



TSI HOLDINGS GROUP

2022年2月期 第3四半期 決算説明会

17th January, 2022



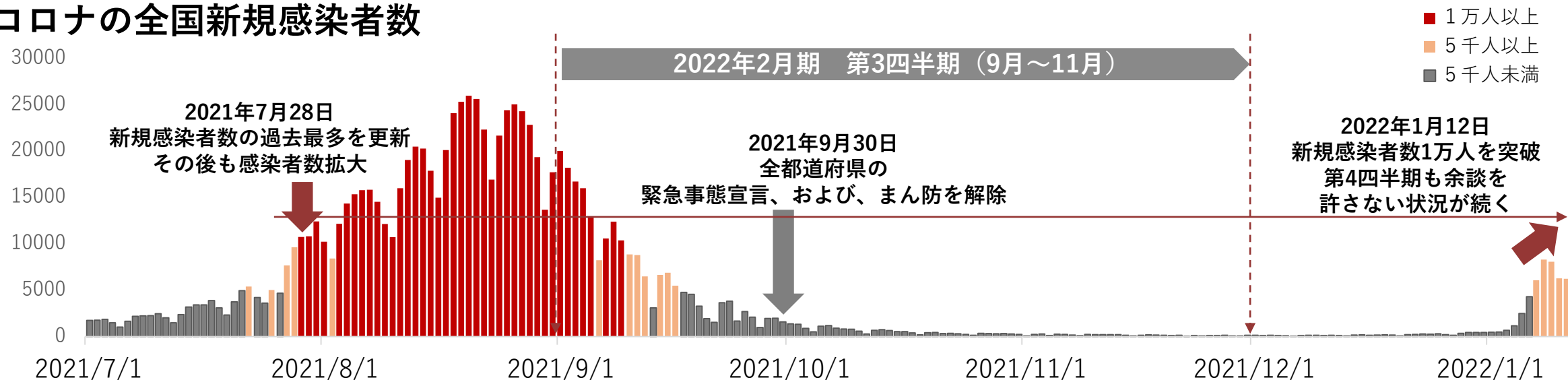
AGENDA

TSI HOLDINGS

- 1 2022年2月期 第3四半期決算概況
- 2 チャンネル別 事業概況について
- 3 第3四半期 トピックスについて
- 4 貸借対照表について
- 5 通期予測について
- 6 SDGsと中期経営計画に関する取組みについて
- 7 補足資料

第3四半期は、コロナ第5波の影響で厳しいスタートとなったが、9月後半以降の感染一時収束を受けて休業・時短営業店舗は縮小。11月には営業時間が通常期の97%まで戻ったことで、リアル店の業績は徐々に回復した。
第6波を耐え抜くために、コロナ禍中の特別経営体制は引続き維持して行く。

コロナの全国新規感染者数



9月13日 21都道府県に発令中の緊急事態宣言のうち、19都道府県を延長、2県にまん延防止等重点措置を発令

9月30日 全都道府県の緊急事態宣言、および、まん防を解除

10月4日 東京都では11ヶ月ぶりに新規感染者が100名を下回る

❖❖❖❖❖❖❖❖ 1 2022年2月期 第3四半期決算概況



売上高は、9月まで続いたコロナ第5波の影響と、戦略的に行った値引販売抑制により、▲17.8億円と前期実績を下回った。但し前期撤退事業を除いた既存事業は**101.4%**の実績。営業利益は、粗利改善・販管費削減が貢献し**+18.4億円**と大きく収益改善に至った。

第3四半期 売上高

391.6億円

前期比 95.6%

前期差 -17.8億円

第3四半期 営業利益

40.4億円

前期差 +18.4億円

前々期差 +19.4億円

第3四半期 純利益

35.7億円

前期差 +2.6億円

前々期差 -1.9億円



引き続き市場経済動向を強く意識した、事業の攻守ハンドリングに注力し、第3四半期累計では、コロナ以前の環境時より高い利益を残した。
オミクロン株の感染拡大状況を睨みながら、事業運営、未来投資に対してブレーキとアクセルを意識した経営に努める。

第3四半期累計 売上高

1,039.1億円

前期比 106.9%
前々期比 82.6%

第3四半期累計 営業利益

51.8億円

前期差 +134.5億円
前々期差 +32.4億円
前々期比 267.0%

第3四半期累計 純利益

54.6億円

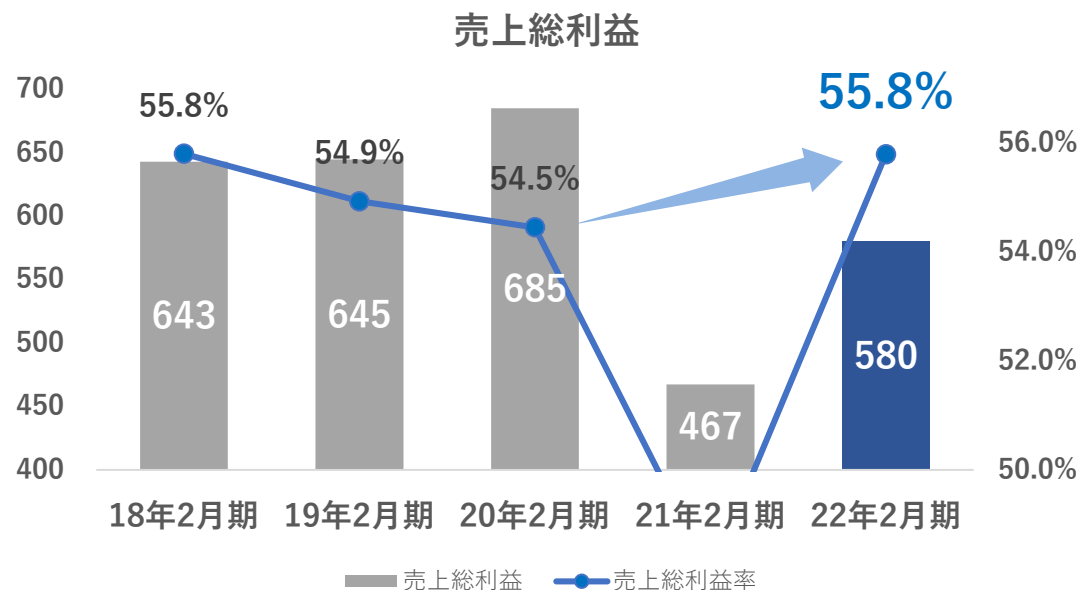
前期差 +165.9億円
前々期差 +6.4億円
前々期比 113.0%



第3四半期累計
売上総利益

579.9億円

前期比 124.1%
前々期比 84.6%
前期差 +112.5億円



> 売上総利益

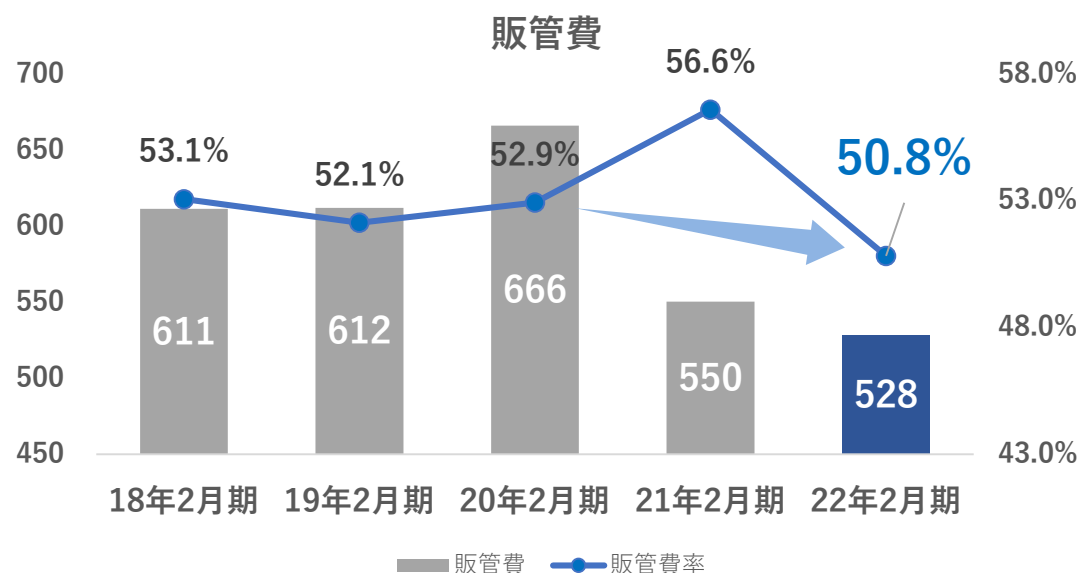
- 在庫は前期比95.1%、前々期比78.8%に圧縮 → 在庫評価損の改善
- 値引の抑制による収益性の向上
- 付加価値の高い筋肉質な事業構造に転換している

