



TSI HOLDINGS GROUP

2022年2月期 上期 決算説明会

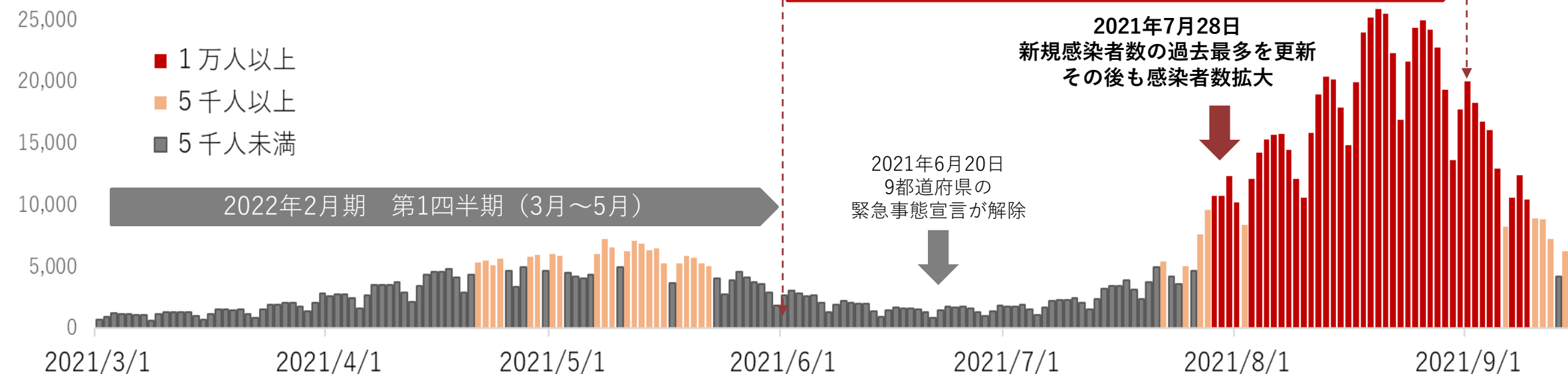
6th October, 2021

6月業績は復調傾向も、7月以降再度コロナ禍影響拡大。

休業・時短営業店舗は更に拡大し、大都市圏店舗は営業時間約1割減に。

第2四半期は、第1四半期以上にリアル店舗へ大きな影響を受け厳しい経営環境だった。

コロナの全国新規感染者数



6月20日	9都道府県について3回目の緊急事態宣言を解除し、うち、7都道府県はまん延防止等重点措置に移行
7月12日	東京都に4回目の緊急事態宣言を発令、および、沖縄県の緊急事態宣言を延長
8月2日	東京都と沖縄県の緊急事態宣言を延長、および、4府県に緊急事態宣言・5道府県にまん延防止等重点措置を発令
8月20日	7府県に緊急事態宣言を発令（13都府県に拡大）
8月27日	8道県に緊急事態宣言を発令（21都道府県に拡大）

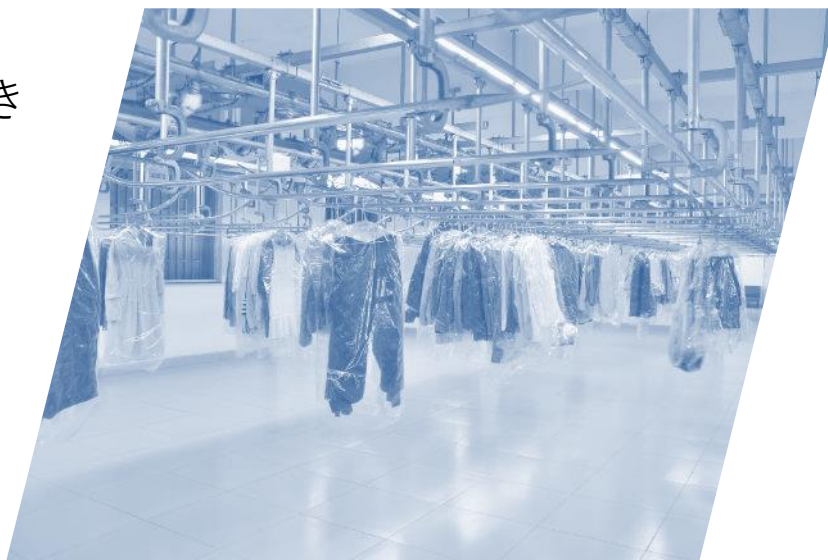
コロナが商品の売れない 言い訳にはならない

上期は非常に厳しい環境下に於いて、
経営から業務に至るまで、
これまでの「当たり前」から決別し、
徹底的にアジリティを重視した
改革を進めてきた。

結果として、一定の目指すべき
数値成果を達成する事が
出来た。



上期の 振り返り



市場に求められていない量の衣服を
環境に負荷をかけながら
大量生産し、価格を下げて売り捌く
時代は終わった。

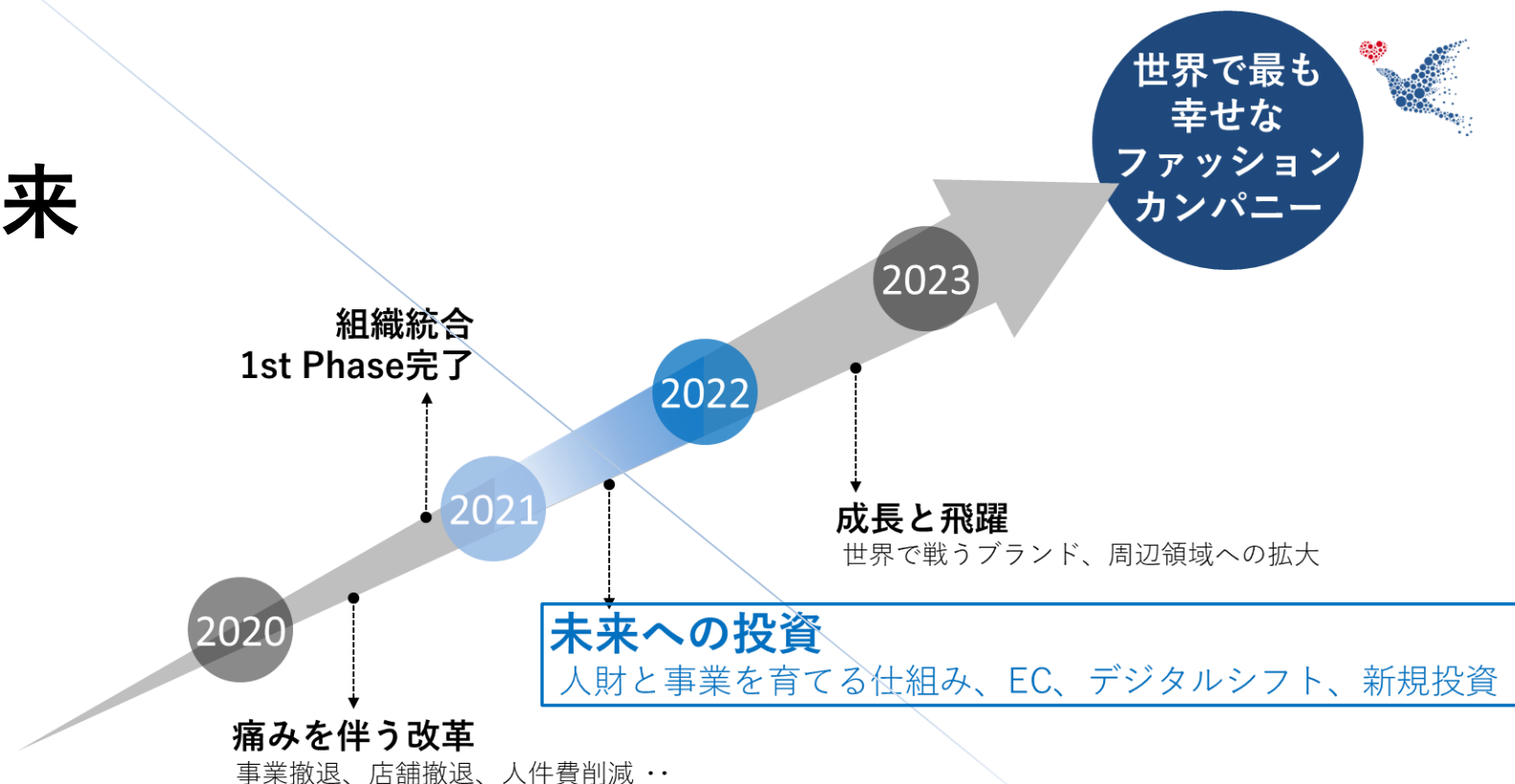
大量調達による原価調整よりも
むしろ、値引きや残在庫による
余剰を出さない高収益体質へ
今上期、我々は舵を切った。

