



2027年2月期 第1四半期

決算説明会

株式会社TSIホールディングス(証券コード:3608)

2026.07.15



NATURAL BEAUTY
BASIC

AGENDA

- 1 2027年2月期 第1四半期決算概況
- 2 販売チャネル別概況
- 3 事業トピックス
- 4 補足資料

Next Agenda

2027年2月期 第1四半期決算概況



JILL by JILL STUART

エグゼクティブサマリー

- ✓ 当四半期を通じ、日本国内の消費、物価、雇用情勢などは堅調に推移し、それを背景とした賃上げが進行した。一方で、円安・物価高による生活防衛意識の高まりや、中東紛争など地政学リスクの顕在化により、先行きへの懸念が増している。
- ✓ アパレル市場においては、マクロ経済環境の影響に加え、春の気候が例年よりも安定的かつ高めの気温で推移したことがポジティブに作用し、消費マインドおよび市場環境は総じて堅調であった。
- ✓ 当社の業績は、デイトナ・インターナショナルとウォーターフロントが期初から連結されたことや、主力ブランドの売上回復により、大幅な増収となった。また、営業利益においては第1四半期として過去最高となった。

業績ハイライト

売上高はM&Aによる連結範囲の拡大および既存事業の成長により前期比で増収となり、加えて収益構造改革などのコストコントロールの効果で、営業利益は前期比+65%と大幅な増益につながり、第1四半期として過去最高の営業利益となった。計画に対しても順調な進捗。

売上高

第1四半期

462億円

対前期
+106億円 (130.0%)

営業利益

第1四半期

25億円

対前期
+ 9 億円 (165.8%)

純利益

第1四半期

21億円

対前期
+ 1 億円 (106.8%)

- 売上高は、デイトナ・インターナショナルおよびウォーターフロントの連結寄与により増収。
また、主力ブランドを中心に回復が見られ、既存事業においても増収となった。
- 営業利益は、売上高向上の影響に加えて、メリハリをつけたコストコントロールを実行し、大幅増益。
- 純利益は増益を確保（前期は税効果の影響で一時的に良化していた）。

業績ハイライト

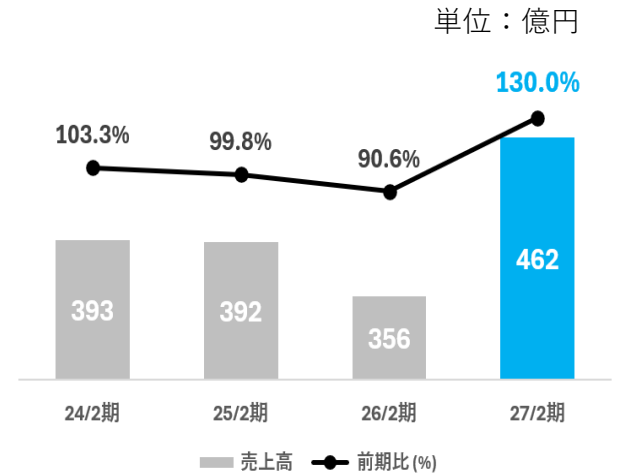
売上高

462億円

前期比 130.0%

前期差 +106億円

- M&Aにより連結したデイトナ・インターナショナルおよびウォーターフロントの寄与により大幅増収
 - 既存事業
 - メンズカジュアルブランドが引き続き2桁増収
 - 「NATURAL BEAUTY BASIC」「JILL by JILL STUART」などのウィメンズブランドが回復
- ➡ 既存事業ベースでの売上高は前年同期比102.8%



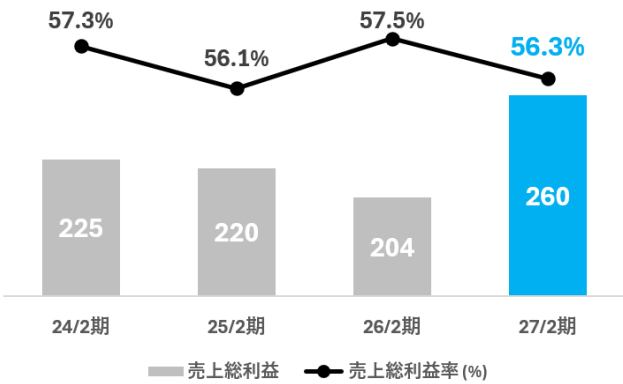
売上総利益

260億円

前期比 127.3%

前期差 +55億円

- M&A 2社の事業構成の影響により売上総利益率は前年同期比1.2pt低下
 - 既存事業では、間接原価の改善が売上総利益率向上に貢献
 - 仕入改善や過年度在庫消化で直接原価は改善したが、OFF率悪化で相殺
- ➡ 既存事業ベースでの売上総利益率は前年同期比0.2pt改善