⇒ 前期比較 **112億円**の粗利益改善

第3四半期累計
販管費

528.1億円

前期比 96.0%
前々期比 79.3%
前期差 ▲22.0億円



> 販管費

- 社員の給与制度、賞与の見直し
- 休業期間中の家賃、保証の見直し
- 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
- 売上回復も、前期費用削減水準を継続

⇒ 前期比較 **5.8%**の販管費比率改善

コロナ禍の中、第3四半期終了時点における過去最高の営業利益を達成。

主要因

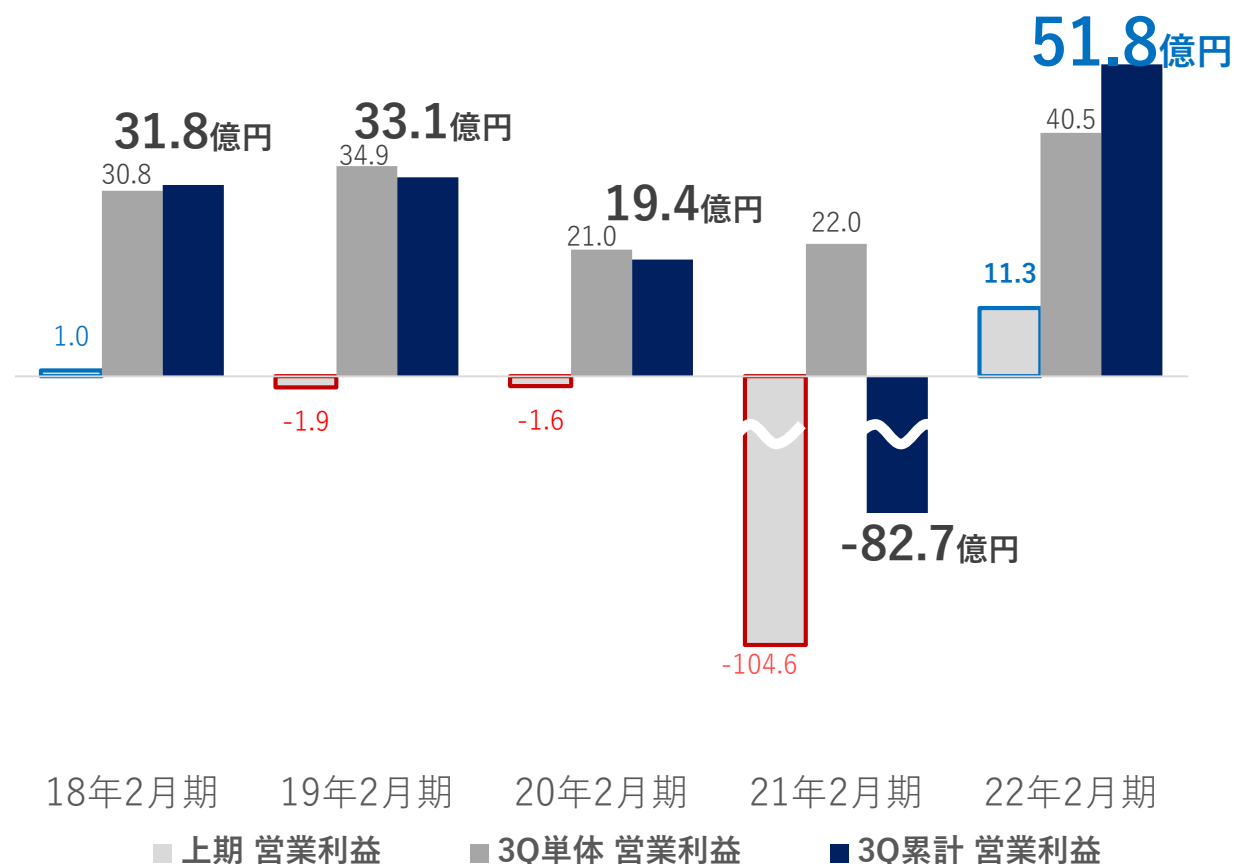
下期偏重であった収益構造を見直し、
上期の収益力改善に注力。

ゴルフ、ストリート、アスレジャー等、春夏シーズンに高収益
をもたらすブランド事業拡大が全社収益構造の改革に貢献した。

好調事業には、収益力を見極めながら店舗投資を行った。
新規店舗はコロナ禍の出店ではあるが、概ね好調だった。

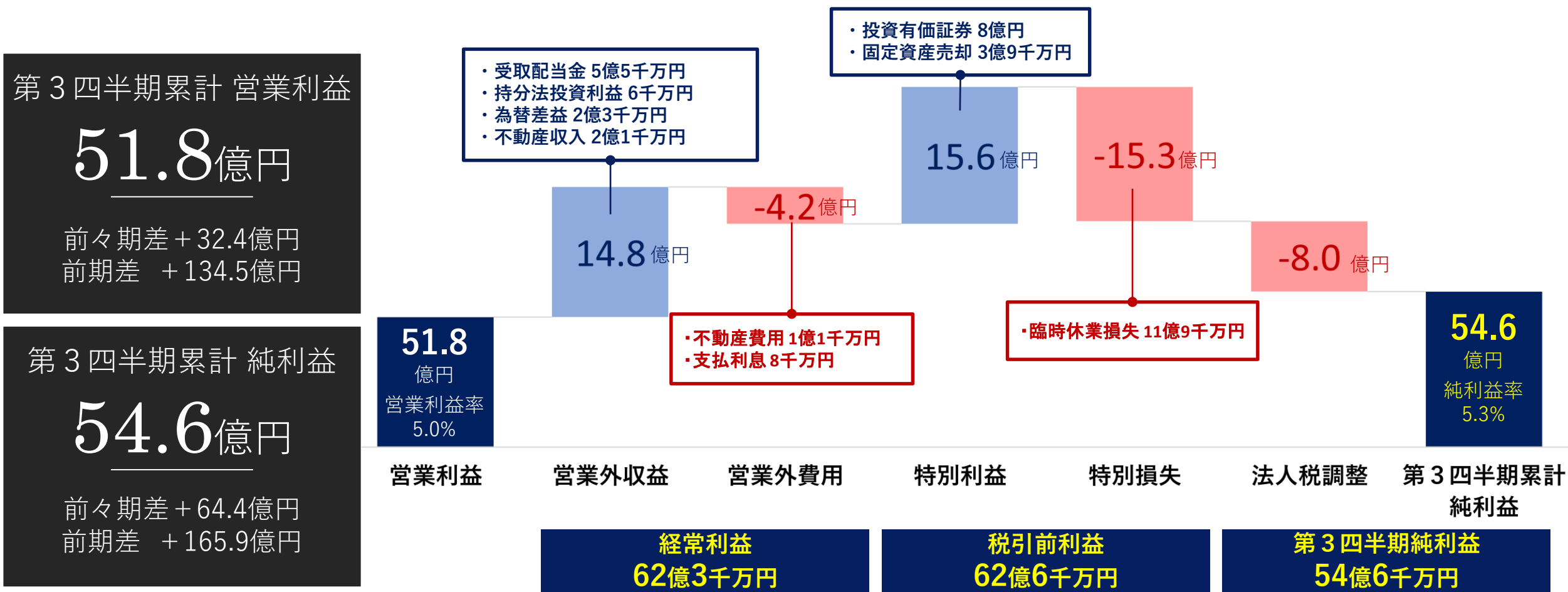
EBITDA 81.2億円 / EBITDA率7.8%

TSIホールディングス 上期・下期(3Q) 利益バランス 推移



経常利益は、受取配当金・不動産収入など14.8億円を加えた**62.3億円**。

税引前利益は、有価証券売却益、固定資産売却益等の+15.6億円計上、コロナ影響による臨時休業損失等▲15億円を加えて、第3四半期 純利益 **54.6億円** 利益率 **5.3%**となった。



2

チャンネル別 事業概況について



コロナ禍において売上高よりも収益力優先の戦略を選択した。
結果、収益は改善している一方、売上高は成長余地を残している状況。

- 百貨店・非百貨店(FB・路面)：前期比**109.0%**も、前々期比では回復速度が鈍い。
- EC：他社EC等での値引き抑制により収益力は改善も、売上高は前期比**98.0%**と踊り場。
一部の海外サプライチェーン混乱も影響。
- 海外：米国TACTICSが牽引し前々期比**123.8%**前期比**125.7%**と好調を維持。

		2020年2月期 第3四半期累計	2021年2月期 第3四半期累計	2022年2月期 第3四半期累計	チャネル別成長	
					前々期比	前期比
国内小売	百貨店	164.7億円 (構成比：13.1%)	93.9億円 (構成比：9.7%)	105.3億円 (構成比：10.1%)	64.0%	112.1%
	非百貨店※1	641.9億円 (構成比：51.0%)	415.1億円 (構成比：42.7%)	449.4億円 (構成比：43.3%)	70.0%	108.3%
	EC	253.7億円 (国内小売EC化率：23.9%)	289.8億円 (国内小売EC化率：36.3%)	283.9億円 (国内小売EC化率：33.9%)	111.9%	98.0%
国内その他※2		134.8億円 (構成比：10.7%)	111.1億円 (構成比：11.4%)	122.3億円 (構成比：11.8%)	90.7%	110.1%
海外※3		62.9億円 (構成比：5.0%)	62.0億円 (構成比：6.4%)	77.9億円 (構成比：7.5%)	123.8%	125.7%

※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。

国内好調事業について

- ・ ゴルフ、ストリート事業は引続き好調。
- ・ 上期苦戦したナノ・ユニバース、NATURAL BEAUTY BASIC の両主力ブランドで抜本的な構造改革に着手。第3四半期単体では前期・前々期以上の利益を残した。
- ・ OMO強化へのシフトチェンジが早かった高EC化率のレディースブランドも好調に推移。

国内好調事業
業績サマリー売上高 **239.8** 億円営業利益 **38.5** 億円利益率 **16.1**%

重点ブランド復調


NATURAL BEAUTY
BASIC

GOLF

PEARLY
GATES

Jack Bunny!!

