

PING



FEEL NEW. PLAY COOL.

LE PHIL



ROSE BUD



株主さまと(株)TSIホールディングスをつなぐ

TSI JOURNAL

2022

WINTER

証券コード：3608

MECRE



HUF



THE LIBRARY



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。

2023年2月期第2四半期の決算概況と今後の取り組みについてご報告申し上げます。

新型コロナウイルス感染症も沈静化傾向が見られ、外出需要の回復による個人消費の伸長が期待されましたが、新たに“紛争”“エネルギー問題”“円安による生活必需品の値上げ”などが発生し、依然として先行き不透明な状況が続いています。

この厳しい環境下においてわれわれは商品の仕入を徹底的に見極め、過剰在庫及び原価の抑制に努め、店頭売上の確保及びECによる販売強化を図ってまいりました。結果、リアル店舗が順調に回復も、ECチャネルの販売が振るわず、売上高は予算未達ではありましたが、仕入原価の円安リスクに対する価格転換対応、プロパー販売の強化、販管費の削減を行ない、営業利益は大幅に良化いたしました。純利益は上期としては過去最高益を達成しております。

また、2022年4月に策定した中期経営計画「TSI Innovation Program 2025」の達成に向け、当社グループはドメイン経営の組織構築を進めております。個性ある約60のブランドはこれまで各々単体で動いておりましたが、「撤退・再生・創生」を徹底的に行なうためにはまとまった総合力が必要と考え、「ウェルネス&ライフスタイル」「ストリート&カルチャー」「ファッションキャピタル」「デジタルジェネレーション」の4つの事業ドメインに区分し、連帯することで世界に向けて売り出していくブランドに進化させていきたいと考えています。

そのためにこの9月より6つの事業会社と本社を1拠点に集約し、情報の共有、実行速度のアップを図り、二重コスト構造の解消や生産性の改革を目指し、成長事業領域への投資強化も検討してまいります。



代表取締役社長 下地 毅 (しもじ つよし)

さらに、ファッションエンターテインメント創造企業として次世代クリエイターを育てるための「デザイナーワークショップ」を実施。新しい時代に向けた世界的ブランドを生み出し、世界中のお客様に共感と喜びを与える存在価値を創っていく所存です。

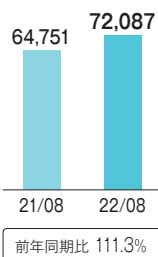
ブランドのコミュニティ作りのためのNFTをはじめとする新しいデジタル技術の活用や、EC販売の次世代チャネルとして期待される3次元仮想空間「メタバース」の事業化の可能性も試行しており、新たなブランド体験やサービスも追求してまいります。

気候変動や環境リスクに動じず、つねにお客様に楽しいこと、夢のあることを提供できる企業として日々、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頂き、これからもなお一層のご支援を賜りますよう心よりお願い申し上げます。

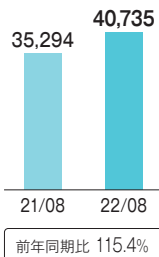
業績ハイライト (百万円)

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2023年2月期第2四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。