“無理”なビジネスとの決別

私達の現在地点 私達が目指すべき未来

過去の事業モデルとの決別

我々は過去の事業へのノスタルジーを捨て新たな事業へのチャレンジをし、更なる企業価値の追求を目指して行く。



※ TIP24 (TSI Innovation Program 2024) … 2021年2月期に発動した構造改革と未来戦略の社内プログラムの呼称

既存ブランド、販路、ビジネスモデルへの固執は、
企業資産である人・物・金を非効率に寝かせ、市場競争力・成長力を失う事を意味する。

私たちが下期以降にやるべき2つのこと

1

生産性の低い非効率な事業モデルから脱却し、アパレル事業の理想を追求する

更なるOMO強化により、顧客、店舗、ECでの分断無きビジネスモデルを強化する。

短サイクル小ロット生産構造に磨きを掛け、プロパー商品の高消化システムを実現させるサプライチェーン改革を強化していく。

2

TSIグループの今後の投資は、ファッション エンターテイメントがキーワードになる

コロナ後の新しい世界の価値感の中で、更に顧客価値の高い製品、サービスを追求する。

次世代のクリエイション(プロダクト、コミュニケーション、サービス)や事業への投資に踏み出す。



PEARLY GATES

AGENDA

TSI HOLDINGS

- 1 2022年2月期 上期決算概況
- 2 上期 事業状況について
- 3 チャンネル別 事業概況について
- 4 SDGsに関する取組みについて
- 5 貸借対照表と今後の投資戦略について
- 6 通期予測について
- 7 補足資料