St ANDREWS
SCOTLAND


STREET



HUF

MENS & WOMENS

Rirandture

PROPORTION
BODY DRESSING

Mystrada

JILL by JILLSTUART

JUSGLITTY

PINKY&DIANNE

Apuweiser-riche

FREE'S
MART

N.

MARGARET
HOWELLSchott
N.Y.C.ETRÉ
TOKYO

- 国内のEC化率は一昨年対比で+10ptの **33.9%**も、撤退ブランド影響で売上高前期比 **98.0%**と売上高総成長率は踊り場に差し掛かっている。
- 国内自社EC比率は **47.0%**（売上高 前々期比 **171.7%**）と大きく拡大し、高い収益性と成長力を保っている。
- 海外EC売上高は前期比 **108.5%**となった。

■EC売上高概況

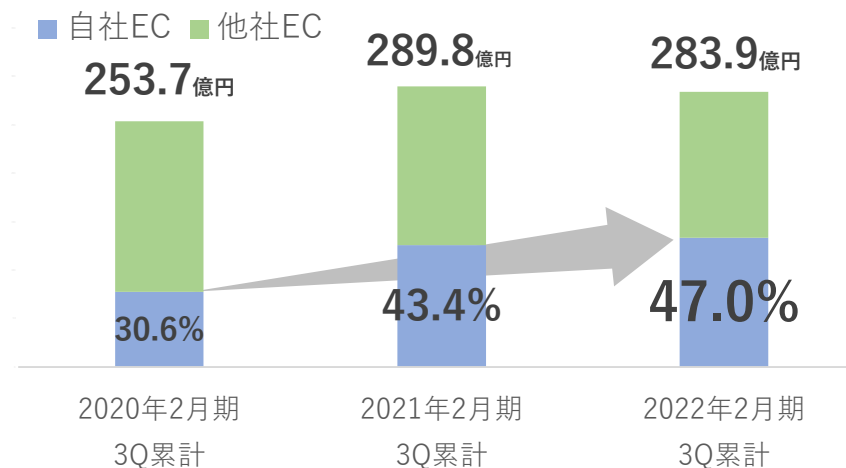
	2020.2期	2021.2期	2022.2期	前々期比	前期比
国内自社EC売上高 (自社EC比率)	77.6億円 (30.6%)	125.7億円 (43.4%)	133.3億円 (47.0%)	171.7% (+16.3pt)	106.0% (+3.5pt)
国内EC売上高 (国内EC化率) ^{※1}	253.7億円 (23.9%)	289.8億円 (36.3%)	283.9億円 (33.9%)	111.9% (+9.9pt)	98.0% (▲2.4pt)
海外EC売上高 (海外EC化率) ^{※2}	5.5億円 (8.8%)	21.8億円 (35.2%)	23.7億円 (30.4%)	428.9% (+21.6pt)	108.5% (▲4.8pt)
EC売上高合計 (EC化率) ^{※1}	259.2億円 (23.1%)	311.6億円 (36.2%)	307.6億円 (33.6%)	118.7% (+10.5pt)	98.7% (▲2.6pt)

※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。

■自社EC比率

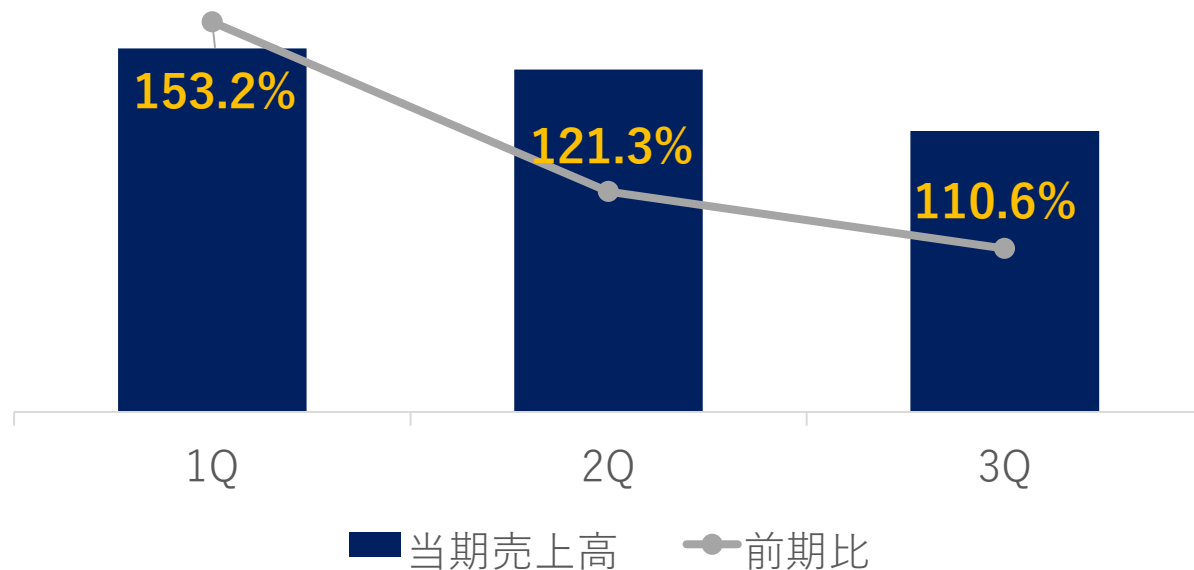
LIVEコマースやオンライン接客、スタッフコーディネート等のコンテンツ強化により自社ECシフトを推進。



■ 第3四半期が最大の混乱期。全社的な影響は軽微だが、引続き警戒が必要

- TSI事業の重要生産拠点であるアジア、東南アジアは、コロナ感染再拡大による工場閉鎖やエネルギー不足、港湾処理能力の制限といった問題が重なり、サプライチェーンの混乱が生じた。
- グローバルカンパニーから生産の配分調達を受けるスタージョイナスを中心に一部影響が発生。

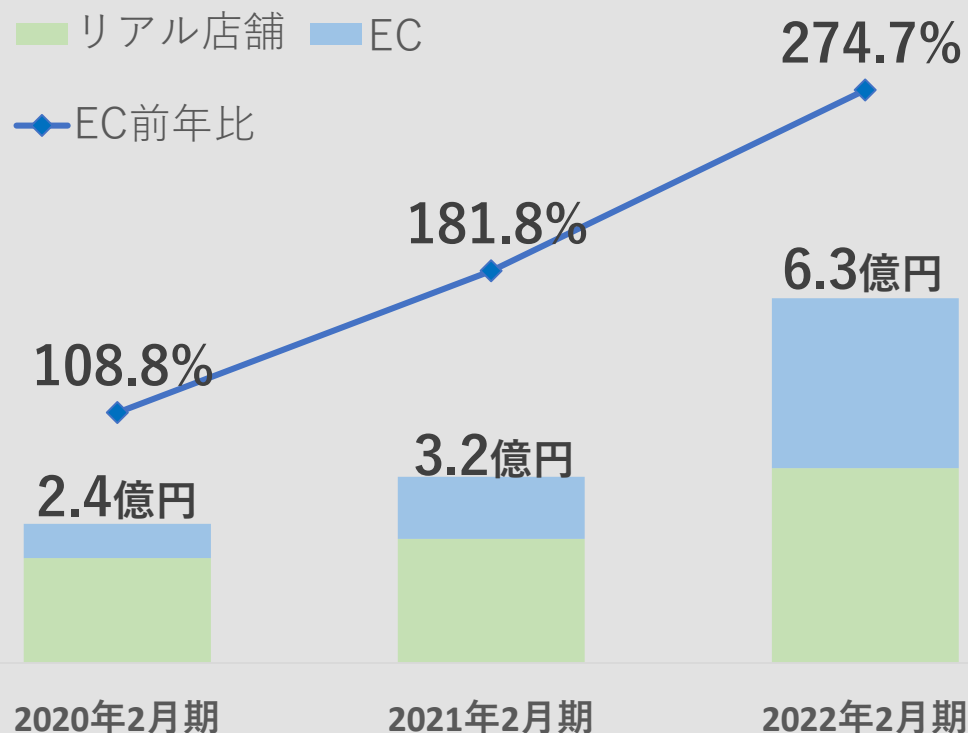
スタージョイナス 2022年2月期 四半期別 売上&前期比動向



上期はEC事業の大幅拡大により全社業績に大きく貢献した。8月中旬からは、主力商材である米国からのスニーカーの供給が大幅遅延、成長が鈍化している。現状はオリジナル商品を中心に生販計画を修正。収益体制の改善に動いている。

