



TSI HOLDINGS

株式会社 TSI ホールディングス

2025 年 2 月期 通期決算説明会

2025 年 4 月 14 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]	2025 年 2 月期 通期決算説明会		
[決算期]	2025 年度 通期		
[日程]	2025 年 4 月 14 日		
[ページ数]	10		
[時間]	10:00 – 10:57 (合計：57 分、登壇：29 分、質疑応答：28 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[出席人数]	53 名		
[登壇者]	6 名		
	代表取締役社長 CEO	下地 毅	(以下、下地)
	取締役 CFO グループ戦略統括部長		
		内藤 満	(以下、内藤)
	生産統括部長	山本 和人	(以下、山本)

サポート

日本 050-5212-7790
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 [M]：ありがとうございます。それでは Q&A に入りたいと思います。

早速、東海東京インテリジェンス・ラボ様（以下：東海東京）から、四ついただいております。

東海東京 [Q]：まず一つ目、販管費削減の効果について。2024 年 2 月期と比較して 30 億円以上の効果とのことですが、2025 年 2 月期、前期との比較で今期の効果をどれくらい見込んでおりますでしょうか。

二つ目、2026 年 2 月期計画で 29 億 7,000 万円の事業成長、収益構造改革効果が見込まれておりますが、売上高計画では減収かと思います。事業成長をどの程度、見込んでおりますでしょうか。

三つ目、収益構造改革効果につきまして、2025 年 2 月期に行った不採算店舗の整理、リストラ等のコスト削減の効果と、粗利率の改善効果に分けると、どのようなイメージでしょうか。

四つ目、株主還元につきまして、投資不動産や投資有価証券の今後の保有方針について伺えますでしょうか。

司会 [M]：まず最初の販管費削減効果について、2025 年 2 月期の対比で今期はどれくらい効果が見込まれておりますでしょうか。こちらは取締役 CFO の内藤から回答申し上げます。

内藤 [A]：私からお答えさせていただきます。前期対比の販管費削減効果ですが、ネットアウトする部分、コンサル費用等もありますので、正確にはお答えいたしかねます。一番大きな効果としては前期に行いました本社人員のスリム化がございまして、これに関しては今期期初から効いております。

それから mix.tokyo の統合によりまして、もちろん再投資の必要な部分はございますけれども、サイトを統合したことにより保守費用等の削減があります。もろもろの効果を足し合わせますと、大体 10 億円から 15 億円ぐらいの経費削減効果というかたちでは発現してくるだろうと考えてございます。

司会 [M]：続きまして二つ目の質問、今期 26 年 2 月期の事業成長については、どの程度を見込んでおりますでしょうか。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

内藤 [A]：こちらの 29.7 億円は成長と収益改善を両方合わせてですが、先ほど下地からご説明させていただいたとおり、計画では減収となっており、売上自体は撤退効果を除くと、わずかなではありますが 2%弱の成長を見込んでございます。

その中身については先ほど好調ブランドとしてご紹介した and wander ですとか、今年 50 周年を迎える AVIREX など、成長事業のプラス効果が大きく影響しております。事業成長、収益効果のうちの 3 割～5 割が好調事業による成長と捉えています。

下地 [A]：ご質問ありがとうございます。事業の成長というところですが、主力ブランドでありましたゴルフ事業や、NATURAL BEAUTY BASIC、NANO universe など、ゴルフとメンズ、レディースを含めての、通勤着やライトなカジュアルウェアがコロナ禍以降、低迷いたしておりました。

ゴルフに関しては 2022 年をピークとして、マーケット自体が苦戦しておりましたが、この大きな 3 ブランドが収益を含めて在庫消化の促進を図り、改善効果が見えてきております。

撤退ブランドも多くありましたので、その影響を除くと成長幅は小さく見えてしまっていますが、安定的なところがあります。

内藤が申し上げましたとおり、元気なブランドがかなり増えてきておりますので、前向きに捉えておりますし、しっかりそれに向けて投資してまいりたいと考えています。

司会 [M]：三つ目の質問、収益構造改革効果につきまして、不採算店舗やリストラ等のコスト削減と、粗利率の改善効果について。こちらも内藤のほうから回答申し上げます。

内藤 [A]：こちらも先ほどお話ししましたように、構造改革の中で前期、ならびに今期の特に前半については、コスト削減のウェイトが大きい想定です。

今年度の後半、それから来期の 100 億円に向けては、粗利益の改善効果であるプライシングと仕入れコストの削減が寄与すると見えています。仕入れコストの削減については効果が発現するまで一定程度、期間を要します。TIP27 の期間、前半はコスト削減先行であり、後半については粗利改善効果がより大きくなるかたちのイメージです。一概に何対何とは申し上げにくいことがございますけれども、今後、今期以降の効果については、より粗利改善効果の部分のウェイトが大きくなるということで、受け止めていただければと思います。

司会 [M]：最後の四つ目の質問、株主還元につきまして、投資不動産や投資有価証券等の、今後の保有方針についても伺えますでしょうか。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