1

2022年2月期 上期決算概況



厳しい市況下であったが、TSIグループ全従業員が一丸となって事業に取り組んだ。
 上期は計画に対して、しっかりと成果を出す事ができた。

上期売上高

647.5億円

前期比 115.1%
 前々期比 79.1%
 前期差 +84.8億円

上期営業利益

11.3億円

計画差 +16.3億円
 前期差 +116.0億円
 前々期差 +12.9億円

上期純利益

18.9億円

前期差 +163.2億円
 前々期差 +8.4億円
 前々期比 179.5%



売上高は前年差 ▲40.5億円と大きく未達も、営業利益は値引き・在庫・経費の見直しにより、期初計画▲23億円に対し、**+11.6億円**の収益が改善した。

第2四半期 売上高

305.4億円

前期比 88.3%

前期差 -40.5億円

第2四半期 営業利益

▲11.4億円

前期差 +28.8億円

前々期差 +9.4億円

計画差 +11.6億円

第2四半期 純利益

▲5.4億円

前期差 +34.4億円

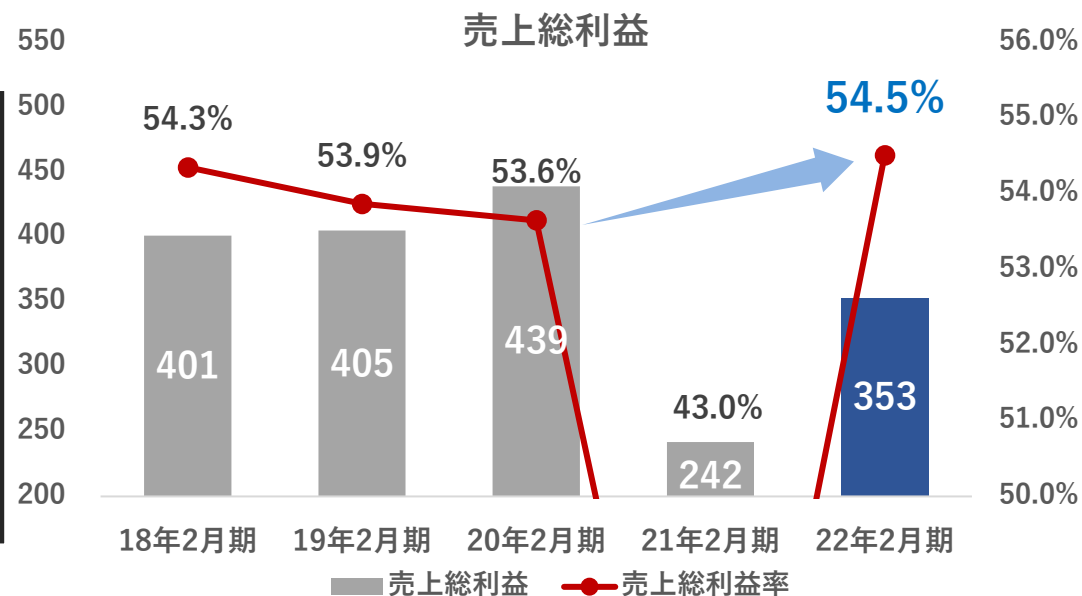
前々期差 +8.8億円

計画差 +13.5億円



上期 売上総利益
352.9億円

前期比 146.0%
前々期比 80.4%
前期差 +111.3億円



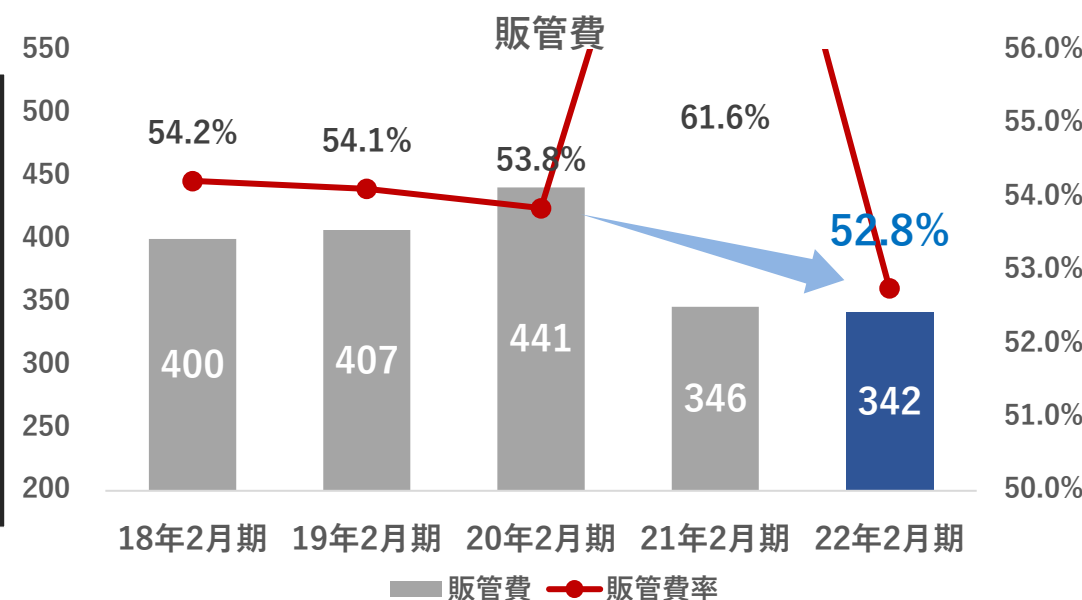
> 売上総利益

- 在庫は前期比85.4%に抑制
- 前期に販売機会を得られなかった商品のプロパーでの消化による収益改善

⇒ 前期比較 **111億円**の粗利益改善

上期 販管費
341.6億円

前期比 98.6%
前々期比 77.5%
前期差 ▲4.8億円

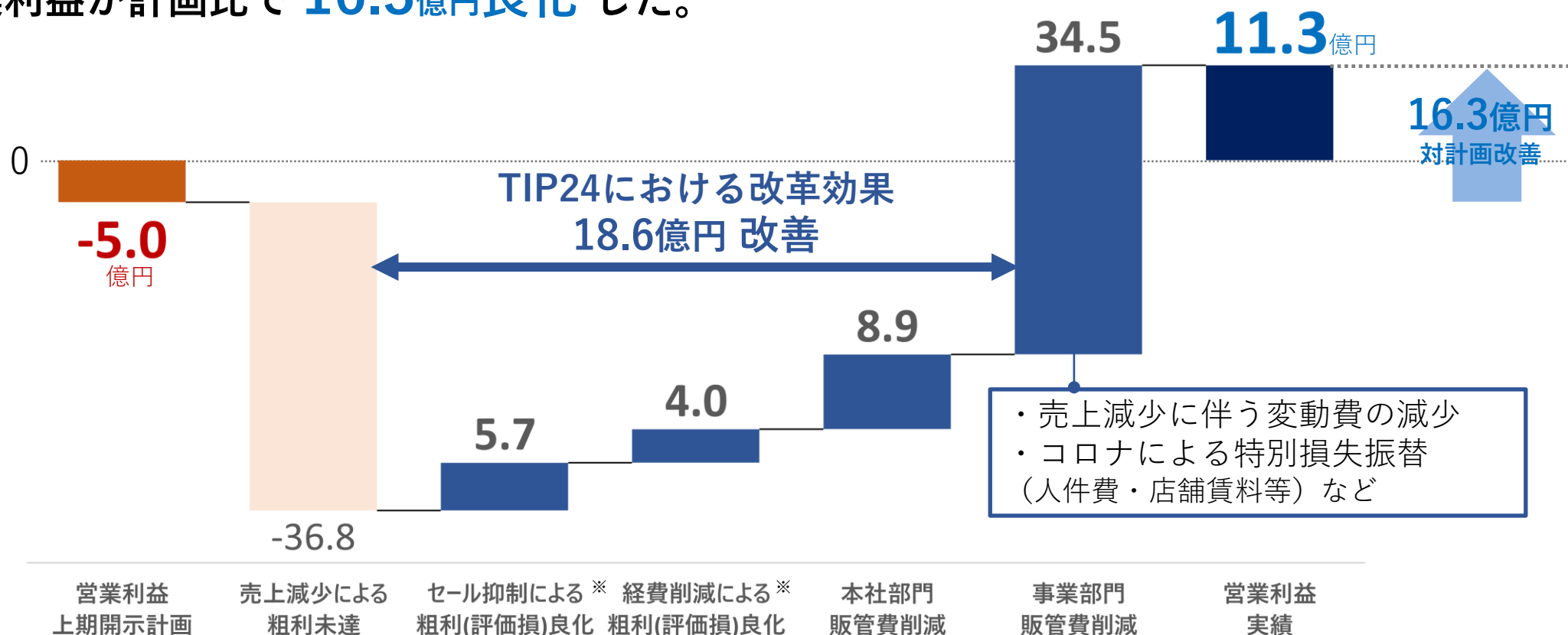


> 販管費

- 休業期間中の家賃見直し
- 働き方改革 店舗・本部の勤務体制の見直し
- 物流キャリア変更による輸送費用改善

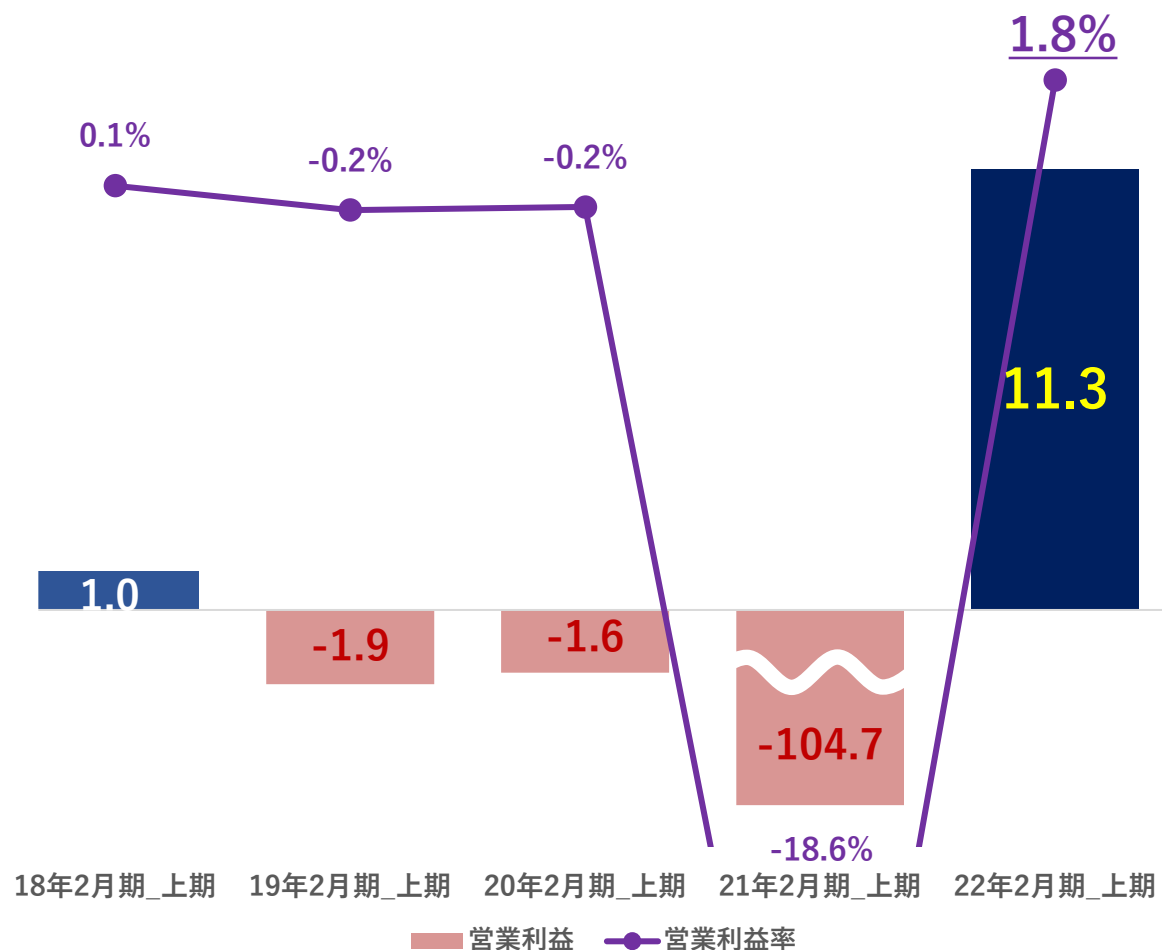
⇒ 前々期比較 **99億円**の販管費改善

2022年2月期 上期の営業利益計画▲5.0億円に対し、営業利益**11.3億円**で着地。
 コロナの感染影響が長期化する中で、売上計画比は**90.8%**と厳しい市況が続くが、
 “ゴルフ事業・ストリート事業”の大幅成長と“粗利率改善”“販管費削減”により、
 営業利益が計画比で**16.3億円良化**した。



※ 販売方針等を変更し、仕入及び販売コストを抑制するとともにプロパー消化率の向上を図った

コロナ感染影響長期化の中、上期業績として
4期ぶりの営業利益黒字を達成した。



> 営業利益について

営業利益 **11.3億円** 利益率 **1.8%**
(開示計画 ▲5億円)