HUF

**HUF JAPANが大幅躍進、
EC戦略を軸にコロナ禍においても右肩上がりの成長を継続。**

■ 第3四半期 単体売上高**■ 継続的な成長、コロナ禍における販路Exchangeの実現**

Z世代の文化や行動様式を捉え、常に新たなファンを獲得している。売上高が年々増加、規模は**3年で約3倍**に達し、更に飛躍的成長を遂げている。

特にEC成長が著しく、今期第3四半期の売上高は**前年比274.7%**を記録した。

EC比率は20年2月期の24.5%から22年2月期の46.6%へと**2年で+22.1pt.**

都心型の実店舗とEC販路が、上手くコンテンツを振り分けた企画を行い、コロナ情勢の中でも、強い販売基盤を確立する事が出来た。





3

第3四半期 トピックスについて



新商品開発の努力に留まらず

お客様がワクワクするイベント企画やニュースの発信に注力している。

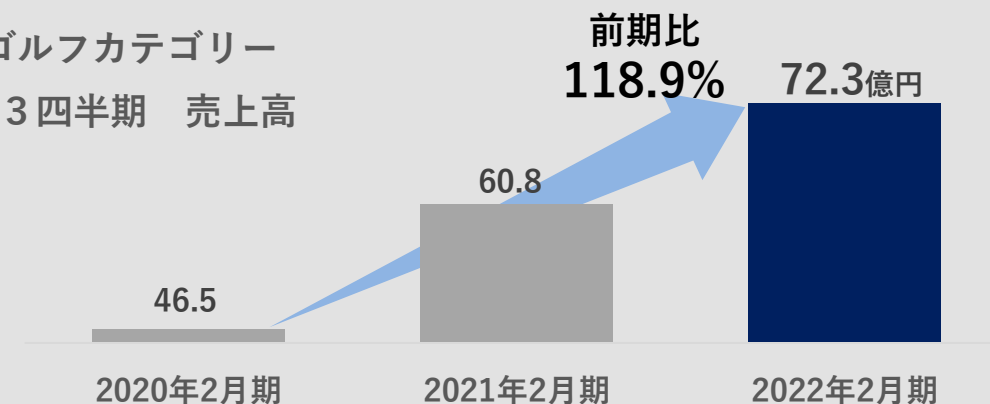
Jack Bunny!!

今年で4回目の開催となるお客様参加型イベント

「DORAEMON × Jack Bunny!! ゴルフコンペティション 2021」を関東・関西の2カ所で開催。



ゴルフカテゴリー
第3四半期 売上高



PING

22年秋冬展示会にてAR試着体験が可能なデジタルサイネージや3D動画を鑑賞できるホログラムディスプレイなど最新デジタル技術を駆使した展示会を実施。



new balance
golf

契約アスリートである稲見萌寧プロが、今季9勝、JLPGAツアー通算10勝を飾り、2021年度の国内女子賞金ランキングで1位を獲得し自身初となる賞金女王となった。

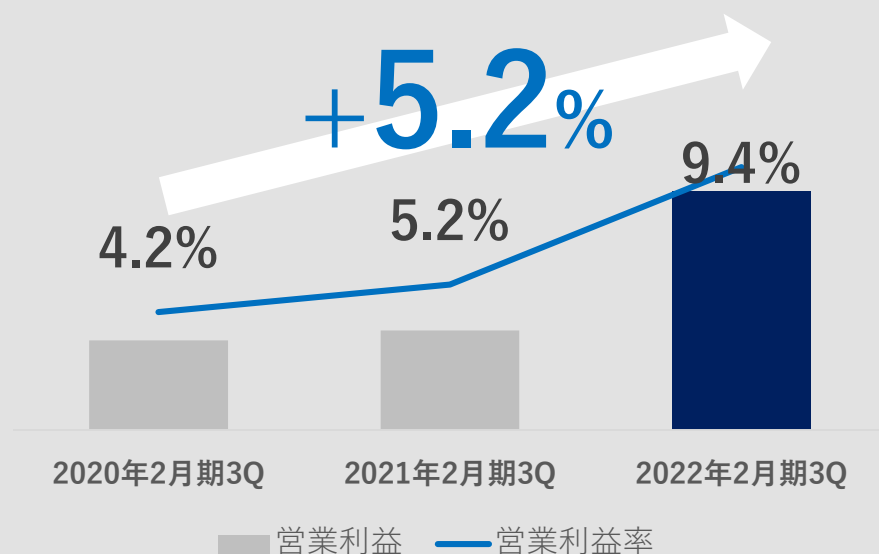




構造改革の成果が表れた四半期。

第3四半期営業利益率は非コロナ禍に対し+5.2%と大きく伸長。

■第3四半期 単体営業利益 前年比



■ 構造改革から再成長に向けたストーリー

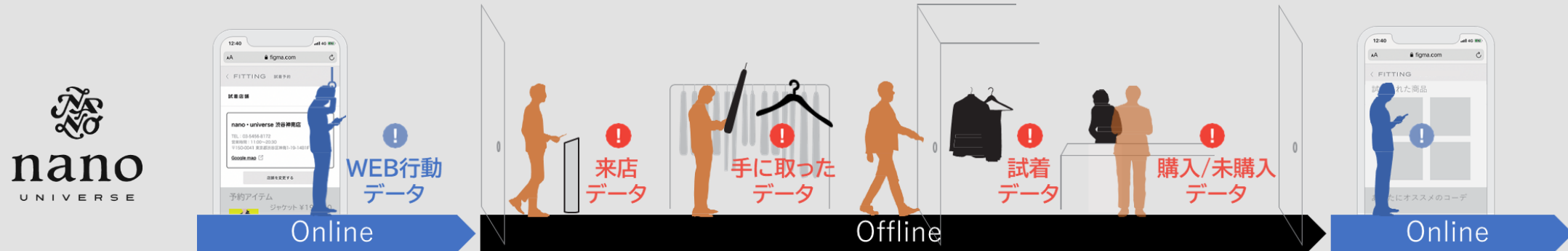
生販計画の抜本的見直しにより、プロパー販売と、旧品の高歩留り販売体制の再整備を実施。
結果として売上総利益、営業利益共に大きく復調している。

対前年に対し営業利益率が +4.2%伸長。

コロナ前の対一昨年に比較しても営業利益率+5.2%と事業の収益構造が急速に良化傾向。

今後のMD戦略は、変化する時勢に合わせた魅力的な商品調達と、それと連動したOMO販売のチャネル強化で、新規顧客の獲得を目指し、売上再成長に向けたアクションを強化する。

オンラインとオフラインでの顧客体験の連続性を実現する。
お客様の「個」に寄り添う仕組みをアライアンスにより推進。



チェックインにより、店舗でもオンラインの行動データを
活用した「自分にあった」体験を提供する。



KARTE

チェックインにより、人と
場所を紐づける。
店内のベストセラーや新着
情報、レコメンドコンテン
ツ等をお客様のスマート
フォンにその場で表示。

顧客の店舗内行動から、商品への関心度合いをデータ化し、
レコメンドに活用する。ECの当たり前を店舗にも。



KYOCERA

IoT技術により、人と場所
に加え、モノのデータを紐
づける。
手に取られたり、試着され
た商品の情報等をお店を出
られた後にお送りする。



コロナ禍における生活・遊びの変化を捉え、
「ナノ・ユニバース」らしさを出しながらも柔軟な商品展開を実施。



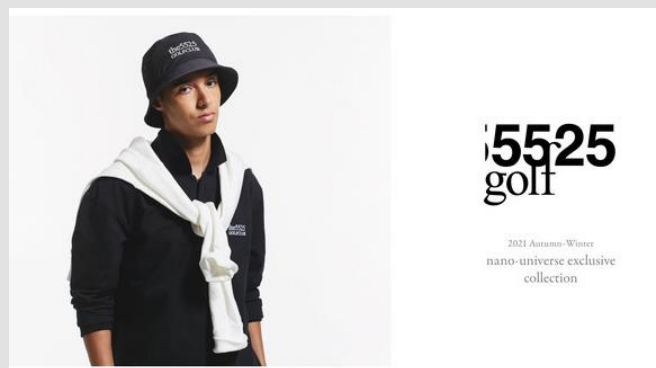
老舗アウトドアブランド
[ogawa] コラボレーション



[JAL] [AXF] [nano・universe]
トリプルコラボ ワークेशनアイテム



地球に優しいトレーサブル素材
トゥルーコットンシリーズ



[5525gallery] との協業ブランド 5525golf
[KIJIMA TAKAYUKI] [Dickies] とのコラボも



「ととのう」体験をサポート
[DESCENTE] × [nano・universe]