内藤 [A]：前期は不動産の売却ということで、当初計画していた以上の売却益を計上することができ、それに伴って株主還元についても、100 億円を超える追加還元ということで、発表させていただいております。

非事業資産の圧縮は継続する予定です。不動産の売却は前期の部分で山を越えましたが、政策保有株式の圧縮という次なる課題が控えてございます。これについては前期からも取り組んでおりますけれども、今期以降、それをさらに加速することで、非事業資産圧縮、政策保有株式の圧縮に取り組んでまいります。

それに併せて出てきた部分については必要に応じて、株主還元の見直しについても考えていくかたちで考えております。

東海東京 [Q]：ありがとうございました。今期のご計画、構造改革効果は上期のほうに改革効果が出るという話が、コスト削減でお話がありました。上期計画営業利益 10 億円で、通期で 57 億円で、下期のウェイトがかなり大きいと思いますが、この辺りについてどういったご計画になっていらっしゃるのか、ご解説いただけますでしょうか。

内藤 [A]：前半というのは中期計画の全体を通したときに、前期ならびに今期の上期に販管費削減効果が主に出るということです。改革した経費の削減効果は当然のことながら下期以降も発現いたします。販管費削減の取り組みは前期ならびに今期の前半が中心ですが、効果そのものは期を通して発現してまいります。

それから上期、10 億円の営業利益という計画ですが、なかなか上期に利益を創出することができなかった構造がございます。

これに関しては、今期は上期としても通期としても過去最高の利益水準を見込んでいます。決して上期に経費削減が寄ってということではなくて、もともとの事業構造と今の経費削減状況を踏まえた計画が、上期 10 億円、下期 47 億円の営業利益の波になっているということです。

東海東京 [M]：非常にクリアになりました。私からは以上でございます。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。それでは次のご質問です。匿名でのご質問となります。

匿名 [Q]：キャッシュアロケーションの成長投資に M&A がありますが、具体的にどのような分野や企業をお考えでしょうか。

内藤 [A]：M&A、成長投資は、今の段階でターゲットを絞り込んでいるということではなくて、アパレルやアパレル周辺の事業についても展開を考えております。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

現状のポートフォリオではレディースが軸になり、スポーツ分野や、ストリート・カジュアルといったところが強みとなっております。一方でライフスタイル系やベーシック系は、中価格帯以上のものが多くて、そこから少しプライスの層を下げたゾーンが少ないと感じています。

アパレルの中でもポートフォリオとして補強すべき部分、それからアパレル以外の周辺事業を軸に、いろんな案件を検討していきたいと考えてございます。

下地 [A]：ご質問ありがとうございます。内藤が申し上げたように、やはりマーケットの二極化が進んでおりますので、ボリュームゾーンであるところの、リーズナブルとファッション性を求めた新たな領域も視野に置いていますし、グレードの高いシンプル・上質な暮らしへの提供というところも検討中です。われわれが2軸を挙げている理由としても、ファッションエンターテインメントというパーパスを踏まえた、われわれの強みであるところをより表現していきたいと考えております。

高価格帯におきましても、よりこだわりを持ったブランディングがあるブランドを展開していきたいこと。またそれとリンクするようなライフスタイルを深掘りしていけるようなところに、投資をしてみたいと考えております。

司会 [M]：ありがとうございます。

それでは順番にアムンディ・ジャパン様よりうかがっております。

アムンディ・ジャパン [Q]：今期 26 年 2 月期の営業利益 57 億円の分配の詳細につきましてご説明いただけますか。

内藤 [A]：スライドの 28 ページですね。私からご説明申し上げます。まず一番左のところが前期の実績でございまして、27.3 億円の前期の一過性費用は、いわゆる構造改革に伴う撤退コストですとか、あるいは一時的な外部パートナーを活用した費用などが含まれます。

特に今回、海外も含めて数多くの事業の撤退を進めておりましたので、こういった部分の費用がこちらに入っているとご理解いただければと思います。

前期撤退事業は、営業利益ベースで赤字事業が多かったこともございまして、今期の赤字がなくなる意味で、プラス要因になるということでございます。

右側のマイナス 21.8 億円については投資費用であり、例えば E C サイトのリニューアルに伴って、改善するための費用や、前期に絞り込んだ広告宣伝費など、今期はメリハリをつけて戦略的に投下してまいります。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

それから処遇改善という表現にさせていただきますけれども、昨今、初任給の問題を含め、従業員に対する還元は非常に必要なかたちになってございます。将来に向けた人的投資という観点で一定程度投下することで、こちらのマイナスがございます。

一方で先ほどお話ししましたように、事業成長プラス収益構造改革の効果は前期の人件費削減、あるいはサイト統合による効果、それから今期下期以降、大きく出てくるであろうプライシングや、仕入れコストの削減など、もろもろ含めて改善効果が見込まれることで、最終的に 57 億円の利益をつくり上げたいということでございます。

