



NATURAL
BEAUTY
BASIC

PINKY&DIANNE



Schott
N.Y.C.



Go your Go

Way. Way
Jack Bunny!!



SEVEN BY SEVEN

株主さまと(株)TSIホールディングスをつなぐ

TSI JOURNAL

2024

WINTER

証券コード：3608

TSI TopMessage

平素は格別のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。

2025年2月期上期の業績と今後の取り組みについてご報告申し上げます。

今期から全社をあげて低収益体質からの脱却を図るため、大規模な構造改革をスタートいたしました。半期が過ぎ、少しずつではありますが、収益の面でも変化が見られるようになってきています。下期に向けても、引き続き商品のクオリティを落とすことなく、お客様に楽しんでいただける、美しい商品を作りながら、この大きな決断である構造改革を進めてまいりたいと思っております。そして、中期経営計画「TSI Innovation Program 2027」で発表しているとおり、2027年2月期の決算発表時にはお約束の営業利益100億円を達成するべく、全社一丸となって取り組んでまいります。これは、すべてのステークホルダーの皆さまに向けての当社の意思であり、皆さまのご指導を賜りながら必ずや達成する所存です。

上期は売上高、営業利益、純利益のすべてで計画を達成しております。とくに営業利益は売上成長と構造改革による効果発現により、当初計画に対し、+6.7億円と上振れでの着地になりました。販管費も効率化による削減が進んでおり、販管費率は-0.8ptの改善を実現しています。

主力ブランドの「マーガレット・ハウエル」「ナノ・ユニバース」「アヴィレックス」「ステューシー」に加え、「セブンバイセブン」「イレーヴ」など前年比2桁以上の成長を達成したブランドが多数存在したことは喜ばしいかぎりです。

それに伴い、収益改善が困難と判断したブランドは縮小・撤退し、新規ブランドの開発を行い、新しいマーケットやニーズを作っていく準備を進めております。

まず10月には米国のアパレルメーカー「Alpha Industries, Inc. (ア



代表取締役社長
下地 毅
(しもじ つよし)

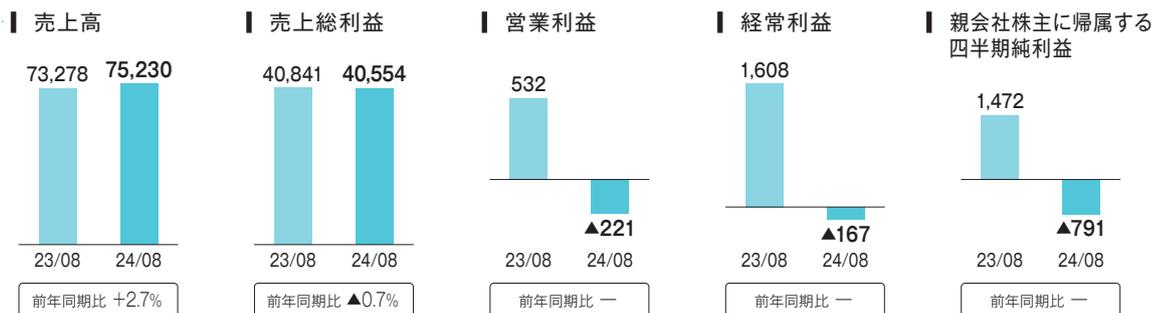
ルファ・インダストリーズ)」と2025年秋からの日本における独占販売代理店契約およびライセンス契約を締結いたしました。これにより、日本のフライトジャケット市場における大きなシェアを獲得し、「アヴィレックス」ともどもより高いクオリティの商品を作る環境が整いました。

また、グループの海外事業会社である米国Efuego Corpが、オレゴン州を拠点に「TACTICS(タクティクス)」の屋号で運営するスケートボードとスノーボード用品の小売店舗がこのたび日本市場に初参入。11月2日に札幌のショッピングモール「サッポロファクトリー」に日本初の実店舗をオープンし、同時にEコマースのサイトもスタートいたしました。

さらに3月より社内コンペでチームを作り、当社初のユニバーサルデザインにも挑戦しています。ビジネスとしては時間がかかるかもしれませんが、「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。」というパーパスに基づき、ファッションの力で障がい者の方を前向きにし、社会課題の解決につながればと考えています。