サステナブルで機能的
着心地よいヴィーガンレザー

NATURAL
BEAUTY
BASIC

双方の顧客基盤の拡大を目指し、 ワコール『Wing』とのブランドコラボレーション開始。

ワコールが持つ「技術力」とTSIが持つ「デザイン力」を掛け合わせ、新たな価値を創造。コラボレーションにより相互の顧客基盤を拡大し、両社経済圏の拡大を目指す。



お互いの強みがクロスする領域で、
新たな顧客提供価値を創出



協業第1弾として、(株)ワコールの『Wing』と共同開発したインナー一体型のトップスとブラカップ付きインナーの発売を2022年2月下旬より開始予定。



4

貸借対照表について



業績好調に加え、適正な在庫コントロールにより
財務体質も健全な状態を維持している。

	2021.2期 第3四半期累計		2022.2期 第2四半期累計		2022.2期 第3四半期累計					
	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	70,678	45.8%	73,439	50.6%	78,586	51.9%	7,908	111.2%	5,147	107.0%
うち現金及び預金	28,131	18.2%	40,440	27.9%	35,689	23.6%	7,558	126.9%	▲4,751	88.3%
うち棚卸資産	23,823	15.4%	18,716	12.9%	22,660	15.0%	▲1,163	95.1%	3,944	121.1%
固定資産	83,745	54.2%	71,713	49.4%	72,773	48.1%	▲10,972	86.9%	1,060	101.5%
うち投資有価証券	26,375	17.1%	28,865	19.9%	30,205	20.0%	3,830	114.5%	1,340	104.6%
うち投資不動産	16,430	10.6%	4,966	3.4%	4,957	3.3%	▲11,473	30.2%	▲9	99.8%
資産合計	154,423	100.0%	145,152	100.0%	151,358	100.0%	▲3,064	98.0%	6,207	104.3%
流動負債	48,723	31.6%	27,195	18.7%	31,101	20.5%	▲17,622	63.8%	3,906	114.4%
うち短期借入金	14,817	9.6%	202	0.1%	130	0.1%	▲14,688	0.9%	▲72	64.2%
うち1年内返済予定の長期借入金	8,915	5.8%	7,835	5.4%	7,035	4.6%	▲1,880	78.9%	▲800	89.8%
固定負債	25,296	16.4%	18,775	12.9%	17,605	11.6%	▲7,690	69.6%	▲1,170	93.8%
うち長期借入金	18,604	12.0%	12,657	8.7%	11,553	7.6%	▲7,051	62.1%	▲1,104	91.3%
負債合計	74,019	47.9%	45,970	31.7%	48,706	32.2%	▲25,312	65.8%	2,736	106.0%
純資産	80,404	52.1%	99,181	68.3%	102,652	67.8%	22,248	127.7%	3,471	103.5%
負債純資産合計	154,423	100.0%	145,152	100.0%	151,358	100.0%	▲3,064	98.0%	6,207	104.3%

> 現預金

- 【前回（8月末）比】

売掛金の増加と、借入の返済により
47億円の減少となるが、事業は好調

- 【前期比】

借入金の返済と、不動産売却影響を
合わせて75億円の増加となる

> 棚卸資産

- 【前期比】

売上が増加している一方で、
仕入抑制により棚卸資産を圧縮
前期比 95.1%、11億円の減少となる

> 自己資本比率

- 自己資本比率 68.1%と高水準を維持



5

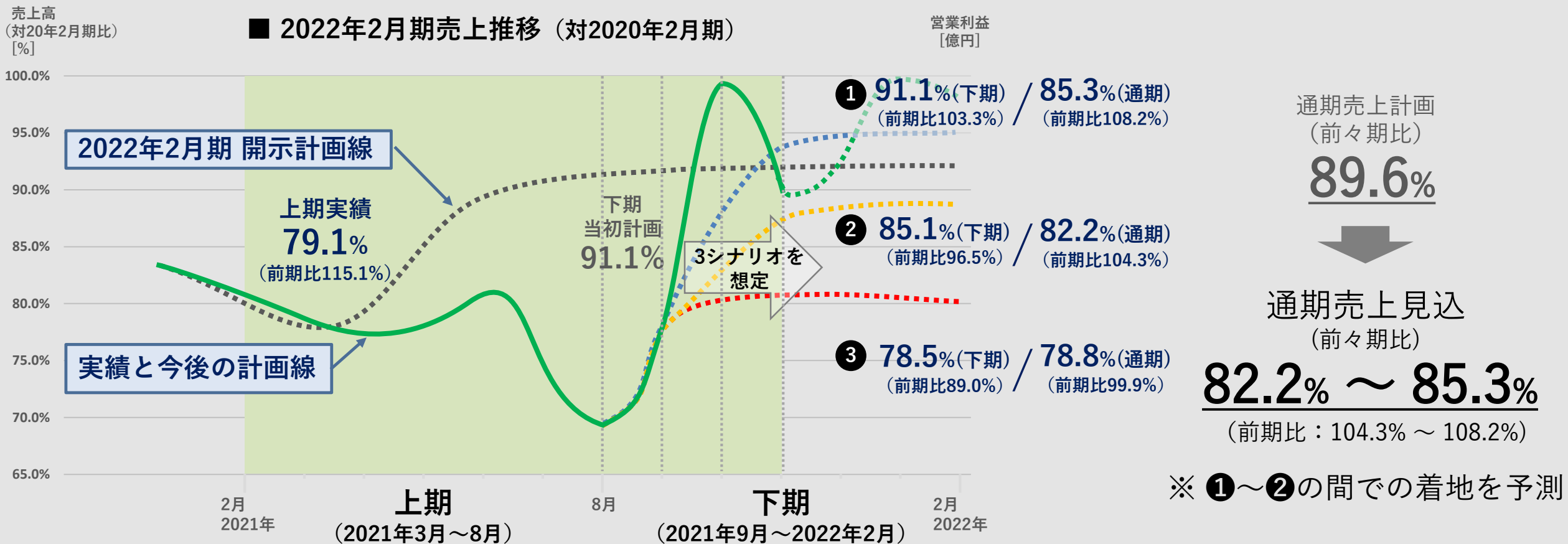
通期予測について



human woman

Le SOLEIL
D'AUTOMNE
2021 A/W COLLECTION

コロナ新規感染者数減少を受け、売上高は10月に一昨年並みまで回復したものの、足元のオミクロン株の波もあり、楽観視していないが、EC販路が機能している事を考慮し、**前々期比82.2%～85.3%** 前期比**104.3%～108.2%**の間で着地を見込んでいる。



最近の業績動向を踏まえ、2021年4月12日に公表しました2022年2月期の連結業績予想を修正することとしましたので、下記の通りお知らせします。

	前回発表予想額		今回修正予想額			
	金額 (億円)	構成比 (%)	金額 (億円)	構成比 (%)	増減額 (億円)	増減率 (%)
売上高	1,524.0	100.0	1,406.0	100.0	▲118.0	▲7.7
営業利益	11.0	0.7	24.0	1.7	13.0	118.2
経常利益	16.0	1.0	38.0	2.7	22.0	137.5
親会社株式に帰属する 当期純利益	16.6	1.1	23.0	1.8	6.4	38.6
1株当たり当期純利益	18.40円		25.47円			