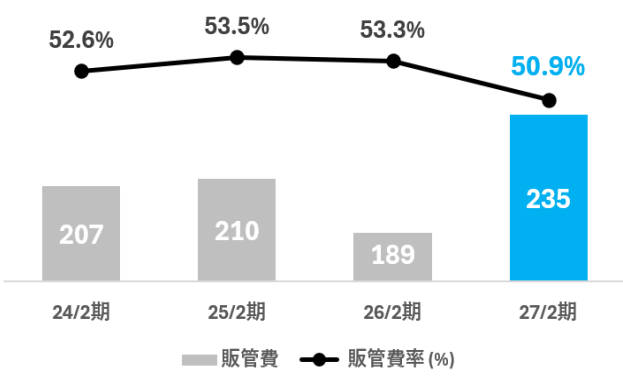
販管費

235億円

前期比 124.3%

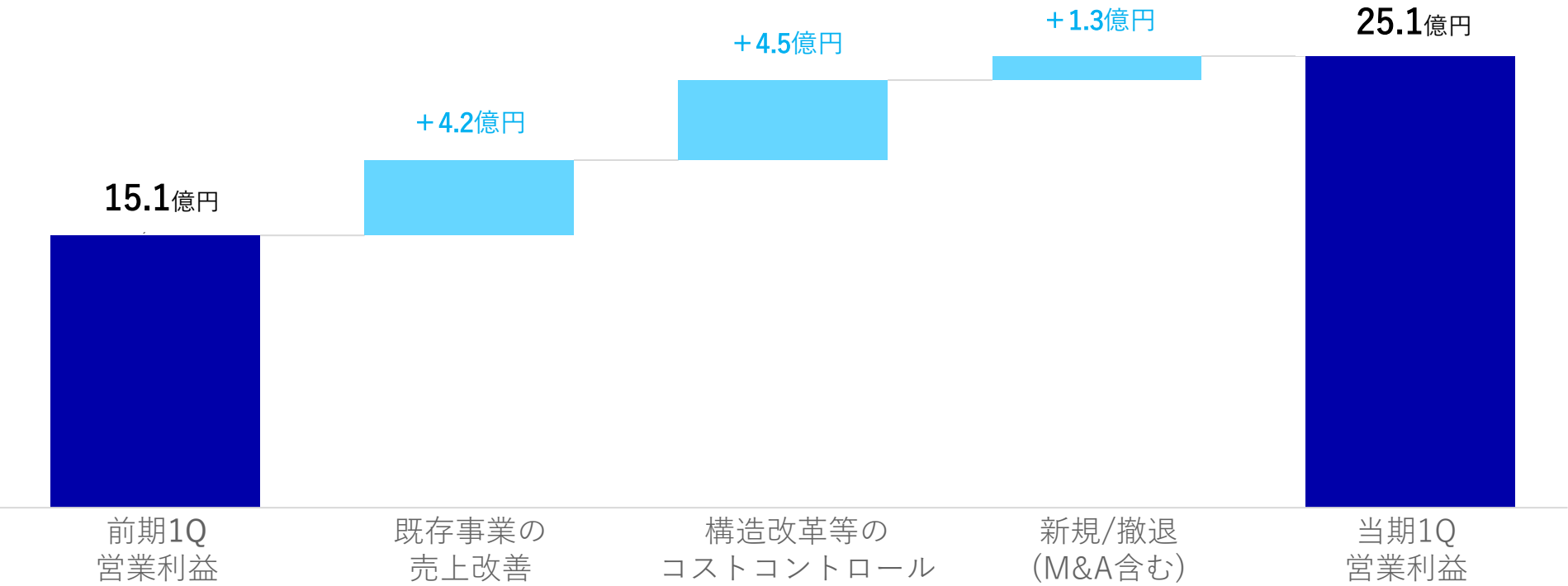
前期差 +45億円

- M&A 2社の事業構成の影響で良化し、前年同期比2.4pt改善
- 既存事業の売上回復により、人件費などの固定費効率が改善
- 広告販促費は抑制傾向から効率向上を前提とした積極投入に転換
- 全般的に、既存事業での販管費コントロールが改善に貢献した