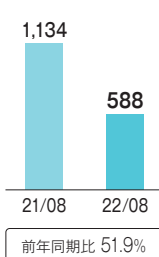
売上高



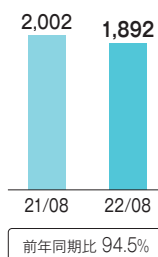
売上総利益



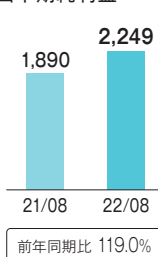
営業利益



経常利益



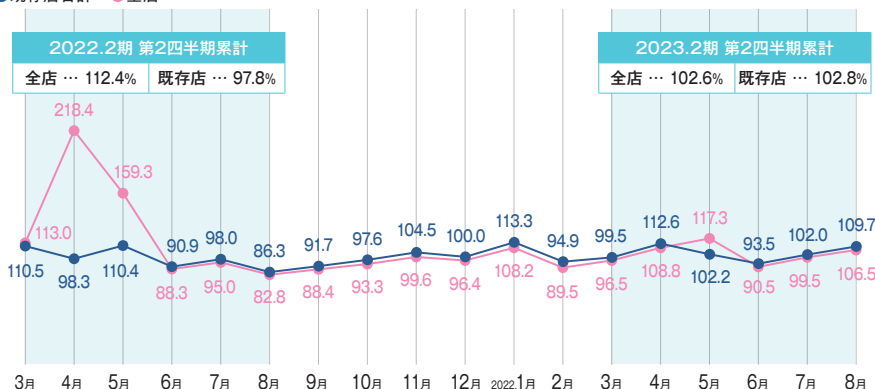
親会社株主に帰属する 四半期純利益



Point 01

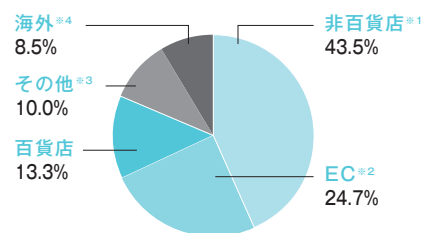
国内既存店・全店売上高の推移 (%)

● 既存店合計 ● 全店



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2.7%を含む

Topic 01

企業の取り組み

TCFD提言に基づく情報開示

当社はTCFDの提言に賛同するとともに、4つのフレームワーク「ガバナンス」「リスクマネジメント」「戦略」「指標と目標」に沿って気候変動関連の情報を開示します。今後も環境課題への取り組みをより一層推進するとともに、TCFDの提言を踏まえた情報開示の充実を図ってまいります。

TCFD

(Task Force on Climate-related Financial Disclosures : 気候関連財務情報開示タスクフォース)
金融安定理事会(FSB)により設置されたタスクフォースで、気候変動がもたらすリスク及び機会について、企業が把握、開示することを推奨する提言を2017年6月に発表。

「TCFDに基づく情報開示」は
こちらからご覧頂けます。



Governance

ガバナンス

気候変動対策と経営方針・中期経営計画が連動したサステナビリティ戦略のガバナンスを強化するために「サステナビリティ委員会」を設置。

Risk Management

リスクマネジメント

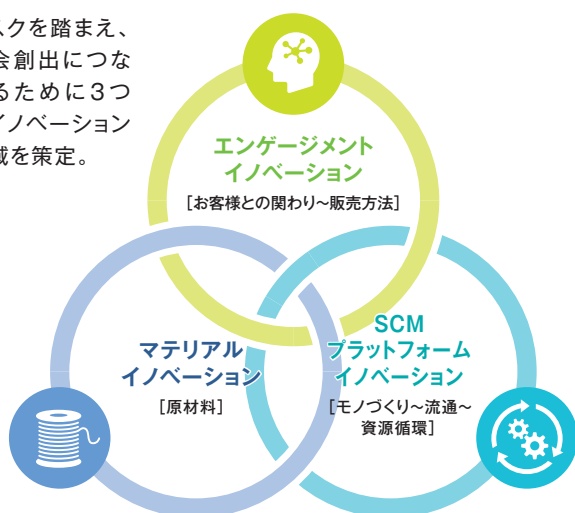
持続的な成長にインパクトを与える重要なリスクについて、専門家とともにサステナビリティ委員会で分析・策定。

Strategy

戦略

リスクを踏まえ、
機会創出につな
げるために3つ
のイノベーション
領域を策定。

3つのイノベーション領域



Metrics and Targets

指標と目標

バリューチェーン全体のCO₂排出量を可視化し、2050年カーボンニュートラルに向けて、2030年までの削減目標を策定。

CO₂排出量の実績と削減目標

	Scope 1～3計	Scope 1・2	Scope 3
CO ₂ 排出量実績 2020年2月期	30.5万t	0.9万t	29.5万t
2030年2月期 CO ₂ 排出量 削減目標	▲35% (▲10.8万t)	▲48% (▲0.4万t)	▲35% (▲10.3万t)
SBTにおける CO ₂ 排出量削減 目標設定水準	—	1.5℃目標 毎年4.2% 削減	WB2℃目標 毎年2.5 % 削減