EBITDA **30.6億円** EBITDA率 **4.7%**

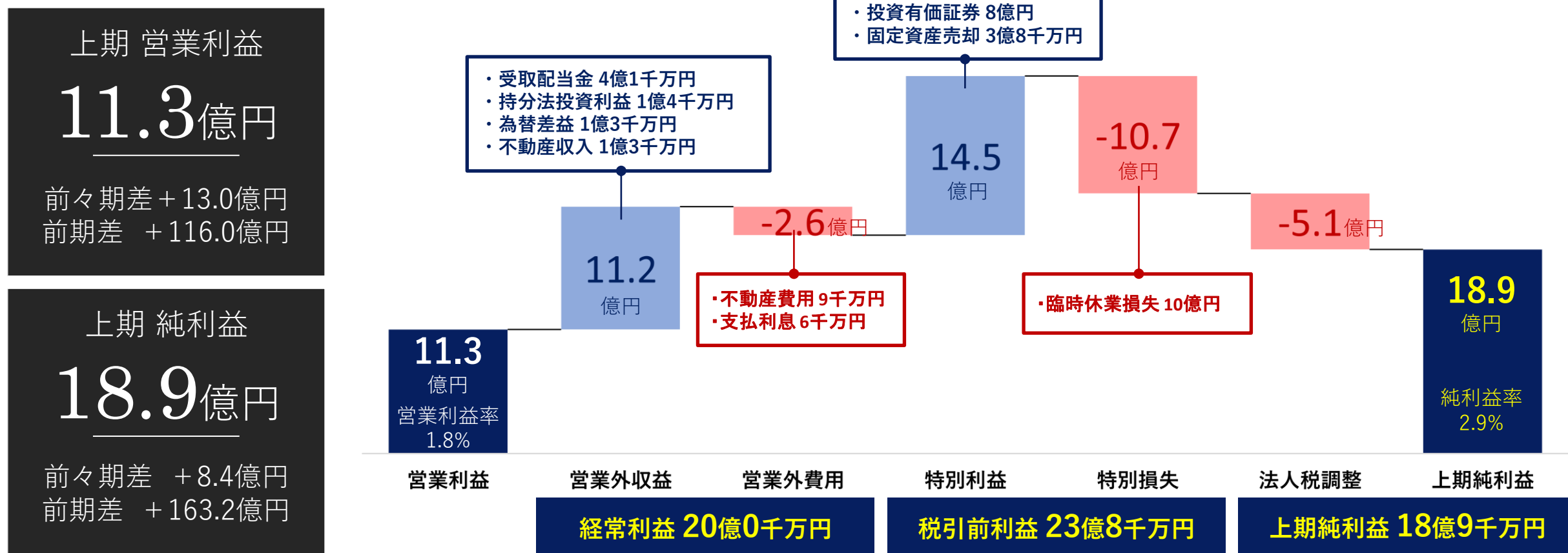
> 主要因

- ① 絶好調のゴルフ事業の収益力向上
- ② 売上成長力のあるストリート事業の活躍
- ③ M&Aにより収益改善した海外事業の貢献
- ④ 適正歩留りによる在庫消化率の向上
- ⑤ 仕入抑制、販管費削減の効果

営業外収益は、受取配当金・不動産収入等により 11.2億円。

特別利益は、有価証券売却益、固定資産売却益等により 14.5億円。

コロナ影響による臨時休業損失 ▲10億円。 上期 純利益 **18.9億円** 利益率 **2.9%**を計上





2

上期 事業状況について



JILL by JILLSTUART

➤ 国内好調事業について

- ① ゴルフ・ストリートブランドが引き続き全社収益のコアとして牽引。
- ② EC中心へ、いち早くチャネル戦略をシフトしたレディースブランド事業が収益に貢献。

好調事業群を中心に今後さらなる事業領域の拡大を目指す。

国内好調事業 業績サマリー		GOLF	STREET	WOMENS	
売上高	264.7 億円	PEARLY GATES		Arpege story	ETRÉ TOKYO
営業利益	34.3 億円	Jack Bunny!!	UNION TOKYO	Mystrada	Apuweiser-riche
利益率	13.0%		UNDEFEATED	PROPORTION BODY DRESSING	N.
		St ANDREWS SCOTLAND	HUF	PINKY&DIANNE	MARGARET HOWELL
				JILL by JILLSTUART	

➤ 国内不調事業について

リアル店売上構成が高い/オケージョン傾向が強い/セレクト比率が高い、各種要因により事業モデルの転換に苦戦している事業体が複数ある。低収益事業に関しては、マーケティング・顧客・企画・商品販促・ビジネス構造・組織体制を抜本的に見直す。撤退戦略も視野に迅速な事業改革に注力する。

オリンピックによる市場の盛り上がりに加え、独自性の強い新たなコンテンツ商材を顧客提案し、更なるファンの獲得に成功している。上期の結果としては、ゴルフ事業の全5ブランドが非コロナ禍であった一昨年売上、および、今期営業利益計画を大幅超過で達成した。



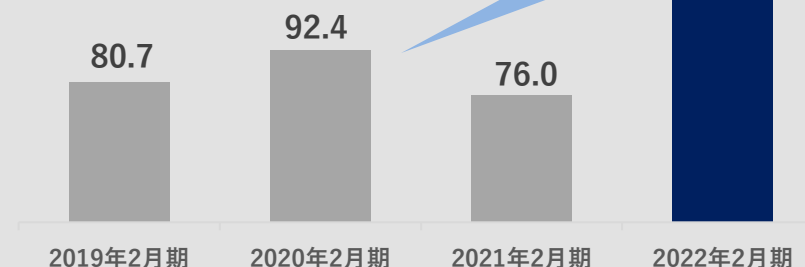
ウェア契約選手の稲見萌寧プロが、オリンピック銀メダルに続き、『日本女子ゴルフ選手権大会 コニカミノルタ杯』にてシーズン8勝目となる優勝を飾った。急増するゴルフファンを更に熱くさせてくれた。



Jack Bunny!!

「ドラえもん」コラボレーションアイテムの発売の他、ドラえもんの世界観でゴルフ場をラッピングしたゴルフコンペを開催。

ゴルフカテゴリー
上期 売上高



ストリートブームを牽引するブランド事業が大幅躍進。
当カテゴリーはTSIグループの独自性と強みとして、グローバルに投資を強化して行く。

HUF

約10年の時を経て、
「HUF」が創業の地
であるサンフランシ
スコに再び旗艦店を
出店。



UNION **UNDEFEATED**

本国で30周年を迎えた
「UNION」を筆頭にスト
リート業界内外から注目を
集める商品が各ブランド/
ショップから毎月のように
リリース。人気に拍車。

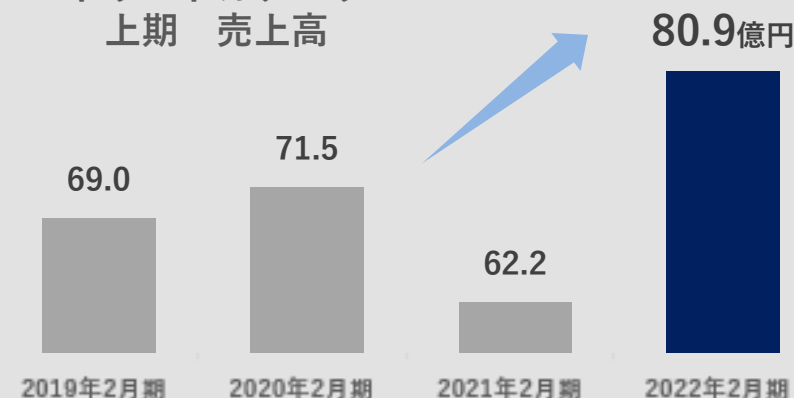


STÜSSY

「STÜSSY」は渋谷
旗艦店のオープン。
ロサンゼルスデザ
インスタジオが内装のディレクションを手掛ける
グローバルチャプターとして誕生。



ストリートカテゴリー
上期 売上高





3

チャンネル別 事業概況について



NATURAL BEAUTY BASIC

百貨店、非百貨店(FB・路面)共に構成比は縮小傾向も、両チャネルとも売上高では前期比で20%以上の大幅改善。ECチャネルは前々期比**114.3%**、前期比**101.2%**と堅調に推移。
海外事業は、前期比**134.1%** 米国TACTICSの好調を契機に、再度成長フェーズに転換。