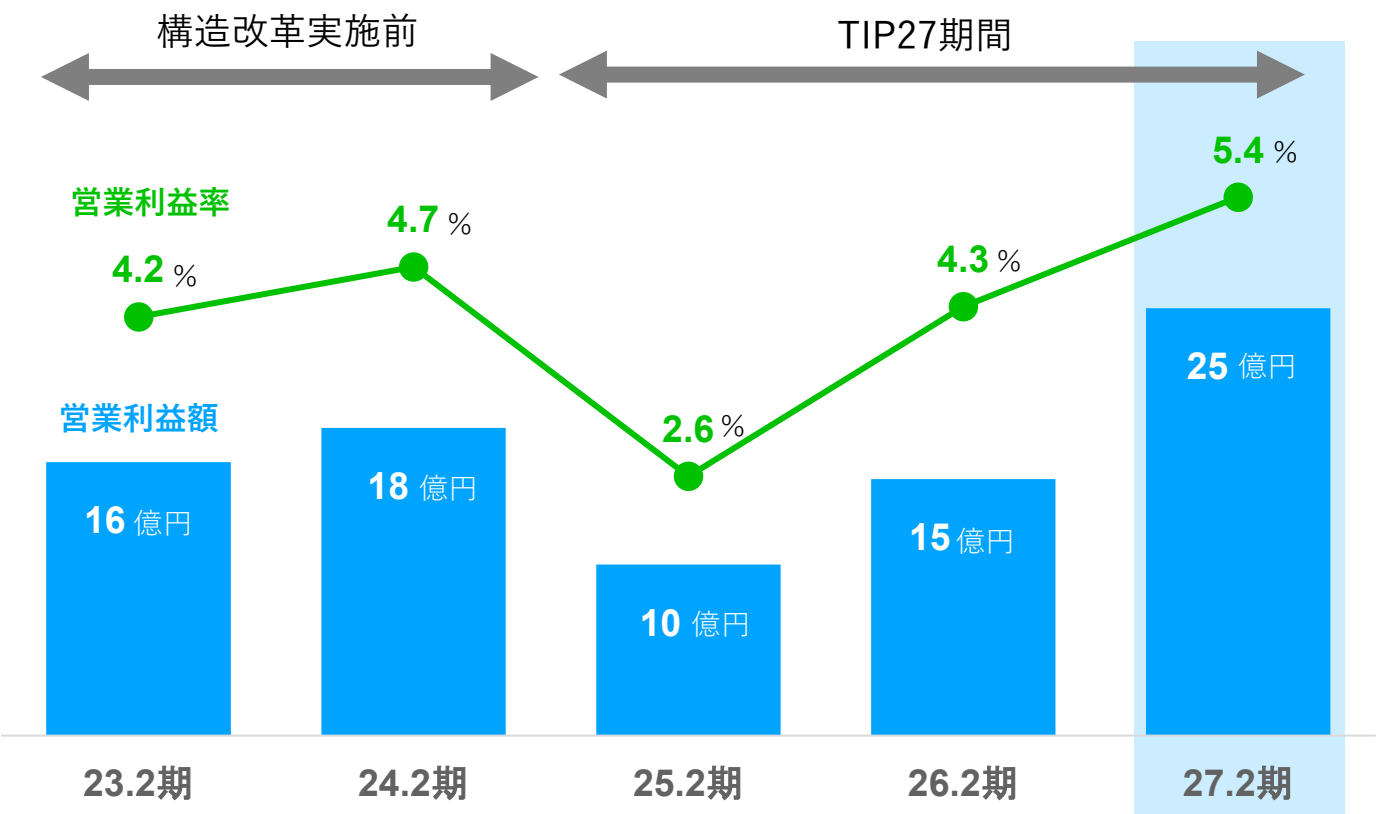
営業利益について – 前期比影響項目の内訳 –

主力ブランドを中心とした既存事業の売上回復が、営業利益の改善に貢献した。
また、構造改革の考え方を一段階進め、売上原価の改善を継続する一方で、前期まで抑制傾向であった広告販促費を積極的に投入するなど、コスト全体としてメリハリをつけたコントロールを行ったことで、収益力向上につながった。
加えて、前期撤退事業のプラス影響およびM&Aを含む新規事業により、さらなる改善を積み増した。



営業利益について – 過去 5 か年の推移 –

第1四半期としては過去最高益となり、計画に対しても順調に進行した。
構造改革実施前には低収益が常態化していたが、TIP27※においては初年度に課題を整理したことで、収益改善の取り組みが着実に数字で表れてきている。



TIP27の成果が実現

既存事業売上回復で
利益水準が向上

構造改革を一段階進め
更なる収益力向上

過去最高の営業利益

※ TSI Innovation Program 2027の略

純利益影響項目の内訳

受取配当金、持分法投資利益などの営業外収益により、営業外損益は約+8億円、経常利益は33億円。
支払利息はM&A資金の借り入れにより増加している。
この結果、税引前純利益は35億円、親会社株主に帰属する四半期純利益は21億円（利益率4.5%）となった。

営業外収益

- 受取配当金 5 億円
- 為替差益 1 億円
- 持分法投資利益 2 億円

営業外費用

- 支払利息 2 億円

特別損益

- 投資有価証券売却損益(益) . . . 2 億円

法人税等

- 法人税 / 住民税 / 事業税 13億円
- 法人税等調整額 1 億円

※ 主要科目のみ表示

貸借対照表

		2026.2期 第1四半期末		2027.2期 第1四半期末			
		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 (%)
流動資産		72,822	56.4%	79,083	46.8%	6,261	108.6%
	うち現金及び預金	32,025	24.8%	26,438	15.7%	▲5,587	82.6%
	うち棚卸資産	26,088	20.2%	32,302	19.1%	6,214	123.8%
固定資産		56,201	43.6%	89,803	53.2%	33,602	159.8%
	うち投資有価証券	24,472	19.0%	24,488	14.5%	16	100.1%
	うち投資不動産	2,245	1.7%	2,314	1.4%	69	103.1%
資産合計		129,024	100.0%	168,887	100.0%	39,863	130.9%
流動負債		18,251	14.1%	39,487	23.4%	21,236	216.4%
	うち短期借入金	92	0.1%	12,682	7.5%	12,590	13784.8%
	うち1年内返済予定の長期借入金	1,160	0.9%	5,247	3.1%	4,087	452.3%
固定負債		5,424	4.2%	36,650	21.7%	31,226	675.7%
	うち長期借入金	102	0.1%	30,309	17.9%	30,207	29714.7%
負債合計		23,676	18.4%	76,137	45.1%	52,462	321.6%
純資産		105,348	81.6%	92,750	54.9%	▲12,598	88.0%
	うち自己株式(▲)	▲4,137	-3.2%	▲8,195	-4.9%	▲4,058	198.1%
負債純資産合計		129,024	100.0%	168,887	100.0%	39,863	130.9%

現金及び預金

- 前期比82.6%。成長投資(M&A)、株主還元、借入金返済などで減少しているが、適正な運転資金の範囲内

棚卸資産

- M&Aで増加したが、既存事業ベースは前期並み
- 在庫効率化をグループ全体として引き続き強化する

投資有価証券

- 政策保有株の売却を、合意した相手先から順次進行中

短期/長期借入金

- 運転資金およびM&A資金の銀行借り入れで増加
- コミットメントライン設定による機動的な借入を実施

自己株式

- 2026年4月に30億円の自己株式取得を実施

Next Agenda

販売チャネル別概況



販売チャネル別売上

国内リアル店舗合計売上高は+44億円、前期比119.9%。
百貨店は事業撤退影響が一巡し、同101.3%。直営店は既存のメンズカジュアルブランドの好調とM&A効果で、同124.3%となった。国内その他はゴルフ事業の卸売りのプラス影響により同125.4%。
海外は前期事業撤退の影響と米国HUFの卸売り苦戦が継続しているため、同64.5%となった。