※Scope1・2の削減目標は1.5℃目標に準ずる。
Scope3は2050年カーボンニュートラル目標に準ずる。
排出量は千t未満を切捨表示

SDGs Topics

TSIグループ初のサステナブル展示会を開催

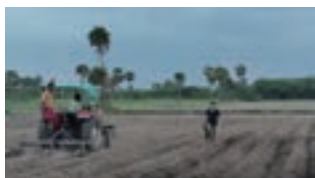
「GOLF BRANDが考える持続可能なゴルフの未来」をテーマに、ゴルフブランド合同で8月上旬に開催。原材料から製造・販売まで、環境・人権に配慮したサステナブルな取り組みを展示しました。



「地球」「社会」「人間」をテーマにパネル展示

TSIオリジナルオーガニックコットンの開発

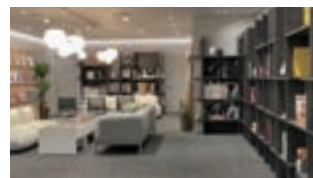
農業ベンチャー企業のシンコムアグリテック社と、自社オリジナルコットンの綿花生産性改革の研究をテーマに業務委託契約を締結。インド・タミルナドゥ州で綿花の栽培を開始しました。



試験農場での作業の様子

サステナブル資材をオフィスに活用

新社屋における一部スペースの内装材に廃材を利用。廃タイヤを利用したゴム製床材、本棚には廃棄衣料繊維をアップサイクルした素材を取り入れ、地球環境に配慮したオフィス空間を採用しました。



廃材を取り入れたライブラリースペース

Topic 02

ブランドニュース

キャンプシリーズをローンチ and wander

「アンドワンダー」は、春夏シーズンよりキャンプシリーズの展開をスタートしました。ファーストコレクションでは、タープやたき火台、カトラリーなどをラインナップ。来春より展開するテントシリーズは「2022年度グッドデザイン賞」を受賞しており、美意識と機能性の双方を兼ね備えた非常に高品質なデザインの提案が高く評価されています。



アウトドアブランド「muraco (ムラコ)」とのコラボレーションによるキャンプ用シェルターテントシリーズ

2022
Spring
Summer

2022
Spring
Summer



「CITY」「SPORT」「HOME」の3つのカテゴリーで展開

Topic 03

ブランドニュース

エッジを利かせたスポーツウエア NBB WEEKEND

スポーツとファッションのハイブリッドブランド「エヌビービー ウィークエンド」がデビューしました。ゴルフをはじめ、ジムやランニングなどさまざまなスポーツシーンを楽しむ女性に向けて提案。モード感を加味したデザインのもと、素材や機能面にも優れたアイテム群でECを中心に展開しています。



Topic 04

ブランドニュース

メンズシーンに新たな提案

YLÈVE

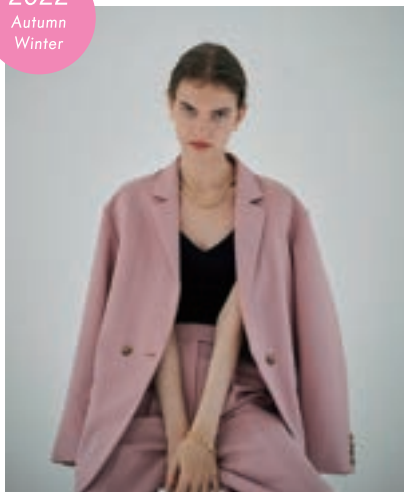
「イレヴ」は2022年春夏シーズンより、メンズラインをスタート。9月1日、ニューウマン新宿・4階にブランド初となるメンズ・レディースの複合店をオープンしました。また、来春からはユニセックスの新ライン「Y (ワイ)」をローンチし、性別や世代、ジャンル、シーンにとらわれないスタイルを提案していきます。