		2020年2月期 上期実績	2021年2月期 上期実績	2022年2月期 上期実績	チャネル別成長	
					前々期比	前期比
国内小売	百貨店	108.4億円 (構成比：13.2%)	51.0億円 (構成比：9.1%)	63.1億円 (構成比：9.8%)	58.2%	123.6%
	非百貨店※1	419.6億円 (構成比：51.3%)	227.6億円 (構成比：40.5%)	273.5億円 (構成比：42.3%)	65.2%	120.2%
	EC	164.4億円 (国内小売EC化率：23.7%)	185.5億円 (国内小売EC化率：40.0%)	187.8億円 (国内小売EC化率：35.8%)	114.3%	101.2%
国内その他※2		90.6億円 (構成比：11.1%)	62.1億円 (構成比：11.1%)	74.3億円 (構成比：11.5%)	82.0%	119.6%
海外※3		35.2億円 (構成比：4.3%)	36.1億円 (構成比：6.4%)	48.5億円 (構成比：7.5%)	137.6%	134.1%

※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、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

※3 米国でECサイト「タクティクス」を中心に運営するEfuego Corp社が、2021年第2四半期から連結対象となり、海外売上高に計上しています。

EC事業は前期比**101.2%**と、EC化率の高いTSIグループとしては、売上高成長に於いて一旦の踊り場に居るが、更なる成長に向けた投資を強化して行く方針。一方、収益構造の中身としては、収益力の高い自社EC比率が**47.9%**(自社EC売上高は前年対比 **110.7%**)と順調に拡大。自社顧客の拡大は良好な状態にある。

	2020年2月期実績	2021年2月期実績	2022年2月期実績	前々期比	前期比
国内EC売上高 (EC化率) ^{※1}	164.4億円 (23.7%)	185.6億円 (40.0%)	187.8億円 (35.8%)	114.3% (+12.1pt)	101.2% (▲4.2pt)
国内自社EC売上高 (自社EC比率)	51.8億円 (31.5%)	81.2億円 (43.8%)	89.9億円 (47.9%)	173.8% (+16.4pt)	110.7% (+4.1pt)
海外EC売上高 (EC化率) ^{※2}	2.2億円 (6.3%)	15.1億円 (41.7%)	16.0億円 (33.0%)	720.9% (+26.7pt)	106.3% (▲8.7pt)
EC売上高合計 (EC化率) ^{※1}	166.6億円 (22.9%)	200.7億円 (40.1%)	203.8億円 (35.6%)	122.4% (+12.7pt)	101.6% (▲4.5pt)

※1 EC化率について、国内その他売上（卸や社販等）を除き算出

※2 米国でECサイト「タクティクス」を中心に運営するEfuego Corp社が、2021年第2四半期から連結対象となり、海外売上高に計上しています。

デジタルコミュニケーションを重視したブランドアクション ライブコマースやD2Cブランドも成果として顕在化してきた。

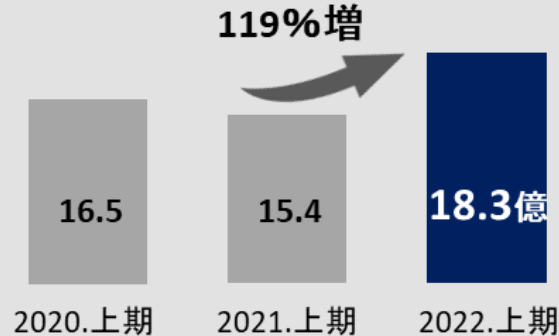
「Arpege story」 ライブコマースによる顧客接点強化

「ライブを見ながら直接買える」
LIVE SHOPPING
Apuweiser-riche



今買って、秋まで着られるアイテム
OA: 8/10(Tue) 15:45-
※キャンペーン等は終了している場合がございますのでご了承下さい。

EC全体前期比は119%
自社EC売上高は
前期比162%と大きく伸長



定期的なライブコマース配信
を実施。デジタル上での顧客
コミュニケーションを強化。

D2Cブランド「MECRE」 今秋本格デビュー

MECRE



約15万人のフォロワーを持つインフルエンサー
「MAI」がディレクションするD2Cブランドデビュー。
7月に開催したファーストコレクション受注会では予定
金額を大きく上回る結果となった。

既存事業の新たな仕掛け・新たなチャレンジ 常に新しいチャンネルに挑戦すべく、他ブランドや異業種のコラボも活性化

「and wander」次なるステージへ！
「2 MONCLER 1952」とコラボ

and wander

2 MONCLER
1952



プレミアムダウンブランドのモンクレールが展開する「モンクレール ジーニアス」の「2 MONCLER 1952 MAN」とコラボレーション。国内外から注目を集める。プロダクトを起点とした新たな顧客拡大を行う。

「nano universe」高機能Tシャツ
コンビニエンスストアで展開開始


nano
UNIVERSE



汗染み防止Tシャツ“Anti Soaked”や、ジャケット専用Tシャツ“ジャケT”など、人気Tシャツを生み出してきた「ナノ・ユニバース」が新たなチャンネルとしてコンビニでの商品展開を開始。ローソンにて先行販売。



4

SDGsに関する取組みについて



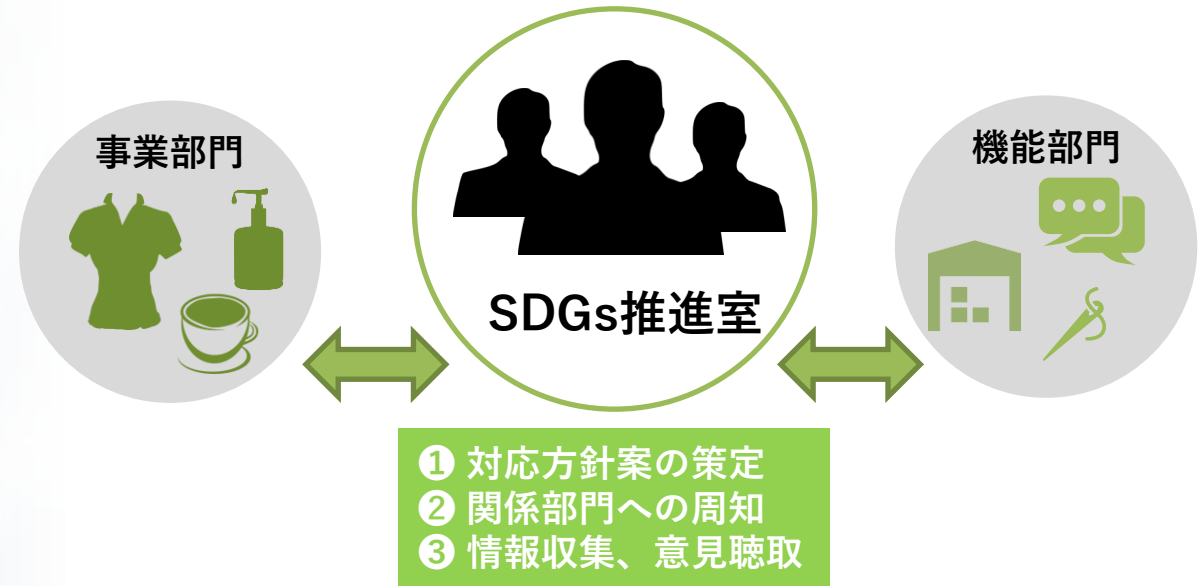


SDGs推進を加速させるため、推進室を発足

これまでもプロジェクトチームが中心となって持続可能な社会の実現に向けた取り組みを進めてきたが、より一丸となり加速度的にSDGsを推進するため、2021年9月1日 新たに専門部署を発足。