		2025年2月期※ ³ 第1四半期実績	2026年2月期 第1四半期実績	2027年2月期※ ⁴ 第1四半期実績	前期比
国内小売	百貨店	52億円 (構成比：13.4%)	42億円 (構成比：11.9%)	42億円 (構成比：9.3%)	101.3%
	直営店※ ¹	187億円 (構成比：47.8%)	180億円 (構成比：50.6%)	223億円 (構成比：48.4%)	124.3%
	EC	80億円 (国内小売EC化率：25.1%)	68億円 (国内小売EC化率：23.5%)	128億円 (国内小売EC化率32.6%)	188.3%
	国内その他※ ²	42億円 (構成比：10.8%)	41億円 (構成比：11.6%)	51億円 (構成比：11.2%)	125.4%
	海外	29億円 (構成比：7.6%)	23億円 (構成比：6.7%)	15億円 (構成比：3.3%)	64.5%

※¹ 直営店：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 一部修正しております。連結売上高には影響ございません。
※⁴ 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

EC売上

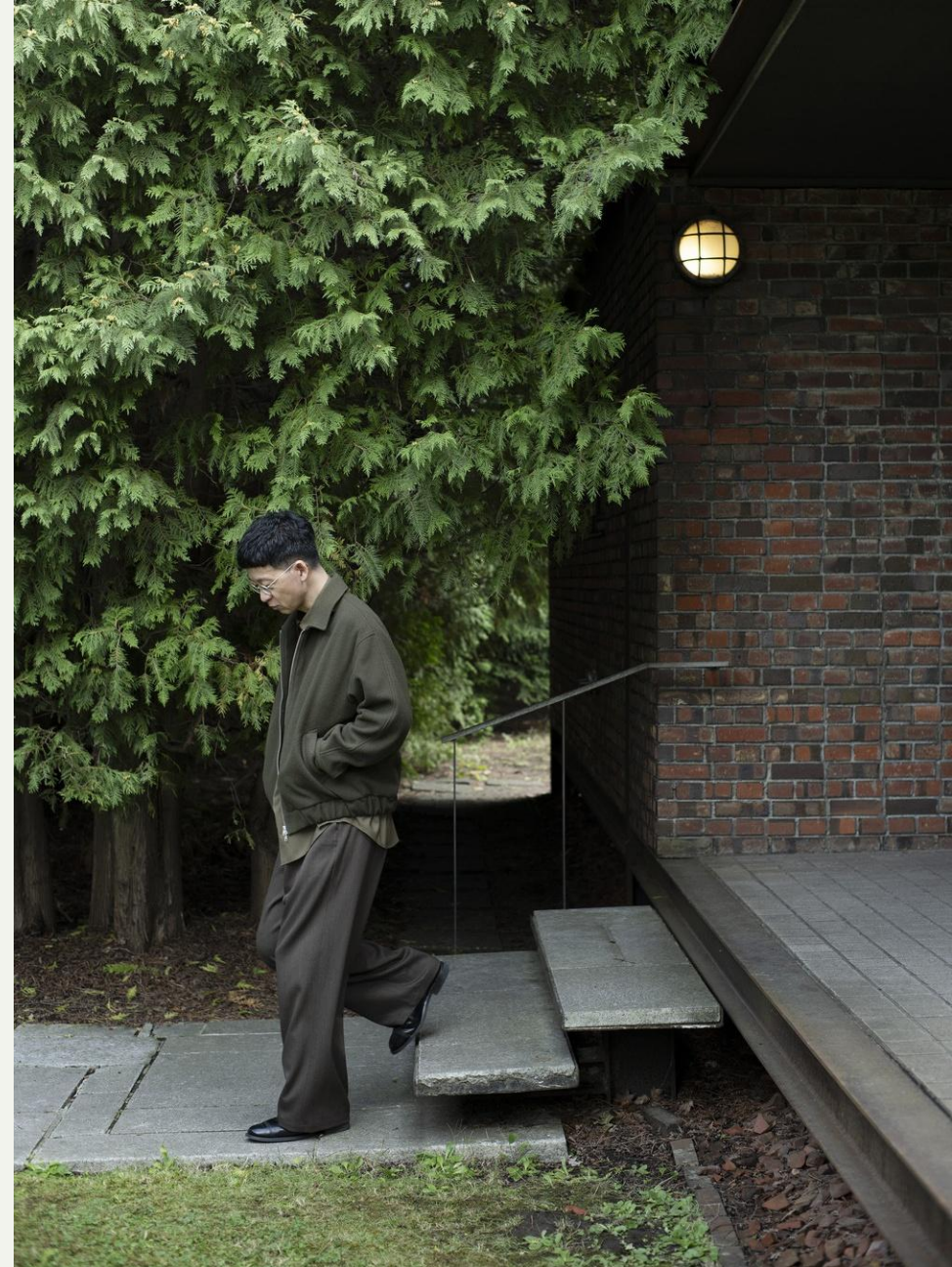
国内EC売上高は+60億円、前期比188.3%。M&A 2社が自社・3rdとも大きく貢献。
国内自社EC売上高は+22億円、同186.7%。3rdECは+37億円、同189.4%。
海外ECは前期に米国の一部事業を譲渡した影響により、同41.8%。