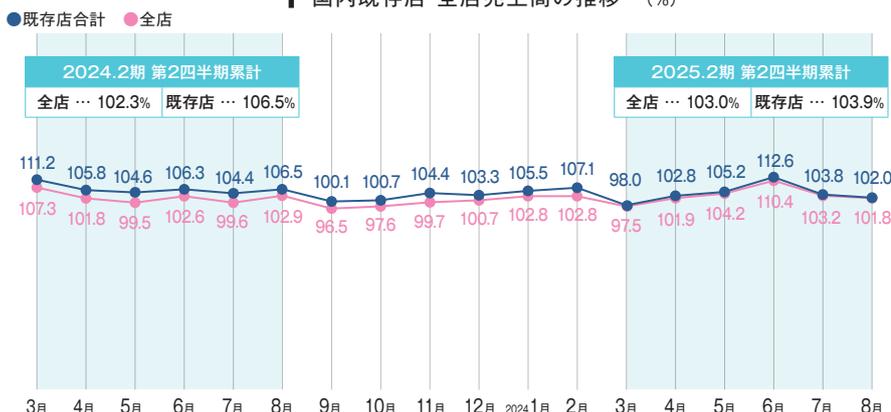
世界中のお客様にとって、素晴らしい存在価値のあるブランドで社会に貢献し、喜びと幸せを与え続ける企業として日々、努力、精進してまいりますので、株主の皆さまにはどうかご期待いただき、これからもなお一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

業績ハイライト (百万円)



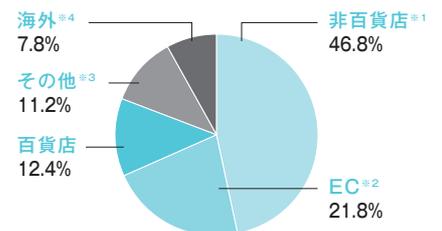
Point 01

国内既存店・全店売上高の推移 (%)



Point 02

販路別売上高



※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、路面店、アウトレット等
 ※2 国内におけるEC売上高の比率
 ※3 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
 ※4 海外EC比率33.5%を含む

TSl Innovation Program 2027

中期経営計画

中期経営計画「TSl Innovation Program 2027」はこちら
からご覧いただけます。



TSlホールディングスとして高収益を生み出す上で必要な全社最適な事業運営に向け、中期経営計画「TSl Innovation Program 2027」内で公表した「収益構造改革」について、上期(2024年3月1日～2024年8月31日)におけるコスト削減および主要改革項目の進捗についてご報告いたします。

収益構造改革

ブランドの個性を生かした個別最適の追求から、全社最適な事業運営へ展開。全社を挙げて“稼ぐ力”を追求し、2027年2月期に約100億円の収益改善を目指します。

改革項目	課題	具体的な打ち手
仕入原価低減	▶仕入れ先の分散による原価の高止まり	発注の集約化/購買力の向上 ▶取引先/生産工場との取引スキーム/契約見直しによる原価圧縮
需給管理の適正化	▶旧来の上代設定手法の踏襲 ▶機会ロス・不良在庫が増加・高止まり	戦略的な値付け・販売の実施 ▶上代設定や販促・セール施策の見直し ▶需要予測による生産型数・数量の最適化
店舗改革	▶ブランド/店舗ごとの非効率な人員配置	店舗人員の効率性/生産性の向上 ▶ブランド横断/エリアでの配置最適化 ▶不採算店舗の統廃合・大型店舗出店
EC統合/システム刷新	▶EC乱立による非効率なシステム関連のオペレーションコスト	各ブランドECサイトを集約 ▶各ブランドのECサイト集約/システム刷新による運営コスト効率化
販管コスト等の効率化	▶非効率な費目予算の策定 ▶ブランド間での機能分散	ブランド横断の収益・費用管理 ▶ブランドの位置付けや、施策のROIに応じたコスト/人人体制の見直し