「Y」ではサステナブル素材も取り入れていく

2022
Spring
Summer

2022
Autumn
Winter



モードの中にリラックスをMIXしたスタイルを提案

Topic 05

ブランドニュース

新たなD2Cブランドがデビュー

CHAROL

(株)HYBESから、2022年秋冬シーズンよりD2Cブランド「シャロル」がデビューします。クリエイティブディレクターには、インスタグラムで約12万人のフォロワーを持つインフルエンサーのHINANOさんを起用。SNSコミュニティによる発信とともに、11月から本格スタートするECを中心に展開していきます。



TSI 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。

※ 2022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

優待

パーリーゲイツ

83億円

「もっと気軽に楽しくゴルフをしよう」をコンセプトに、鮮やかな配色でファッションブルかつ機能性を兼ね備えたゴルフウェアを提案。



2

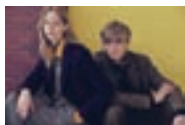
NANO
universe

優待

ナノ・ユニバース

61億円

「ジャパン・メイド・トラディショナル」「モダン・ヴィンテージ」「シーズナル・ワードローブ」の3ラインと、ブランドセレクトからなるマルチレーベルストアを展開。



3

MARGARET
HOWELL

優待

マーガレット・ハウエル

59億円

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。



4

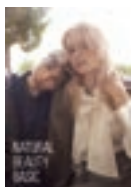
NATURAL BEAUTY
BASIC

優待

ナチュラルビューティー
ベーシック

53億円

「その女性の持つ、自然の美しさ」を基本に、今を生きる女性のためのファッションストアブランド。



5

HUF

優待

ハフ

46億円

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。



6

AVIREX®



優待

アヴィレックス

28億円

7

UNDEFEATED



アンディフィーテッド

23億円

8

new balance
golf



優待

ニューバランスゴルフ

21億円

9

human woman



優待

ヒューマンウーマン

21億円

10

STUSSY



ステューシー

20億円

AVIREX®

映画『トップガン マーヴェリック』と
コラボレーション

映画『トップガン』の36年ぶりの新作、『トップガン マーヴェリック』が2022年5月27日に日米同時公開され、第1作目で衣装監修を行なった「アヴィレックス」と、『トップガン マーヴェリック』とのコラボレーションが実現。スペシャルアイテムを販売したほか、全国38駅構内59エリアにて交通広告を、全国69劇場ではブランドのCMを打ち出しました。

作品を通じて「アヴィレックス」の名を世に広め、現在も支持されているロングセラーアイテム“G-1 TOP GUN”と“CWU36-P VX-31”は、第2作目も主演のトム・クルーズが着用。夏場の暑い時期にも関わらず入荷のたびに完売する人気で、シネコンがある大型ショッピングセンターに多くの直営店を構える「アヴィレックス」には鑑賞後の興奮が冷めないまま店舗に足を運び、フライトジャケットや映画とのコラボTシャツなどの関連商品を買求めるお客様が相次ぎました。前作をリアルタイムで見た50代から今作でファンになった20代の若い男女まで客層は幅広く、熱烈なファンが何度も劇場で鑑賞する“追いトップガン”という言葉が生まれるなど、一種の社会現象に発展しました。



2021年秋、北海道上川町と「持続可能な地域づくりを目指す包括連携協定」を締結し、それぞれの強みを生かした共創で地域の課題解決や魅力の創出を目指す当社は、上川町に住む人々に寄り添う、人生の節目、節目にTSIの想いのもと、2022年春より洋服をアップサイクルして新しい命を吹き込むというプロジェクトをスタートさせました。