司会 [M]：追加の質問等ございましたらお願いします。

アムンディ・ジャパン [Q]：事業成長のところの 29.7 億円のプラスは、先ほどのお話ですと収益構造改革で、今期は前期に比べて 10 億円から 15 億円の効果があるとおっしゃっていました。その差し引きで 15 億円から 20 億円分ぐらいが、事業成長で利益が上がっているという理解でよろしいのでしょうか。

内藤 [A]：私が先ほど申し上げました 10 億～15 億円は、コスト削減という観点での効果で、主に人件費等に関する効果です。

いわゆる粗利の改善効果、プライシングや仕入れ原価などの効果も 29.7 億円のほうに含まれてございます。これらに加えて既存事業の成長を合算すると約 30 億円になるとご理解いただければと思います。

アムンディ・ジャパン [Q]：P28 のスライドの左側の「前期までの取り組み」で収益性が良化というのは、ほぼ確実に効果が見えている数字ということですね。

内藤 [A]：そうですね。これは既に発現しているという理解です。

アムンディ・ジャパン [Q]：そうすると不確実性の高いところでいいますと、やはり事業成長のところの 29.7 億円がいかにかにできるか、やれるかということでよいでしょうか。

内藤 [A]：ご指摘のとおりです。もちろんマイナス 21.8 億円という部分についても、戦略投資の部分ですので、成長を見ながらトレードオフの関係で、コントロールしてまいります。計画した投資をきっちりやった上で、計画どおりの利益を積み上げていきたいと考えています。

アムンディ・ジャパン [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございます。それでは次のご質問です。こちら匿名のご質問になります。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

匿名 [Q]：スライド P5 に記載の、2025 年 2 月期一過性費用と同水準の戦略投資を 2026 年 2 月期に見込んでおりますが、こちらの中身をもう少し詳細にご説明いただけますでしょうか。

来期の 100 億円に向けて、今期の 57 億円に戦略投資を足し戻した 80 億円の営業利益に対して、さらなる事業成長と構造改革効果を積み上げる組立てになりますでしょうか。

内藤 [A]：まずご質問の前半部分については、先ほどのご質問と重複するので割愛します。

来期の 100 億円に向けた取り組みでございますけれども、今期は成長戦略費用 21.8 億円を投資した上で、営業利益は 57 億円ということでございます。投資については引き続き必要ですが、57 億円に今期戦略費用の 21.8 億円を足すとほぼ 80 億円です。こちらがいわゆる今期末の、実力数値というかたちになろうかと思えます。

残り 20 億円、どうやって組み立てるのか。販管費の削減は前期ならびに今期でほぼやり切ります。

値付け（プライシング）については、一律で乱暴な値上げはせず、マーケット状況やブランドのコンディションを見ながら、徐々に対象ブランドを拡大してまいります。こちらについては前期の下期から徐々に効果が発現しておりますが、本格的に発現してくるのはこの下期以降になろうかと思えます。

それから仕入れコストの削減については、プライシングよりも効果の発現に時間がかかります。販売する商品が 1 年～1 年半前ぐらいに仕入れの構造が固まる仕組みですので、前期から取り組んでございますけれども、効果の発現が本格化するのは、この下期以降でございます。

そういう意味では来期の 100 億円と今期末の一つの数字の 80 億円からの成長部分は、主にはプライシングや仕入れコストの削減、それから好調ブランドの成長によるものです。もちろん M&A ということも同時並行でやっておりますけれども、構造改革と成長戦略の 2 軸で、残りの 20 億円強を積み上げるかたちで考えてございます。

下地 [A]：ご質問ありがとうございます。昨年から大きな構造改革の中で、今期よりスタートしております組織改革として、横串の強化を図っています。各ブランドが商品やコンテンツの部分で最大限強化をしまして、そのバックアップのサポートとして生産体制の見直しも行っておりまして、

仕入原価ですとか、プライシング、マーケットに合った値段を非常により精緻なかたちで、進められる仕組みを作りました。この件に関して生産統括部長の山本に話をしてもらいたいと思います。

サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

山本 [A]：生産統括、山本でございます。よろしくお願いいたします。今、内藤、下地が発言したとおり、昨年から仕入れにおける収益構造改革を行っております。

具体的な話でいくと長くなりますので割愛させていただきますが、過去、事業会社およびディビジョンというかたちをとっていたために、仕入先数が約 1,500 社まで拡大しております。SPA 業態で約 500 社あり、昨年からの部分の集約をかけております。約 3 社の商社集約を図り、仕入れ先 500 社の約 45%を集約していく想定です。それによって、商社マージンを含めてある程度、抑制していきます。

弊社では中国生産が約 80%ございますので、そのうち約 25%～30%を ASEAN へ移管を進めております。四半期ベースでどのぐらいの収益構造改革が行われているか、原価がどれぐらい圧縮されているかは、またご報告させていただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

司会 [M]：ありがとうございました。

本日はお忙しい中、ありがとうございました。引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

下地 [M]：ありがとうございました。

[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
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790
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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com