横断的に網羅した5項目の構造改革が進行中

 仕入原価低減	主要仕入れ先の集約にあわせ、中国国内工場集約し、一部ASEAN移管を実施 仕入れ先集約などによるFOB低減と現地決済化を軸に据え、生産リードタイムの短いブランドを中心にASEAN生産加速を含め先行取り組みを開始。2025年秋冬には、大部分のブランドへの展開を推進します。	下期以降での 効果見込み
 需給管理の 適正化	原価ベースの値付けから市場価値ベースでの値付けへ 顧客・競合・自社の視点で社内外データを活用し、価格を適正化するアーキテクチャを設定。2024年秋冬では、この手法に基づいたプライシングを一部の主力ブランドにおいて先行実施し、2025年春夏以降に対象ブランドを拡大。	下期以降での 効果見込み
 店舗改革	やりたいこと・得意なこと活躍できる多様なキャリアパスを設計 店舗人員費率をシフトや配置などの見直しによる人員最適化により、改善するスキーム作りを実施。複数店舗を担当する共通販売員制度、販売職の新しいキャリアパスを整備し人材活用をより強化していく。	下期以降での 効果見込み
 EC統合 システム刷新	2025年2月に1つのECサイト/会員サービスへ統合 2025年2月を目的に、(株)TSIIに存在する13のECサイトおよび会員サービスを統合、新「MIX.Tokyo」としてリニューアル予定。それに伴い来期以降、業務オペレーションの共通化によるコスト削減を実現。	下期以降での 効果見込み
 販管コスト等の 効率化	効率的な経営資源の配分や新陳代謝を図り、事業投資のメリハリを利かせ、成長とチャレンジの基盤を整える ポートフォリオ戦略にて「再生見極めブランド」と位置付けられ、収益改善が困難と判断した一部のブランド事業からの撤退を決定するとともに、本社組織の効率化を大胆に進め、2025年2月末を目的に、本社人員を約20%スリム化予定。	上期での 改善効果 広告宣伝費、販促費を中心に費用対効果を見直したことにより、上期において想定以上の抑制効果を実現し、上期の赤字幅縮小に寄与

3つのブランドから、新ラインが今秋デビュー

一段上の新たなデイリーウェアを提案

「アドーア」からの新たに発信する「ユニーフ」は、モードな思考を持ち、自分らしさを大切にする大人の女性に向けて提案。ブランド名は「UNIFORM」「GRAPH」「UNITE」の3つの言葉を合わせた造語。定義されたものの要素を再考し、新しく結合されたデイリーウェアとして、シーズンごとに1つの要素に焦点を当てたコンセプトチャルなコレクションを展開していきます。

UNIFORM



「ちょうどいい」を提案するライフスタイルブランド

「ヒューマンウーマン」からデビューした「ワゴナ」は、クラフトや生活雑貨を含めたライフスタイルウェアを提案。日常をそっと支える「ちょうどいい」衣服と暮らしに向けたアイテムを展開し、身体を穏やかに包み込むシンプルなかたち、肌触りや軽さなど着心地を丁寧に設計しているほか、日本の工芸作家によるアクセサリーなども選び加えています。

wagona



女性本来の美しさを昇華させる「私だけのかけがえのない一着」

「ピンキー&ダイアン」から、現代を美しく、強く、しなやかに生きる女性に向けて「アルン」がスタート。「Noble」「Chic」「Sensual」をコンセプトに、女性らしいボディーラインを美しく魅せるカッティング、心地よく包み込む上質な素材で、洗練されたエレガンススタイルを表現。まどうことで自信や高揚感へつながる私だけの一着を提案します。

ALUNC



環境配慮型ニットを発売

「マーガレット・ハウエル」は、Spiber(株)が展開する次世代型の新素材「Brewed Protein™ fiber」を使用したニット2型を、10月5日より発売しました。本素材は植物由来のバイオマスを原材料に微生物による発酵プロセスを使用。環境負荷を低減できるサステナブルな繊維素材として注目を集めており、持続可能な生産が可能とされています。

MARGARET
HOWELL



文化服装学院生デザインによるTシャツを発売

「ナノ・ユニバース」は文化服装学院の学生のデザインによるTシャツを、7月5日より展開しました。(株)TSIのSDGs推進室が同校で行う教育カリキュラムの一環で、Tシャツ販売を想定した授業のもと課題制作を実施。選出された6作品を(株)ZOZOが提供する生産プラットフォーム「Made by ZOZO」を活用して受注販売しました。