当第3四半期連結累計期間の業績につきましては、営業利益が大幅に改善しました。

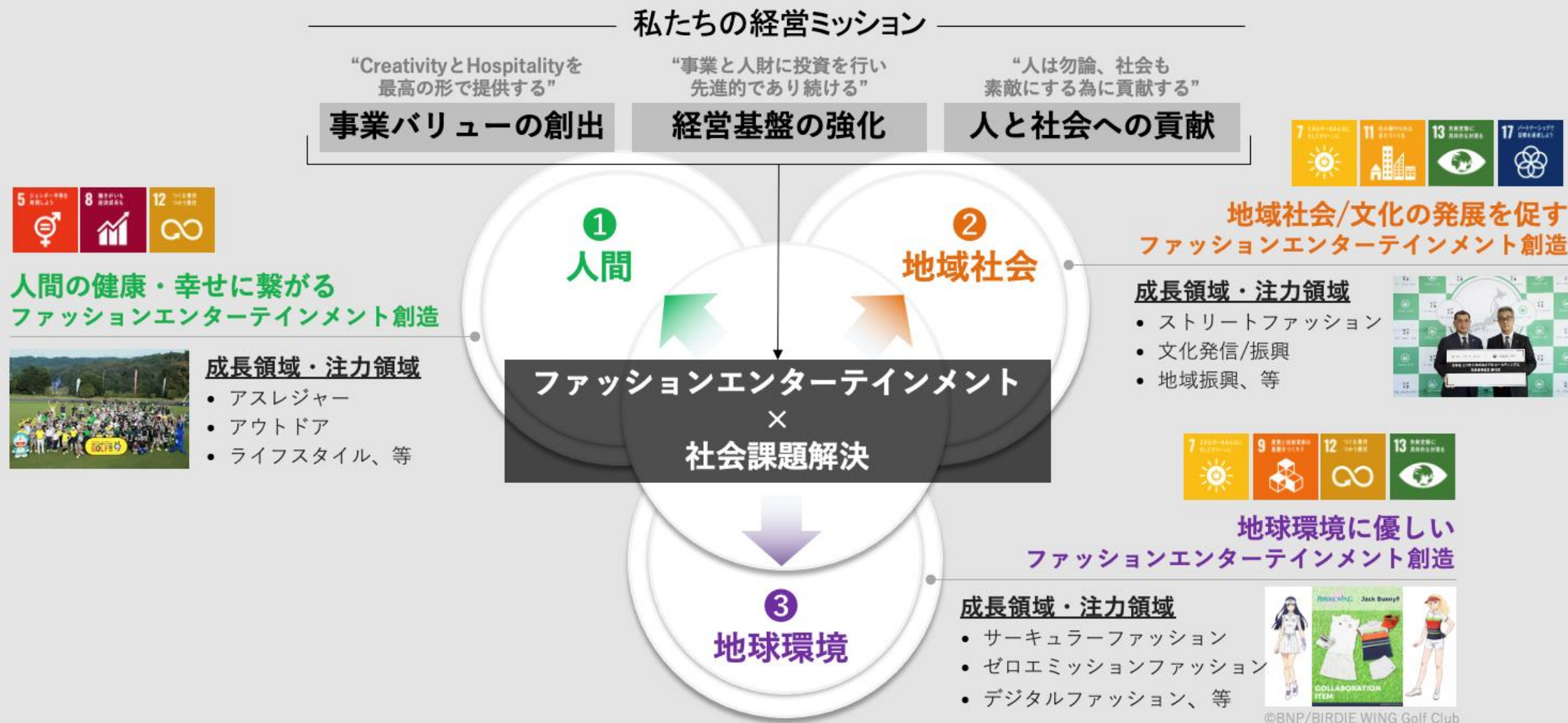
保有有価証券の受取配当金や為替差益の増加により、経常利益も当初予想に比べて増加しました。

第4四半期については、新たに一部事業の事業撤退を織り込んだことに加え、新型コロナウイルス感染症の感染再拡大のリスクが高まっておりますが、第3四半期までの実績を踏まえ、前回公表した通期業績予想を上方修正しました。

6 SDGsと中期経営計画に関する取組みについて



私たちが経営に掲げるミッションに対して、課題解決を目指し、3つの重要領域を設定した。
サステナブル レポートの開示と公的認証取得に向けて活動を強化する。



1 デジタルを活用したエシカルな提案

FLOMLは石垣島の島藍農園とコラボレートして、天然の植物染料染めを提案。数年後の染め替えを前提に商品ユースサイクルをデザイン。販売時に3Dデータ画像を用い、サンプル製作等の工程を極小化。販売手法もエコにこだわった。

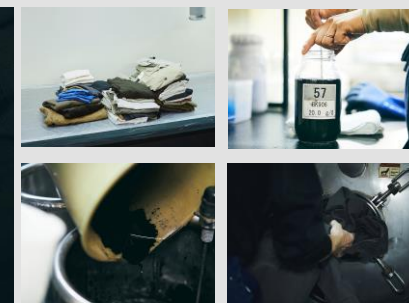


CLO 3Dデータによる受注



2 廃棄される商品を加工により再生販売

製造の工程で出てしまう織キズや染ムラなど、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回目となる今期は、全国5店舗に展開を拡大。

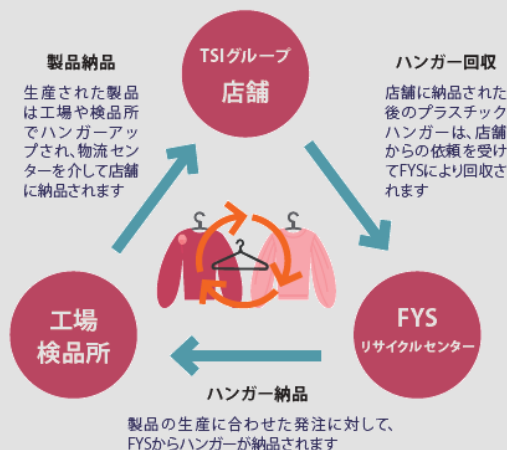


3 ETRE 衣料品回収プロジェクト『BRING™』に参画

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。



4 プラスチックの削減ハンガーのリユース



5 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。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。



“世界で最も幸せなファッションカンパニー”に向けて、
TSIホールディングスのSDGsへのチャレンジ

TSI カーボンニュートラル ビジョン 2050

ゼロカーボンに向けて挑戦していく！

TSI
INNOVATION
PROGRAM
2025

2025

ファッションエンターテインメント
×
社会課題解決

Creativity(創造性)溢れるファッションと、Hospitality(人を思う心)ある
サービスを、常に先進的な手法で提供し、人と社会を幸せにする。

2023

2022

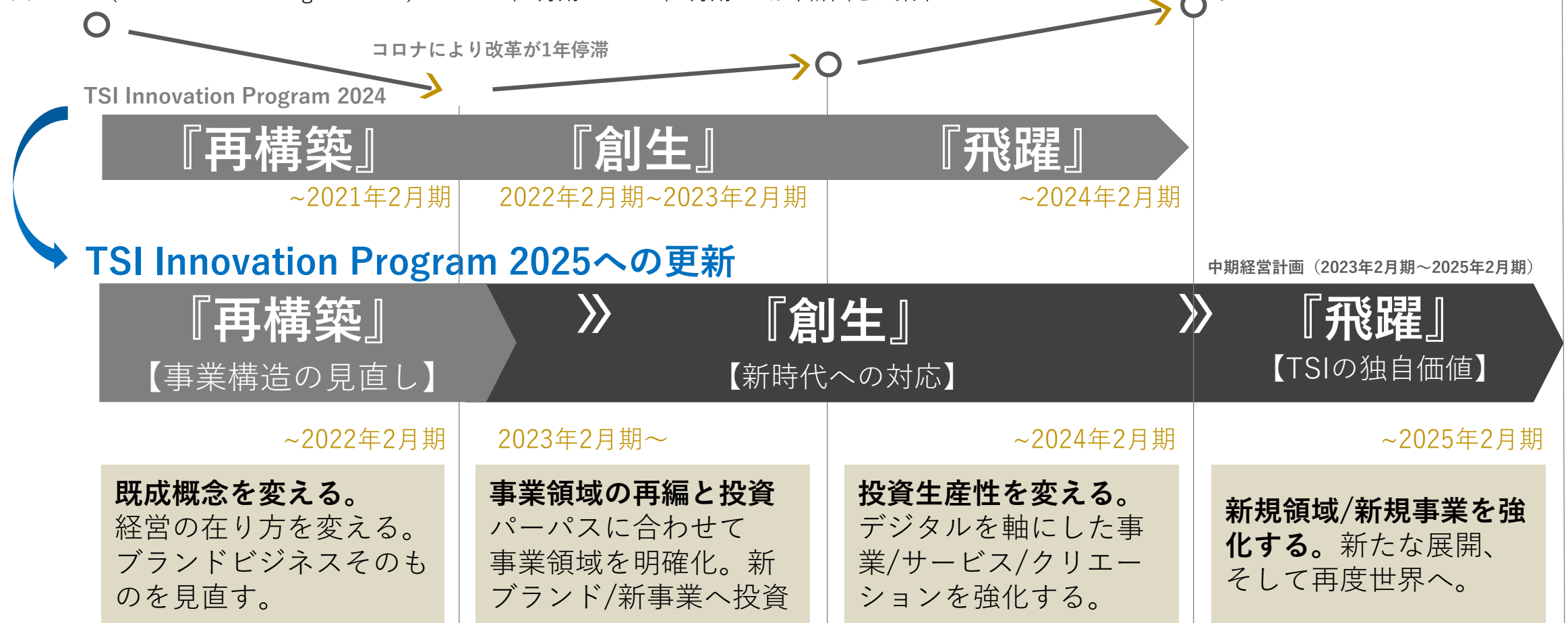
2050

Carbon
Neutral
Vision
2050

2021年2月期に発動したTIP24※だが、コロナにより1年間の改革停滞を余儀なくされた。
我々はTIP24を**2025年に向けた新たな中期計画（TIP25）※へ更新し、飛躍を目指す。**