		2025年2月期※2 第1四半期実績		2026年2月期 第1四半期実績		2027年2月期※3 第1四半期実績	前期比
国内EC	自社EC (国内EC自社比率)	34億円 (43.1%)	▶	26億円 (38.3%)	▶	48億円 (38.0%)	186.7%
	3rdEC (国内EC 3rd比率)	45億円 (56.9%)	▶	42億円 (61.7%)	▶	79億円 (62.0%)	189.4%
	国内EC合計 (国内EC化率)	80億円 (25.1%)	▶	68億円 (23.5%)	▶	128億円 (32.6%)	188.3%
	海外EC (海外EC化率)	9 億円 (32.5%)	▶	7 億円 (31.0%)	▶	3 億円 (20.1%)	41.8%
	EC売上高合計 (EC化率)※1	90億円 (25.7%)	▶	75億円 (24.1%)	▶	131億円 (32.1%)	174.0%

※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 一部修正しております(海外EC)。連結売上高には影響ございません。
※3 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

Next Agenda

事業トピックス



Dice&Dice

主力ブランド

主力ウィメンズブランドの売上に回復傾向が見られ、特に既存店と自社ECを中心に伸長し、全体を押し上げた。
「AVIREX」を始めとするメンズブランドや、「FREAK'S STORE」は好調を維持。

FREAK'S STORE

(参考値)

前期比 106.0%

- 前年を上回る事業伸長を達成。各販路において堅調な成長が続いている。
- 海外展開に向け、5月に開催した台湾でのPOP UPが好評を博した。これを受け、今秋を目途に台湾にて海外初の路面店オープンを予定。

AVIREX®

前期比 125.7%

- 定番アイテム、コラボ商材、ノベルティフェアなどの企画が好評。客数が大きく伸長し、2ケタ増収。
- HIP HOP FESTIVAL「POP YOURS」に初のウィメンズPOP UP「AVIREX WOMAN」を出店。更なるウィメンズ強化やファン獲得につながった。

MARGARET HOWELL

前期比 106.2%

- 3月はブランドを代表するリネン素材のシャツを訴求したことにより好調に推移。
- 店舗・自社ECとの連動施策および大型連休の販促施策が奏功し、各販売チャネルでリピーターの集客につながった。

NATURAL BEAUTY BASIC

前期比 103.1%

- 店舗の再編や退店などを行った結果、既存店の客数が伸長し全店ベースで前年売上を上回った。
- 商品展開の見直しにより在庫消化が改善され回復基調に。
- 8月より30周年を記念した特別企画を順次展開予定。

N A N O universe

前期比 90.4%

- 既存店売上は前年並みを維持したが、退店影響により売上は前年を下回った。
- 在庫最適化と広告効率を見直し、更なる収益改善を図る。
- 大人気シリーズ「Anti Soaked®」は「Brooks Brothers」とコラボし、欠品が出るほどの人気を博した。

PEARLY GATES

前期比 98.2%

- 自社ECに回復が見られたが、アウトレットを中心に店舗の客数が戻り切らず前年割れとなった。
- 利益面では伸長しており、収益性は改善している。
- コラボ施策や限定品が集客につながり、売上を下支えした。

成長・好調ブランド

好調ブランドでは、ニーズや季節性を捉えた商品企画と適正な投入により売上拡大につながっている。
また「JILL by JILL STUART」は台湾での展開を開始するなど、新たな販路拡大を狙う。

Schott
N.Y.C.

前期比 **121.2 %**

- 前期比・計画比ともに上回り、順調に推移。ブルゾンやシフォンスカジャンが好調に売上を伸ばし、人気のヒッコリーデニムも継続して高い販売実績を維持した。
- 5月は「Miller」とのコラボレーションが寄与し、タンクトップの販売が好調に推移した。



▲ 好調をみせたシフォンスカジャン



▲ 米国発のアンダーウェアブランド「Miller」とのコラボ

JILL by JILL STUART 前期比 **110.4 %**

- 全チャネルで増収。既存店売上では+15%となり客数・客単価ともに前年を上回る結果となった。
- 特に3~4月に展開した「新生活需要向け商品」（財布やレザー小物）が好調となり売上を牽引。
- 台湾「NANO universe ららぽーと台北南港」店舗内にて取り扱いを開始。



▲ 「新生活需要向け」のギフト等が高稼働



▲ 「ららぽーと台北南港店」

STUSSY

前期比 **102.8 %**

- 原宿・渋谷・大阪店にて限定の「Chapter Packシリーズ」販売により売上が伸長した。
- 商品投入の適正化により在庫を安定供給し、客単価の上昇につながった。
- 顧客満足度を高めるため、接客時間を確保し、買上げ率の向上を目指す。



▲ 好調な「Chapter Packシリーズ」



(株)ウォーターフロントの進捗



2025年12月より連結子会社となったウォーターフロントは、前年同期比110.0%（※参考値）と堅調。POP UP開催やイベントなどの販促施策を通じて、さらなる認知拡大と売上伸長を図る。

