗の撤退もほぼ完了した。成長事業への投資も奏功し、ストリートブランド「ステューシー」、英ブランド「マーガレット・ハウエル」、ミリタリーファッションを軸とする「アヴィレックス」が堅調に推移した。

本社移転に伴う減価償却費の増加とコーポレート広告が増えたことで営業利益は減少したほか、子会社株式の売却や関係会社整理損など14億2300万円の特別損失を計上した。

24年2月期は、売上高1620億円、営業利益47億円、経常利益55億円、純利益35億円を見込む。実店舗の集客が好調で、インバウンド需要の回復、ネット通販の投資効果を織り込み、営業利益は約24億円増加する見通し。

三和

23秋冬〝着る湯たんぽ〟訴求

フェムテック強化

三和（大阪市中央区）は23秋冬のインナー・肌着の販売で、アンケートで判明した消費者ニーズに沿った企画提案を強化するとともに「ネーミングにこだわった」（角井浩之取締役）商材を打ち出し販売増を目指す。

インナー・肌着の市況については、新型コロナウイルス禍が始まった2020年3月から5月にかけて「苦戦を強いられ