※ 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

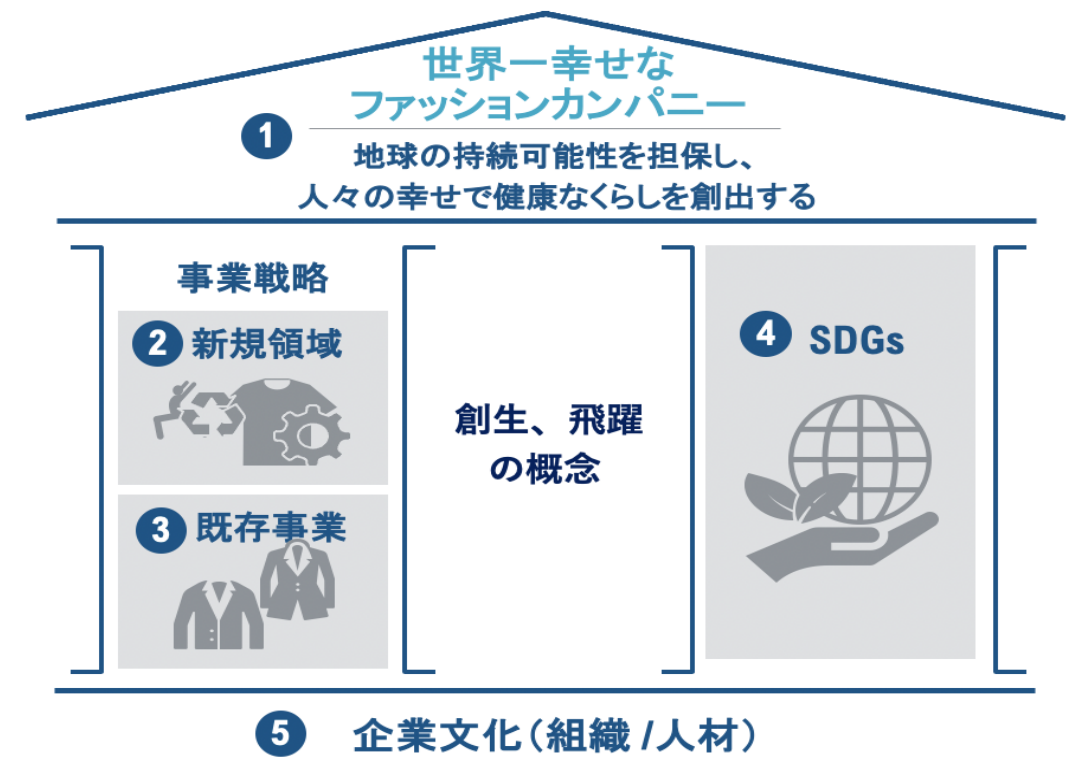
※ TIP25（TSI Innovation Program 2025）… 2023年2月期～ 2025年2月期の3ヵ年計画を立案中



➤ **SDGsを経営の核とする。**
人材 / 組織 / 教育に注力する改革を4月中旬に発表する

中期経営計画（2023年2月期～2025年2月期）

TSI Innovation Program 2025



中計具体的課題・戦略のアジェンダ

①存在意義・パーパス

- ・ 企業の存在意義/経営の価値観(パーパス/ビジョン/ミッション)
- ・ 中期改革の定性・定量目標
- ・ 改革ロードマップ

②既存事業

- ・ ブランドパーパス(=ブランドの社会的バリュー×ファッションエンタメの方向性)
- ・ ブランドパーパス実現に向けた戦略施策
- ・ 事業構造改革(=当座の収益力回復)

③新規事業

- ・ 「新たな市場」の定義
- ・ ファッションエンタメラボの創設
- ・ R&D/アライアンスによるバリューアップ

④SDGs

- ・ SDGs対応方針/マテリアリティ
- ・ 経営と業務のDX
- ・ 具体的な取り組み/ロードマップ

⑤企業文化(組織/人材)

- ・ 多様な人材が活躍する風土(=ダイバーシティや働き方改革)
- ・ 人材力の強化(=必要とする人材要件と育成)
- ・ パーパスを実現する組織とケイパビリティ(=組織/制度設計)



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。

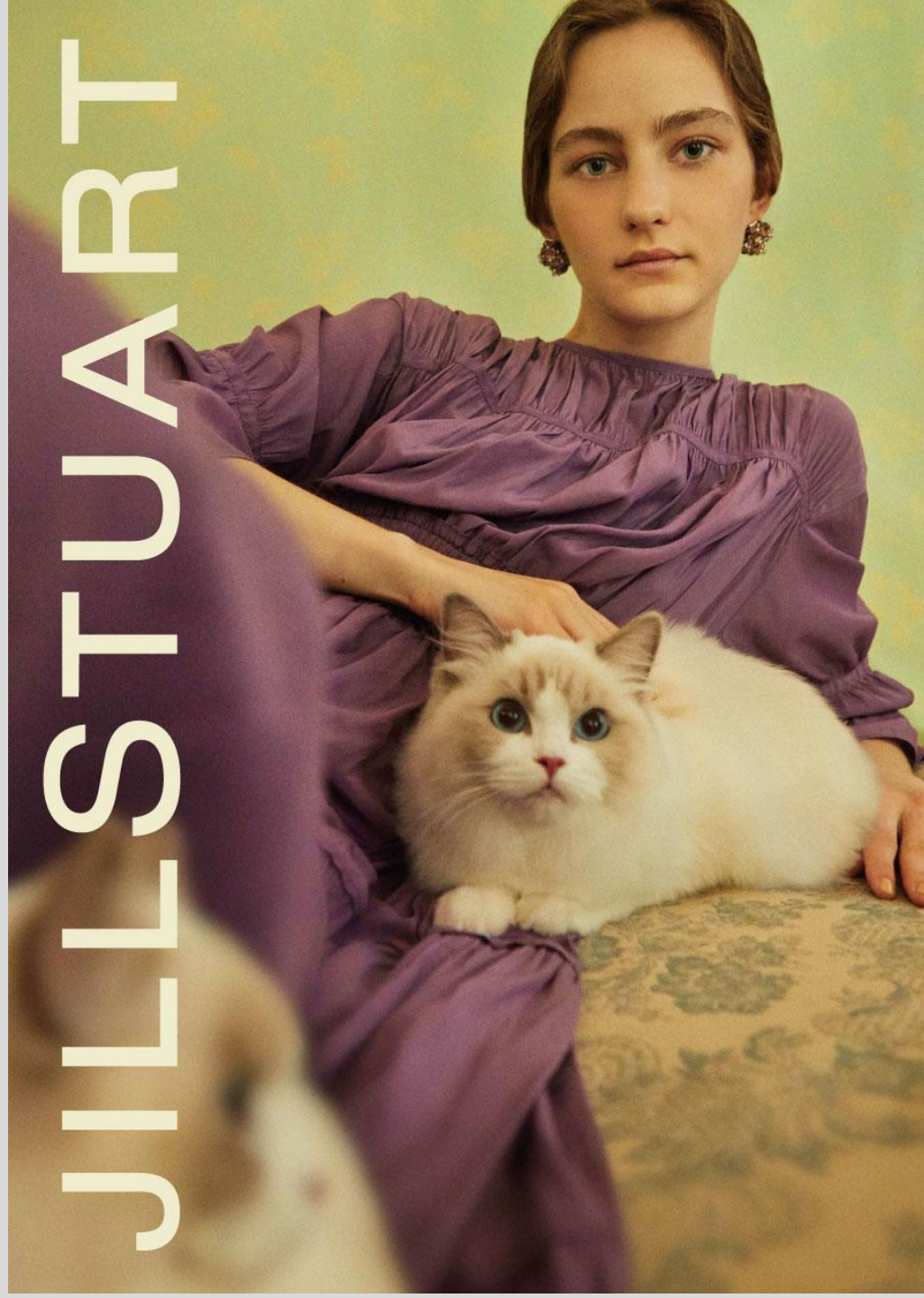
精緻な経営コントロールによって、事業の健全性を
高めて行くとともに、
サプライチェーン改革、
デジタル店舗開発、新たな商品、サービス、
コンテンツ開発等によって、
ビジネスの先進化を実現して行く。