初のPOP UPを開催

直営店限定の「COKAGE+」や、POP UP限定色も用意し、ブランドの認知拡大を図る。

- 京都ポルタ：6月9日(火)～6月29日(月)
- 東京ソラマチ B3階：7月1日(水)～7月31日(金)
- 三井アウトレットパーク入間 2階：7月4日(土)～9月30日(水)



▲京都ポルタ



◀ COKAGE+
東レ サマーシールドIIを使用した最高水準の日傘。
UVカット率100%、遮光率100%、遮熱率シリーズ最高値67%の生地を使用。

「Waterfront 自由が丘店」にて母の日イベント開催

5/9(土)・10(日)の2日間、母の日に合わせた初のイベント開催。母の日の贈り物としての傘のご提案は、多くのお客様から反響をいただいた。



商品をご購入された方への1輪のお花プレゼント。



先行していた店舗ラッピングは、コラボ商品でも採用している“memorif.”による、華やかなデザインが好評。

グループ会社の自社ECサイトでの取り扱い開始

既存の販売チャネルに加え、グループ内ECを活用することで、これまでリーチしきれなかった顧客層への接点拡大を図る。



MIX.tokyo

Daytona Park



mix.tokyoの進捗

周年イベントを中心とした施策等により売上高は継続的に伸長し、メンバーズ登録数も堅調に拡大。
イベント協賛に加え、AIモデルを活用した着用画像生成の試験運用を開始し、認知拡大と運用基盤の構築強化を図る。

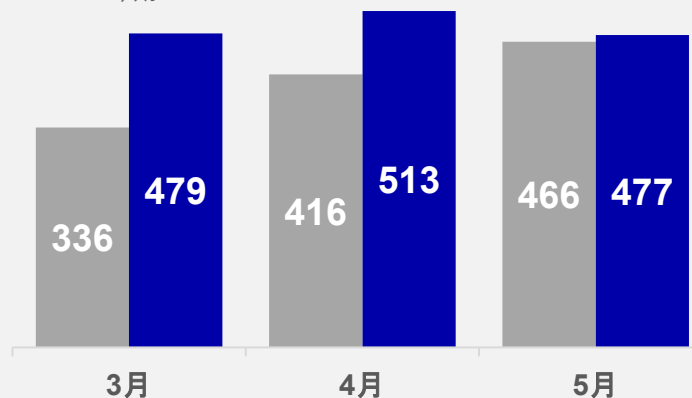
mix.tokyo 売上推移

1Q累計前期比 122.9%

単位：百万円

前期

今期



- 3か月を通じて主力ブランドを中心に客数が回復し、各月で前年実績を上回って推移。1Q累計の前期比は123%と好調であった。
- メンバーズ登録数は約117万人。新規登録者数は前期比112.0%と堅調に推移。

認知拡大施策



▲会場には19,300人が来場

国内最大級のファッション＆音楽イベント「Rakuten GirlsAward 2026 S/S」に、「FREE'S MART」が出演。
“mix.tokyo”の取り扱いブランドとして、注目度の高い大舞台でブランドの魅力を発信。



▲街中をAD CARにて宣伝



▲「mixtokyo」(左)、「HUF」(右)ブース

若年層への認知拡大と新規会員獲得を目的に、次世代クリエイターが集うイベント「FORTY DEGREES JAPAN」に“mix.tokyo”が協賛。

AIモデルを活用した着用画像生成の試験運用を開始

Before



After



イメージ図

EC撮影業務の効率化と品質向上を目的に、AIモデルを活用した着用画像生成の試験運用を開始。
撮影工数や制作リードタイム、コスト削減を目指すとともに、将来的な制作の効率化に向けた運用基盤の構築を進める。

サステナビリティ経営

当社はサプライチェーン全体の環境問題の解決に向けた取り組みにおいて、高い外部評価を獲得。
今期はリユース事業や地域社会への継続支援など、事業活動を通じてサステナビリティ経営をさらに加速させていく。

ガバナンス

サプライヤーエンゲージメント
評価で2年連続「A」を獲得



CDPが毎年実施するサプライヤーエンゲージメント評価において2年連続で「A」評価を獲得。サプライチェーン全体での気候変動対応をさらに推進していく。

環境

「AVIREX」より公式リユース
販売サイトがオープン



お客様やスタッフの愛用アイテムを回収・メンテナンスし、次の持ち主へ受け継ぐ、ブランドの歴史と循環を体現するプロジェクト。
2026年3月から買い取りを開始し、6月中旬にリユースECサイト「AVIREX ARCHIVE MARKET」をオープン。