取締役会・経営会議
サステナビリティ委員会

全体方針・予算方針の策定



ブランドから広がる環境への取り組み

事業を通し環境を考えた活動の一例

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



ETRE 衣料品回収プロジェクト『BRING™』に参画



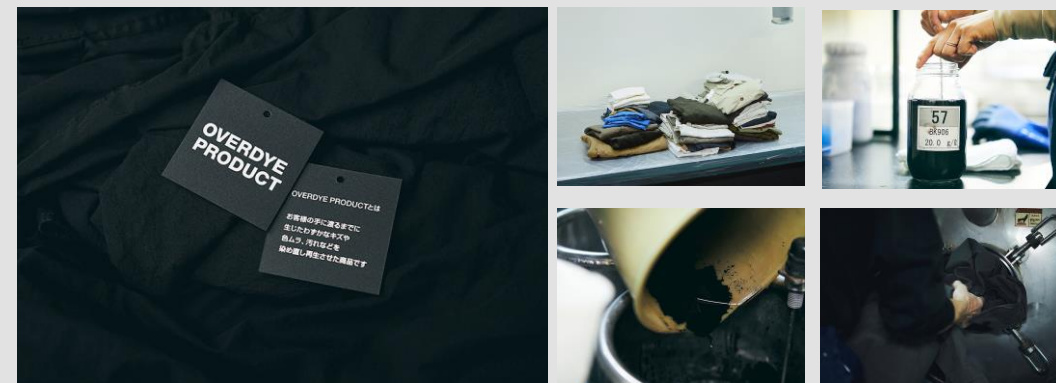
ETRÉ
TOKYO

日本環境設計が手がける不要になった衣類や繊維製品をリサイクルにつなげる衣料品回収プロジェクト『BRING™』に参画。循環型社会を共に目指していきます。

廃棄される商品を加工により再生販売

MHL,

製造の工程で出てしまう織キズや染ムラ。普段使いに支障がない物を、新たな価値を持って生まれ変わる「OVERDYE PRODUCT」として再生。
第3回目となる今回は、全国5店舗に展開を拡大。



働き方改革によって持続可能な企業成長を実現

未来の新しい価値観のもとでも優秀な人材に選ばれる会社
会社の原動力たる従業員の働きやすさを追求する

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS



・ 安心な労働環境の整備

ICheck社と資本業務提携 社員へ抗原検査KIT配布

各種検査サービスを提供するICheck社と資本業務提携
(2021年4月)を締結。

簡単に検査ができる体制構築の一環として、6月よりグループ全体を対象に費用を全額補助して抗原検査KITの配布を開始。



・ 柔軟な働き方、効率的なワーク環境の実現

働き方改革 テレワーク率50%超えを達成

従業員の多様且つ柔軟な働き方を支援するため、原則テレワーク実施を推奨し、テレワーク率は本社平均50%以上に。外部シェアオフィスのトライアル導入やテレワーク手当の支給を開始。今後も継続的に働き方改革を推進する。





5

貸借対照表と今後の投資戦略について



財務体質は健全な状態。

2023年2月期に向けた事業投資を活性化させる。

更に資金の有効活用を戦略的に強化・検討して行く。

	2021.2期 上期計		2022.2期 第1四半期計		2022.2期 上期計					
	実績 (百万円)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	前期差 (百万円)	前期比 (%)	前回差 (百万円)	前回比 (%)
流動資産	69,048	44.8%	76,430	51.5%	73,439	50.6%	4,391	106.4%	▲2,992	96.1%
うち現金及び預金	31,477	20.4%	42,817	28.9%	40,440	27.9%	8,963	128.5%	▲2,376	94.4%
うち棚卸資産	21,913	14.2%	18,793	12.7%	18,716	12.9%	▲3,197	85.4%	▲77	99.6%
固定資産	85,187	55.2%	71,899	48.5%	71,713	49.4%	▲13,474	84.2%	▲186	99.7%
うち投資有価証券	24,583	15.9%	29,440	19.8%	28,865	19.9%	4,282	117.4%	▲575	98.0%
うち投資不動産	16,516	10.7%	4,974	3.4%	4,966	3.4%	▲11,550	30.1%	▲8	99.8%
資産合計	154,235	100.0%	148,329	100.0%	145,152	100.0%	▲9,083	94.1%	▲3,177	97.9%
流動負債	50,648	32.8%	28,357	19.1%	27,195	18.7%	▲23,452	53.7%	▲1,162	95.9%
うち短期借入金	20,702	13.4%	153	0.1%	202	0.1%	▲20,500	1.0%	49	132.1%
うち1年内返済予定の長期借入金	8,854	5.7%	8,699	5.9%	7,835	5.4%	▲1,019	88.5%	▲864	90.1%
固定負債	26,909	17.4%	19,624	13.2%	18,775	12.9%	▲8,134	69.8%	▲849	95.7%
うち長期借入金	20,514	13.3%	14,390	9.7%	12,657	8.7%	▲7,857	61.7%	▲1,733	88.0%
負債合計	77,557	50.3%	47,981	32.3%	45,970	31.7%	▲31,586	59.3%	▲2,010	95.8%
純資産	76,678	49.7%	100,348	67.7%	99,181	68.3%	22,504	129.3%	▲1,167	98.8%
負債純資産合計	154,235	100.0%	148,329	100.0%	145,152	100.0%	▲9,083	94.1%	▲3,177	97.9%

> 現預金・投資有価証券

- 現預金は前期と比べ89億円の増加
前回差では主に借入金返済により
23億円減少
- 今後、現預金及び投資有価証券を活用
してDX投資、新規事業開発を強化する
(海外事業・新規ブランド開発・M&A)

> 棚卸資産

- 仕入抑制により在庫を大幅圧縮
- 在庫は前期比85.4%、31億円改善

> 自己資本比率

- 自己資本比率 68.6%

グローバル事業について <好調な米国事業の紹介>



成長しているスケート、スノーボード、ストリート事業のグローバル戦略を組織化。TSIグループの独自性を発揮するために、米国、日本、アジアでの連携を強化するために有益な投資をしていく。

(上期 売上高 13億円 営業利益 1.4億円 営業利益率 10.7%)

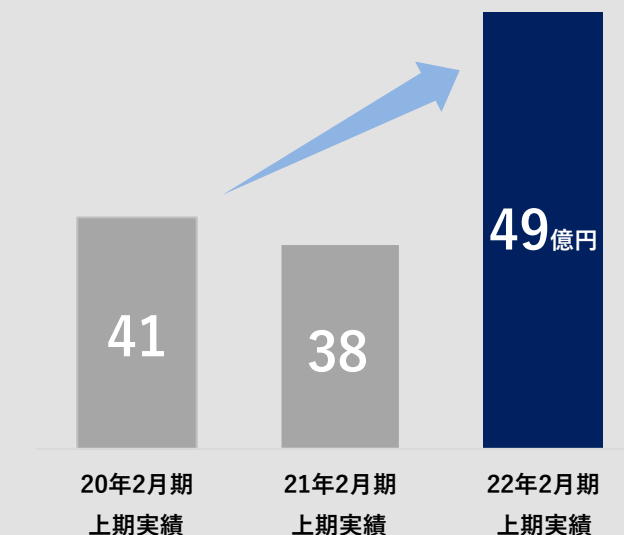


■ 2019年6月にOPENしたポートランド店

米国の2021年5月コロナ規制緩和に伴い、これまでネットで販売していた限定品を店舗で販売。店舗の前には限定品を求めた大行列となり、店舗売上増加要因にもなった。

海外事業 上期売上高

年間売上計画99億円に向けて順調に推移



サプライチェーン上流、インフラのデジタルトランスフォーメーション強化 テクノロジーを活用したビジネスモデルの革新に向けた新たな取り組みを強化。

米沢スマートファクトリー 実験開始
小ロット短サイクルの収益力改革を目指す



グループの生産を支えるTSIソーイング社では、米沢スマートファクトリーのフレキシビリティを活かしたオーダーメイドラインを新規に展開。

8月よりFABRIC TOKYO社のレディースオーダーブランドである「INCEIN」生産の受託開始し、小ロット短サイクル生産の実証実験を開始する。

経済産業省 DX認定の取得
デジタルによるブランド力、企業価値向上を目指す



グループ全体のDXとして、3D CADシステム・デジタル接客ツール等の国内外先端技術の導入や、業界をリードするEC事業への取り組みについて、経済産業省が示す認定基準を満たしていること、並びにステークホルダーへの適切な情報開示が行われていることなどから、DX認定取得に至った。