この市場に留まることなく、新事業創出に向け活動する



7

補足資料



第3四半期概況

	2021.2期 第3四半期		2022.2期 第3四半期			
	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	40,948	+100.0	39,163	+100.0	▲1,785	95.6
売上総利益	22,571	+55.1	22,696	+58.0	124	100.6
販管費	20,373	+49.8	18,649	+47.6	▲1,724	91.5
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	19,192	+46.9	17,626	+45.0	▲1,565	91.8
のれん償却費	209	+0.5	198	+0.5	▲11	94.7
減価償却費	972	+2.4	824	+2.1	▲147	84.8
営業利益	2,197	+5.4	4,046	+10.3	1,848	-
経常利益	2,630	+6.4	4,236	+10.8	1,606	-
特別利益	2,066	+5.0	120	+0.3	▲1,945	5.8
特別損失	892	+2.2	467	+1.2	▲424	52.4
税金等調整前四半期純利益	3,804	+9.3	3,889	+9.9	85	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,307	+8.1	3,575	+9.1	267	-
EBITDA ※	3,379	+8.3	5,069	+12.9	1,690	-

※EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

第3四半期累計概況

	2021.2期 第3四半期累計		2022.2期 第3四半期累計			
	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	97,219	100.0	103,915	100.0	6,695	106.9
売上総利益	46,741	48.1	57,991	55.8	11,250	124.1
販管費	55,012	56.6	52,810	50.8	▲2,202	96.0
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	51,699	53.2	49,865	48.0	▲1,834	96.5
のれん償却費	598	0.6	587	0.6	▲11	98.1
減価償却費	2,714	2.8	2,357	2.3	▲357	86.8
営業利益	▲8,271	-8.5	5,180	5.0	13,452	-
経常利益	▲7,012	-7.2	6,239	6.0	13,252	-
特別利益	2,485	2.6	1,563	1.5	▲921	62.9
特別損失	4,906	5.0	1,535	1.5	▲3,370	31.3
税金等調整前四半期純利益	▲9,433	-9.7	6,268	6.0	15,701	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲11,126	-11.4	5,465	5.3	16,591	-
EBITDA ※	▲4,958	-5.1	8,125	7.8	13,084	-

※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 第3四半期累計		2022.2期 第3四半期累計			
		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)
国内	百貨店	9,399	9.7	10,539	10.1	112.1	+0.5pt
	非百貨店※1	41,516	42.7	44,949	43.3	108.3	+0.6pt
	自社サイト	12,579	12.9	13,332	12.8	106.0	▲0.1pt
	その他	16,403	16.9	15,062	14.5	91.8	▲2.4pt
	EC(E-Commerce)	28,982	29.8	28,395	27.3	98.0	▲2.5pt
	その他※2	11,116	11.4	12,233	11.8	110.1	+0.3pt
	国内合計	91,014	93.6	96,117	92.5	105.6	▲1.1pt
海外	EC(E-Commerce)	2,186	2.2	2,372	2.3	108.5	+0.0pt
	海外合計※3	6,205	6.4	7,797	7.5	125.7	+1.1pt
	EC(E-Commerce)	31,168	32.1	30,767	29.6	98.7	▲2.5pt
総合計		97,219	100.0	103,915	100.0	106.9	-

※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、アウトレット等

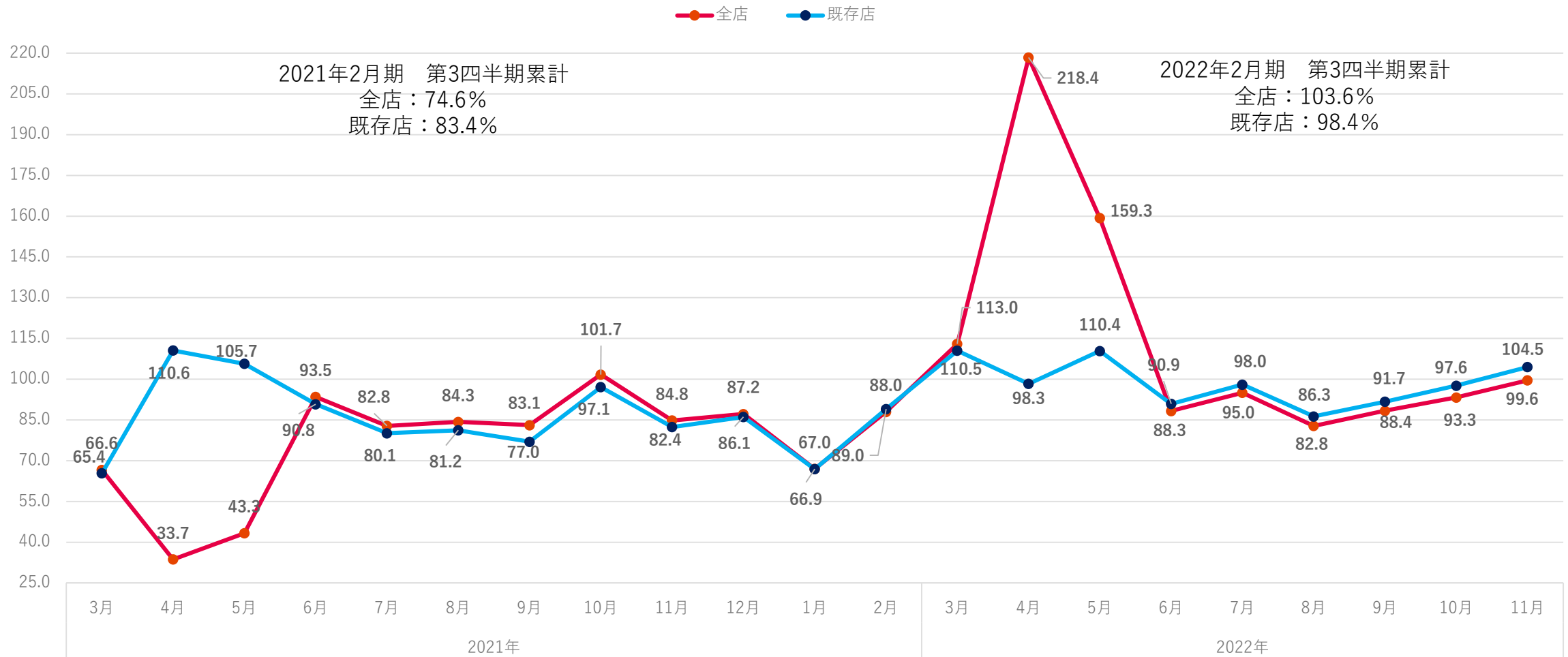
※2 その他：卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業

※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 第3四半期累計			2022.2期 第3四半期累計			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	13,915	14.3	43.9	12,451	12.0	50.1	89.5	+6.2pt
2. PEARLY GATES	9,287	9.6	52.4	11,804	11.4	62.3	127.1	+9.8pt
3. MARGARET HOWELL	6,325	6.5	53.6	8,190	7.9	67.4	129.5	+13.8pt
4. NATURAL BEAUTY BASIC	8,179	8.4	49.0	7,876	7.6	59.8	96.3	+10.9pt
5. HUF	3,142	3.2	46.6	4,640	4.5	51.2	147.7	+4.7pt
6. AVIREX	4,169	4.3	59.6	4,303	4.1	61.4	103.2	+1.8pt
7. UNDEFEATED	2,810	2.9	39.3	3,508	3.4	41.3	124.8	+2.0pt
8. STUSSY	3,394	3.5	64.5	3,356	3.2	69.8	98.9	+5.2pt
9. new balance golf	1,941	2.0	39.2	2,698	2.6	58.3	138.9	+19.2pt
10. PROPORTION BODY DRESSING	2,533	2.6	56.5	2,604	2.5	62.7	102.8	+6.1pt
TOP10 計	55,699	57.3	50.1	61,435	59.1	58.5	110.3	+8.4pt
その他 計	38,377	39.5	45.6	42,404	40.8	51.9	110.5	+6.4pt
継続ブランド 計	94,077	96.8	48.2	103,839	99.9	55.8	110.4	+7.5pt
廃止ブランド 等	3,142	3.2	43.9	75	0.1	107.5	2.4	+63.7pt
合計	97,219	100.0	48.1	103,915	100.0	55.8	106.9	+7.7pt

国内 既存店・全店 売上高の推移



店舗数の状況

		2021.2期 第3四半期	2021.2期 期末	出店	退店	2022.2期 第3四半期	前年同期差	前期末差
ア パ レ ル	国内	997	872	+24	▲50	846	▲ 151	▲ 26
	海外	50	52	+2	▲7	47	▲ 3	▲ 5
	合計	1,047	924	+26	▲57	893	▲ 154	▲ 31
飲 食	国内	11	9	-	▲2	7	▲ 4	▲ 2
コ ス メ	国内	33	33	+8	▲5	36	3	3
総計		1,091	966	+34	▲64	936	▲ 155	▲ 30



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。