社会

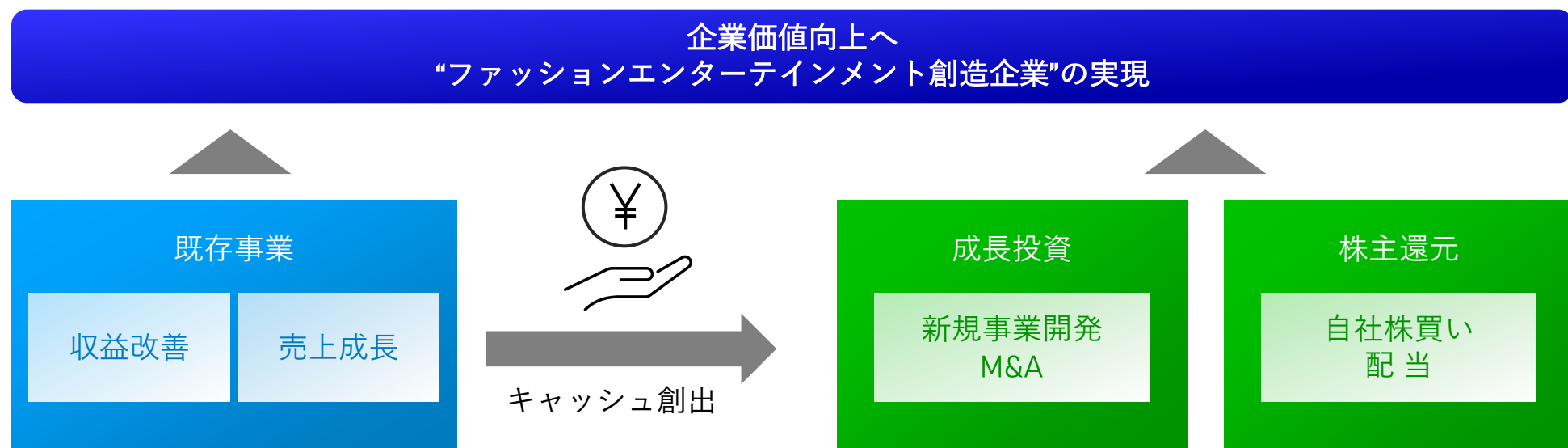
包括連携協定を結ぶ北海道上川町
で地域支援活動を継続



「上川学園構想フェス」にて、ゴルフアパレル「Jack Bunny!!」によるゴルフ体験や残反を活用したワークショップを実施し、地域のこどもたちの学びと成長を支援。

第2四半期以降に向けて

- 1Qは連結ベース・既存事業ベースともに増収増益の結果となり、構造改革の成果に加えて、前期に課題だった“売る力”の向上に手ごたえを得られつつある。
- デイトナ・インターナショナルおよびウォーターフロントのグループ入りを契機に、TSIグループ全体の既存事業を含めた一体感の醸成や意識改革が進んでいる。
- 働く場所として選ばれ続ける会社をめざし、経営層と社員の対話の機会を大きく増やすとともに、学生の就職先としての人気も向上してきている。
- 既存事業、成長投資、株主還元のすべてを強化し、企業価値の向上を図る。



ファッションエンターテインメントの力で、
世界の共感と社会的価値を生み出す。

ファッションエンターテインメント創造企業
TSI HOLDINGS GROUP

Next Agenda

補足資料



AVIREX®

2027年2月期 第1四半期業績ハイライト

第1四半期概況

(新収益認識基準)

	2026.2期 第1四半期累計		2027.2期 第1四半期累計			
	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	35,605	100.0	46,279	100.0	10,673	130.0
売上総利益	20,478	57.5	26,075	56.3	5,596	127.3
販管費	18,964	53.3	23,563	50.9	4,599	124.3
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	18,128	50.9	22,043	47.6	3,914	121.6
のれん償却費	114	0.3	574	1.2	459	502.0
減価償却費	721	2.0	946	2.0	225	131.2
営業利益	1,514	4.3	2,512	5.4	997	165.8
経常利益	1,916	5.4	3,316	7.2	1,400	173.1
特別利益	361	1.0	265	0.6	▲95	73.5
特別損失	252	0.7	41	0.1	▲211	16.3
税金等調整前当期純利益	2,025	5.7	3,541	7.7	1,515	174.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,966	5.5	2,100	4.5	134	106.8
EBITDA ※	2,350	6.6	4,032	8.7	1,682	171.6

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費
※ 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

2027年2月期 第1四半期業績ハイライト

販路別の売上高
(新収益認識基準)

		2026.2期 第1四半期累計		2027.2期 第1四半期累計			
		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)
百貨店	百貨店	4,233	11.9	4,290	9.3	101.3	▲2.6pt
	直営店 ^{※1}	18,018	50.6	22,397	48.4	124.3	▲2.2pt
	自社サイト	2,621	7.4	4,893	10.6	186.7	+3.2pt
	その他	4,218	11.8	7,990	17.3	189.4	+5.4pt
	EC(E-Commerce)	6,840	19.2	12,884	27.8	188.3	+8.6pt
	その他 ^{※2}	4,118	11.6	5,163	11.2	125.4	▲0.4pt
	国内合計	33,212	93.3	44,736	96.7	134.7	+3.4pt
	EC(E-Commerce)	742	2.1	310	0.7	41.8	▲1.4pt
海外合計		2,393	6.7	1,542	3.3	64.5	▲3.4pt
EC(E-Commerce)		7,583	21.3	13,194	28.5	174.0	+7.2pt
総合計		35,605	100.0	46,279	100.0	130.0	-

※1 直営店：ファッションビル、駅ビル、路面店、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等
※3 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