NANO
universe

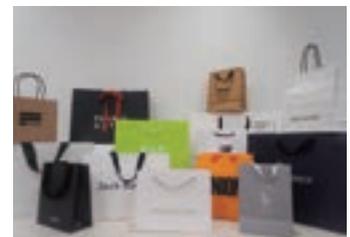


SDGs Topics

ショッピングバッグの有料化と脱プラスチック化へ

当社は環境負荷低減を目的に、2025年2月期までに既存ショッピングバッグを有料化するとともに、プラスチック製ショッピングバッグの発注を停止し、在庫がなくなり次第順次紙製(FSC認証紙)に切り替えていくことを基本方針としました。商品発送用の段ボールについても、FSC認証紙への切り替えを10月1日より順次開始しており、今後は他の包装材や副資材についても低環境負荷なものに切り替えていきます。

※FSC®(Forest Stewardship Council)が定めた規格に従い、適切に管理された森林から生産された木材を使った紙



TSl Brand Information

ブランド売上高ランキングTOP10をご紹介します！
各サイトやSNSでも旬の情報をお届けしています。

※ 2024年3月から8月までの6ヶ月間の売上高

優待

多彩なブランドが揃う
株主優待制度

詳細は同封冊子をご
覧ください。

1 | PEARLY GATES | 78億円
前年同期比 Δ 1.5%

パーリーゲイツ

優待

「もっと気軽に楽しくゴルフをしよう」をコンセプトに、あらゆる枠組みを超えた新しいゴルフウェアとゴルフ本来の素晴らしさを提案。



6 | AVIREX® | 36億円
前年同期比 +7.3%

アヴィレックス

優待

フライトジャケットに代表される優れた機能性・デザイン性を誇るミリタリーアイテムが、世界各国で長年支持されている。



2 | MARGARET HOWELL | 69億円
前年同期比 +2.3%

マーガレット・ハウエル

優待

着心地や機能性を追求し、性別や年齢にとわれないタイムレスでモダンなデザインを発信。



7 | STUSSY | 31億円
前年同期比 +25.8%

ステューシー

南カリフォルニアの「サーフ」を背景に、音楽やさまざまなカルチャーを融合した独自のスタイルが人気のストリートブランド。



3 | NANO universe | 64億円
前年同期比 +2.8%

ナノ・ユニバース

優待

「色気を纏わせる」をコンセプトに、洗練されたデザイン・高品質な機能素材を通じて、お客様の魅力を引き出し、自信を創出するスタイルを提供。



8 | new balance golf | 26億円
前年同期比 +6.8%

ニューバランスゴルフ

優待

「ニューバランス」のコンセプトやフィロソフィーを基に、まだ市場にない新しいゴルフスタイルを提供。



4 | NATURAL BEAUTY BASIC | 53億円
前年同期比 Δ 4.8%

ナチュラルビューティーベーシック

優待

その女性の持つ、自然の美しさを基本に。いつまでも美しく、自分らしく、女性らしく、上品に、シンプルに、今を生きる女性のためのファッションストアブランド。



9 | human woman | 21億円
前年同期比 Δ 5.1%

ヒューマンウーマン

優待

フレンチトラッドをベースにした大人の女性のためのクローゼットライン。上質な素材と細部にまで手をかけたオリジナルクロウズを展開。



5 | HUF | 41億円
前年同期比 +1.4%

ハフ

優待

スケートボードとストリートカルチャーを背景に、独自のスタイルやアート感をアメリカンクラシックに落とし込んだプロダクトが人気。



10 | Jack Bunny!! | 16億円
前年同期比 Δ 4.2%

ジャックバニー

優待

Swing every day!「毎日をもっとスイングしよう。ゴルフをもっと日常へ!!」をコンセプトに、幅広い客層に向けたゴルフウェアを展開。



SDGs Topics 社会貢献活動

当社はSDGs推進の一環として、さまざまな社会支援活動を行っています。今期は包括連携協定を締結している北海道上川町の関係人口増加の取り組みとして、Urth Caffè JAPAN(株)が上川町の特産品を使ったスイーツを製作。協業による地域課題の解決を図るほか、一般社団法人「いちご言祝ぎの社」(所在地:東京都渋谷区、代表理事:染谷裕之)を通じて社会的保護を必要とする女性や児童たちへの支援の第3弾を行いました。これらの支援活動は今後も定期的に継続してまいります。