(参考)DX認定制度について
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-nintei/dx-nintei.html



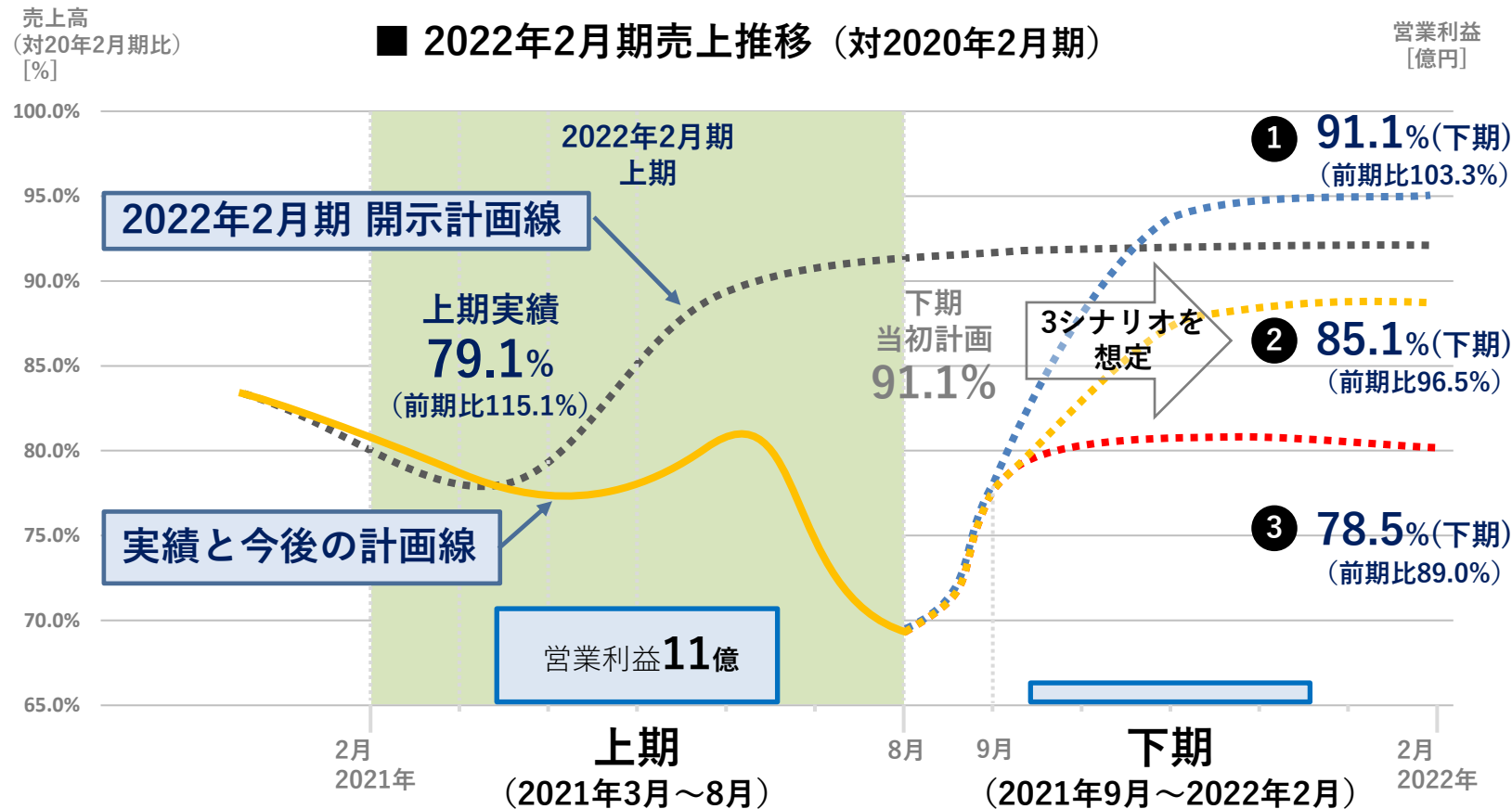
6

通期予測について



通期営業利益計画、当期純利益計画は現段階では変更しない。

上期営業利益は計画差+16.3億円と好調だったものの、
年間最大収益月の9月足元商況は予算対比で非常に厳しい。
10月以降の商況で収益改善を目指し、全社対策を講じている。



通期売上計画
(前々期比)

89.6%

通期売上見込
(前々期比)

82.2%
(前期比: 104.3%)

通期営業利益計画

11億円

当期純利益計画

16.6億円



引き続き精緻な経営コントロールによって、
事業の健全性を高めて行くとともに、

サプライチェーン改革、
デジタル店舗開発、新たなサービス、
新たなコンテンツ開発等によって、
ビジネスの先進化を実現して行く。

この市場に留まることなく、新たな事業創出に向け活動を開始する

TSI HOLDINGS GROUP



世界で最も幸せな
ファッションカンパニーを
目指します。

株主・顧客・社会、そして社員の
幸せを創造する企業になる。





7

補足資料



第2四半期概況

	2021.2期 第2四半期		2022.2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 (%)
売上高	34,588	+100.0	30,536	+100.0	▲4,052	88.3
売上総利益	15,111	+43.7	16,148	+52.9	1,037	106.9
販管費	19,134	+55.3	17,288	+56.6	▲1,846	90.3
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	17,961	+51.9	16,288	+53.3	▲1,673	90.7
のれん償却費	197	+0.6	194	+0.6	▲2	98.6
減価償却費	975	+2.8	805	+2.6	▲170	82.5
営業利益	▲4,023	▲11.6	▲1,139	▲3.7	2,884	-
経常利益	▲3,548	▲10.3	▲576	▲1.9	2,972	-
特別利益	351	+1.0	928	+3.0	577	264.2
特別損失	693	+2.0	469	+1.5	▲224	67.7
税金等調整前四半期純利益	▲3,891	▲11.2	▲117	▲0.4	3,773	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲3,979	▲11.5	▲540	▲1.8	3,438	-
EBITDA ※	▲2,850	▲8.2	▲139	▲0.5	2,711	-

※EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

上期決算概況

	2021.2期 上期計		2022.2期 上期計			
	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	56,270	+100.0	64,751	+100.0	8,480	115.1
売上総利益	24,169	+43.0	35,294	+54.5	11,125	146.0
販管費	34,639	+61.6	34,160	+52.8	▲478	98.6
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	32,507	+57.8	32,238	+49.8	▲268	99.2
のれん償却費	389	+0.7	389	+0.6	-	99.9
減価償却費	1,742	+3.1	1,532	+2.4	▲209	88.0
営業利益	▲10,469	▲18.6	1,134	+1.8	11,603	-
経常利益	▲9,642	▲17.1	2,002	+3.1	11,645	-
特別利益	418	+0.7	1,443	+2.2	1,024	344.5
特別損失	4,014	+7.1	1,067	+1.6	▲2,946	26.6
税金等調整前四半期純利益	▲13,237	▲23.5	2,378	+3.7	15,616	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲14,434	▲25.7	1,890	+2.9	16,324	-
EBITDA ※	▲8,337	▲14.8	3,056	+4.7	11,393	-

※EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

販路別の売上高

		2021.2期 上期計		2022.2期 上期計			
		実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
	百貨店	5,107	9.1	6,314	9.8	123.6	+0.7pt
	非百貨店※1	22,768	40.5	27,359	42.3	120.2	+1.8pt
	自社サイト	8,124	14.4	8,993	13.9	110.7	▲0.5pt
	その他	10,434	18.5	9,792	15.1	93.8	▲3.4pt
	EC(E-Commerce)	18,559	33.0	18,785	29.0	101.2	▲4.0pt
	その他※2	6,218	11.1	7,438	11.5	119.6	+0.4pt
	国内合計	52,653	93.6	59,898	92.5	113.8	▲1.1pt
	EC(E-Commerce)	1,508	2.7	1,603	2.5	106.3	▲0.2pt
	海外合計※3	3,617	6.4	4,852	7.5	134.1	+1.1pt
	EC(E-Commerce)	20,067	35.7	20,388	31.5	101.6	▲4.2pt
総合計		56,270	100.0	64,751	100.0	115.1	-

※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、アウトレット等

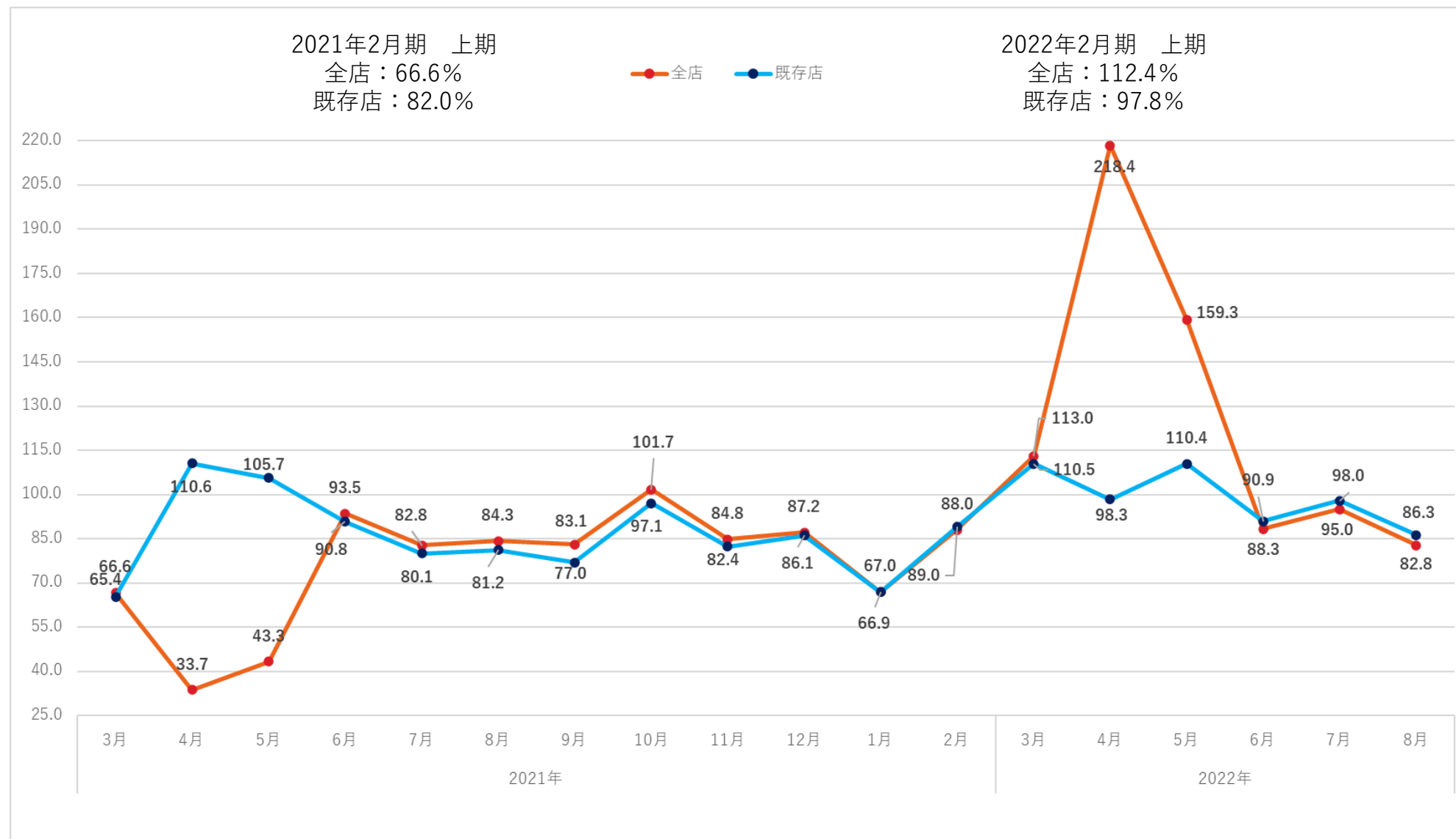
※2 その他：卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業

※3 米国でECサイト「タクティクス」を中心に運営するEfuego Corp社が、2021年第2四半期から連結対象となり、海外売上高に計上しています。

ブランド別の売上高

	2021.2期 上期計			2022.2期 上期計			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	8,004	14.2	36.1	7,598	11.7	46.2	94.9	+10.1pt
2. PEARLY GATES	5,315	9.4	47.2	7,136	11.0	63.6	134.3	+16.4pt
3. MARGARET HOWELL	3,509	6.2	43.4	5,173	8.0	66.4	147.4	+23.1pt
4. NATURAL BEAUTY BASIC	5,066	9.0	43.1	4,978	7.7	58.8	98.3	+15.6pt
5. HUF	1,778	3.2	45.6	2,749	4.2	51.2	154.6	+5.6pt
6. AVIREX	2,359	4.2	55.4	2,535	3.9	59.4	107.4	+3.9pt
7. UNDEFEATED	1,887	3.4	40.6	2,493	3.9	41.7	132.1	+1.2pt
8. STUSSY	2,049	3.6	62.9	2,076	3.2	70.1	101.3	+7.2pt
9. ROSE BUD	1,839	3.3	34.5	1,669	2.6	45.0	90.8	+10.5pt
10. new balance golf	1,069	1.9	37.1	1,646	2.5	57.8	153.9	+20.6pt
TOP10 計	32,880	58.4	43.6	38,057	58.8	56.6	115.7	+13.0pt
その他 計	21,479	38.2	42.6	26,649	41.2	51.6	124.1	+8.9pt
継続ブランド 計	54,360	96.6	43.2	64,707	99.9	54.5	119.0	+11.3pt
廃止ブランド 等	1,910	3.4	35.7	43	0.1	114.0	2.3	+78.3pt
合計	56,270	100.0	43.0	64,751	100.0	54.5	115.1	+11.6pt

国内 既存店・全店 売上高の推移



店舗数の状況

		2021.2期 第2四半期	2021.2期 期末	出店	退店	2022.2期 第2四半期	前年同期差	前期末差
ア パ レ ル	国内	983	872	+19	▲43	848	▲ 135	▲ 24
	海外	64	52	+1	▲5	48	▲ 16	▲ 4
	合計	1,047	924	+20	▲48	896	▲ 151	▲ 28
飲 食	国内	11	9	-	-	9	▲ 2	0
コ ス メ	国内	27	33	+4	▲5	32	5	▲ 1
総計		1,085	966	+24	▲53	937	▲ 148	▲ 29



TSI HOLDINGS GROUP

本資料には、当社およびそのグループ会社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。これらは、本資料の日付において当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、実際の業績等は今後の様々な要因によって大きく異なる可能性があります。