2027年2月期 第1四半期業績ハイライト

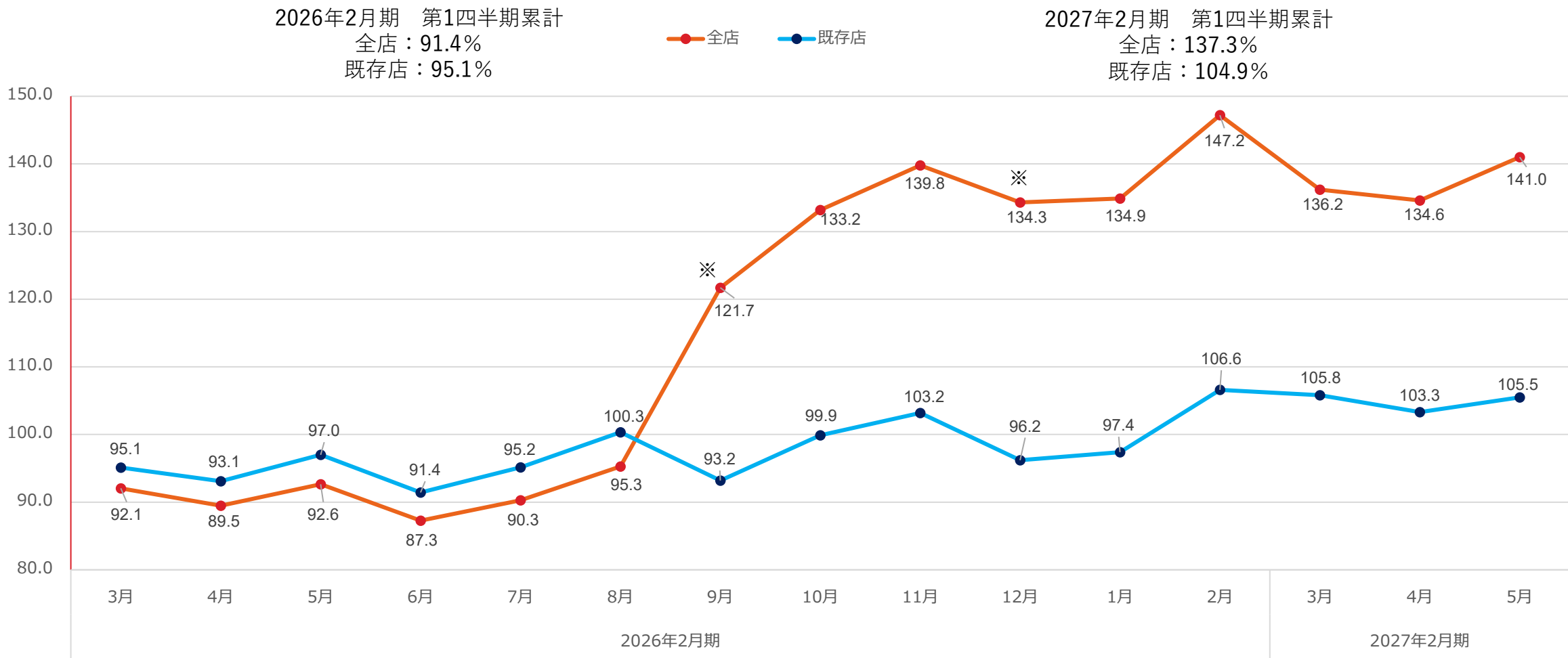
ブランド別の売上高
(新収益認識基準)

	2026.2期 第1四半期累計			2027.2期 第1四半期累計			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. FREAK'S STORE ^{※1}	-	-	-	9,451	20.4	50.6	-	-
2. MARGARET HOWELL	3,102	8.7	63.1	3,351	7.2	62.0	108.0	▲1.1pt
3. NATURAL BEAUTY BASIC ^{※2}	2,994	8.4	66.4	3,086	6.7	65.8	103.1	▲0.6pt
4. NANO universe	3,156	8.9	59.9	2,866	6.2	58.3	90.8	▲1.5pt
5. PEARLY GATES ^{※2}	2,599	7.3	55.9	2,550	5.5	59.9	98.1	+4.0pt
6. AVIREX	2,027	5.7	61.5	2,547	5.5	64.9	125.6	+3.4pt
7. STUSSY	1,492	4.2	51.6	1,534	3.3	49.1	102.8	▲2.4pt
8. New Balance Golf	1,342	3.8	51.9	1,487	3.2	51.8	110.8	▲0.1pt
9. HUF	1,377	3.9	57.5	1,197	2.6	56.4	86.9	▲1.1pt
10. human woman	874	2.5	65.8	976	2.1	64.1	111.7	▲1.7pt
TOP10 計	18,969	53.3	59.9	29,050	62.8	57.0	153.1	▲2.9pt
その他 計	15,350	43.1	55.7	17,197	37.2	55.2	112.0	▲0.5pt
継続ブランド 計	34,319	96.4	58.1	46,248	99.9	56.4	134.8	▲1.7pt
廃止ブランド 等	1,286	3.6	42.9	31	0.1	38.7	2.4	▲4.2pt
合計	35,605	100.0	57.5	46,279	100.0	56.3	130.0	▲1.2pt

※1 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。
 ※2 ブランドの集計を変更しております。
 前期および当期の「NATURAL BEAUTY BASIC」に「N.Natural Beauty Basic*」の売上高・売上総利益を加算して記載しております。
 前期および当期の「PEARLY GATES」から「MASTER BUNNY EDITION」の売上高・売上総利益を除外して記載しております。

2027年2月期 第1四半期業績ハイライト

国内 既存店・全店 売上高の推移



2027年2月期 第1四半期業績ハイライト

店舗数の状況

		2026.2期 第1四半期	2026.2期 期末	出店	退店	2026.2期 第1四半期	前年同期差	前期末差
ア パ レ ル	国内	692	724	+13	▲4	733	41	9
	海外	16	16	-	-	16	0	0
	合計	708	740	+13	▲4	749	41	9
飲 食	国内	4	5	+1	-	6	2	1
コ ス メ	国内	31	30	-	-	30	▲1	0
総計		743	775	+14	▲4	785	42	10

※ 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。(65店舗)
2025年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。(1店舗)

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、計画など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。