寄付金のお知らせ

2024年夏号での株主優待制度(選べるギフト)にて、「社会貢献活動団体への寄付」を選択された株主様14名分の寄付額と当社からの加算分を合わせ、寄付金額は200,000円となり、日本赤十字社に寄付しました。ご協力ありがとうございました。

当社初のユニバーサルデザイン「MOVE WEAR」を発表

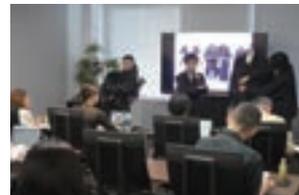


当社はロボット開発者の吉藤オリイ氏が目指す“人類の孤独をリレーションテックで解決する”というミッションの達成に向けた活動に共感し、吉藤オリイ氏が長年の盟友であるALS患者の武藤将胤氏のために開発したロボットアームに着用させる服を中心に、武藤氏が11月24日にLINE CUBE SHIBUYAにて開催される「MOVE FES 2024」に出演する際に着用するユニバーサルデザインの衣装を製作する「MOVE WEAR」プロジェクトを2024年4月よりスタート。当社としては初のユニバーサルデザインでもあり、社内コンペで選ばれたメンバーがブランドを超えて、チームで社会課題に取り組む初のプロジェクトが完成。10月7日、本社にて記者発表を開催しました。

「MOVE WEAR」は、袖や上半身と下半身での着脱可能なコート、ジャケット、パンツのマルチデザインで、それぞれ寝たままでも脱ぎ着できる機能性を持ち、なおかつ、タウンウエアとしても着用できるファッション性も兼ね備え、「車椅子ごと着る服」という新たなスタイリングを提案しています。衣装に施したオリジナルプリントは今回の「MOVE FES 2024」のテーマの1つである「人体の拡張」に合わせ、有機と無機が交差するイメージへと発展させ、夜間視認性を向上させる再帰性反射の中でもオーロラ色の光を放つスペシャルな手法を採用。力強いプリントが持つエネルギーが衣服を通してエンパワーメントをより拡張させ、既成概念にとらわれないファッションナブルなユニバーサルデザインを表現しています。このプリントは障がい者を危険から守る目的でもあります。

さらにロボットアームに着用させる袖パーツにもフレクタープリントを施し、腕を動かした時の視覚的インパクトを高めています。慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科教授の南澤孝太氏や東京大学大学院 総合文化研究科 特任研究員での脳科学者の荻野幹人氏のチーム参加によって、このプロジェクトがより社会性を帯びるとともに「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。」という当社のパーパスにも通じるものがあり、“ファッションの力”で武藤氏を笑顔にし、その笑顔の輪をさまざまな障がいを持った方々に広げていく新規事業への第一歩を歩みだしました。

詳細はこちらから



社会保護を必要とする女性たちへの支援



詳細はこちらから



DVシェルターや女性保護施設に身を寄せる女性たちのケアを行うソーシャルアクションプラットフォーム「ガールズフリッジ」への支援活動の第3弾として、洋服や雑貨、およそ250点を全国の施設に暮らす女性や、施設を卒業し、自立を図る女性たちに提供しました。当社は、抱えきれない矛盾と不安、それでも前に進もうとする強い意志を持つ女性たちの基本的人権が保護され、日常に少しでも《飲む》が増えるようにエンパワーメントを図るための支援を続けてまいります。



互いの魅力や価値を共創するまちづくり



詳細はこちらから



地域社会との共創の一環として、天王洲アイル「EZOHUB TOKYO」の北海道上川町ブースにて10月19日、Urth Caffè JAPAN(株)が上川町の特産品のかぼちゃ、ピーズ、はちみつ、酒粕を使ったスイーツを製作・販売しました。年々、過疎化が進む同町の課題を解決し、活性化・発展させるため当社の技術やノウハウを活用して新たな事業を提案し、移住者を増やすきっかけづくりの企業活動を、町と連携しながら社会の一員としての使命と責任を果たしてまいります。