そして2022年秋、新しい事業として、使わなくなったランドセルのリメイクに挑戦いたします。

お子さまが小学校を卒業し、使用しなくなったランドセルはかさ張り、大切に取っておくにも収納場所に困るため、毎年ゴミ集積所にランドセルが並びます。上川町ではランドセルは産業廃棄物扱いとなるため、費用もかなり苦慮していたところ、洋服のアップサイクルの実例から当社に相談がありました。そこで当社が運営する修理・お直しの専門店「ReSew」の職人が、上川町で回収されたランドセルを生まれ変わらせ、お子さまやお孫さんなど次世代に贈るという取り組みとして提案。上川町の池端広大さんから、亡くなったご自身の祖父さまからお子さまへの贈り物だったランドセルを、将来、子供たちが亡きおじいさまを思い出せるようなものに変えてもらいたいという依頼を受けました。

ランドセルは子供たちが毎日のように背負っていた思い出の品であり、牛革を使ったランドセルは特に、使用後もまだまだ使える耐久性があります。ReSewでは送られてきた茶色のランドセルをミニウォレットに、青色のランドセルは名刺入れにリメイクする案をご提案しました。そしてウォレットには高校2年生の池端美羽さん、名刺入れには小学5年生の池端陽くん、インシヤルも刻印。完成品を贈られたお二人は、「僕の汚れた箇所が使われている！この発想はすごい。お祖父ちゃん思い出も一緒に残る」「世界に1つだけのオリジナル商品だから一生大事に使いたい」と喜んで下さいました。

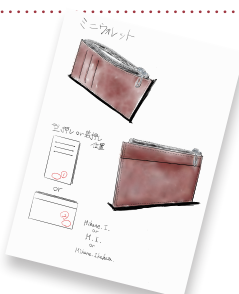
ReSewスタッフの本多祐介は「ランドセルはおじいちゃん、おばあちゃんがお祝いで買ってくれた物かもしれません。お父さん、お母さんが6年間、元気に学校に通ってくれるようにと願い、購入された物かもしれません。そんな大切なランドセルだからこそ、大人になっても親たちの愛情を身近に感じ、「この財布は私が子供の頃に背負っていたランドセルで作っているんだよ」と自慢できるアイテムになるように一つひとつ丁寧に確認し、小さな傷やシミなど使い込んだ風合いも生かしながらリメイクしました。そして、老眼鏡入れやフォトフレームなどにもリメイクして、おじいちゃんやおばあちゃんにプレゼントしても喜ばれるのではないかと、というアイデアも沸きました。」と語りました。

“ランドセルのリメイク”で家族の想いを未来につなぐ

～ ふるさと納税品の返礼品としての新事業がスタート～



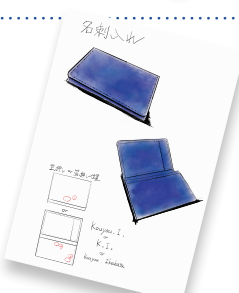
カード入れも兼備し、使い込んだ茶色の革が品のある風合いに。



ミニウォレットにリメイク！



鮮やかな青色が引き立ちつつ、名刺の収まりも良いデザイン。



名刺入れにリメイク！

TSIホールディングス・下地社長のコメント

革は限りある資源の副産物です。「使えなくなったから終わり」「汚れてしまったから終わり」という使い捨ての時代に終止符を打ち、素材に感謝して大切に使う時代をつくっていきたくと思いました。この新事業は、毎年、山のように出される産業廃棄物の削減と焼却によって排出されるCO₂の削減につながるSDGsの取り組みの一つでもあります。大きくかさ張るランドセルも、実用的なアイテムにリメイクすれば、まだまだ十分使用できますし、大切に保管することも可能になります。モノづくりの技術を持つ弊社ができる、持続可能な社会の達成に貢献できることは小さなことかもしれませんが、スタッフ一人ひとりが、できることを最大限実行することで明るい未来を創ることができると信じています。

上川町役場・三谷航平さんのコメント

TSIホールディングスと北海道上川町の連携事業として、TSIホールディングスが持つ技術力を生かした、“人の思いやモノを大切に”アップサイクル事業が実現できて素直にうれしく思っています。春に行なった洋服のアップサイクル事業と、今回行なった産業廃棄物のランドセルのリメイク事業は、上川町のふるさと納税の返礼品にラインナップすることを視野に入れています。これからの広がりがとても楽しみです。

