TSI HOLDINGS GROUP

株式会社TSIホールディングス
個人投資家説明会（東証プライム市場：3608）

26 November 2023

はじめに

株式会社TSIホールディングス 代表取締役社長

下地 毅

生年月日：1964年12月28日

出身地：沖縄県　宮古島

略歴紹介：

1997 年 1 月 ㈱上野商会（現㈱ＴＳＩ） 入社

2004 年11月 同社 取締役商品部長

2012 年 9 月 同社 取締役執行役員商品本部長

2016 年11月 同社 専務取締役執行役員商品本部長

2018 年11月 同社 取締役社長 兼 商品本部長

2019 年 6 月 当社 執行役員

2020 年 3 月 当社 執行役員 第４事業カンパニー長

2020 年 5 月 当社 取締役 第４事業カンパニー長

2020 年 7 月 当社 取締役営業本部長 兼
同本部 第４事業カンパニー長

2021 年 3 月 当社 代表取締役社長 兼
㈱ＴＳＩ 代表取締役社長（現任）

AGENDA

1 会社概要

2 事業（ブランド）紹介

3 SDGsに関する取組みについて

4 上期業績と今期計画について

5 資本コストや株価を意識した経営について

6 株価と株主還元について

7 補足資料

（東証プライム市場：3608）

1 会社概要

（東証プライム市場：3608）

会社概要

TSIグループは、その前身である東京スタイル、サンエー・インターナショナルの時代から数えて、70年以上に渡り、歓びや輝きを生むファッションを提供してきました。

名称	株式会社TSIホールディングス
本社所在地	東京都港区赤坂8丁目5番27号
設立	2011年6月1日
売上高	1,544億円
当期純利益	30億円
資本金	150億円
代表者	代表取締役社長　下地 毅

(2023年2月28日現在)

従業員数

グループ全体

5,334人

うち臨時従業員

1,128人

実店舗数

国内 **782** 店舗

海外 **29** 店舗

中国10/イギリス11/
アメリカ5/フランス2/
イタリア1

ブランド数

52

ブランド

自社EC サイト数

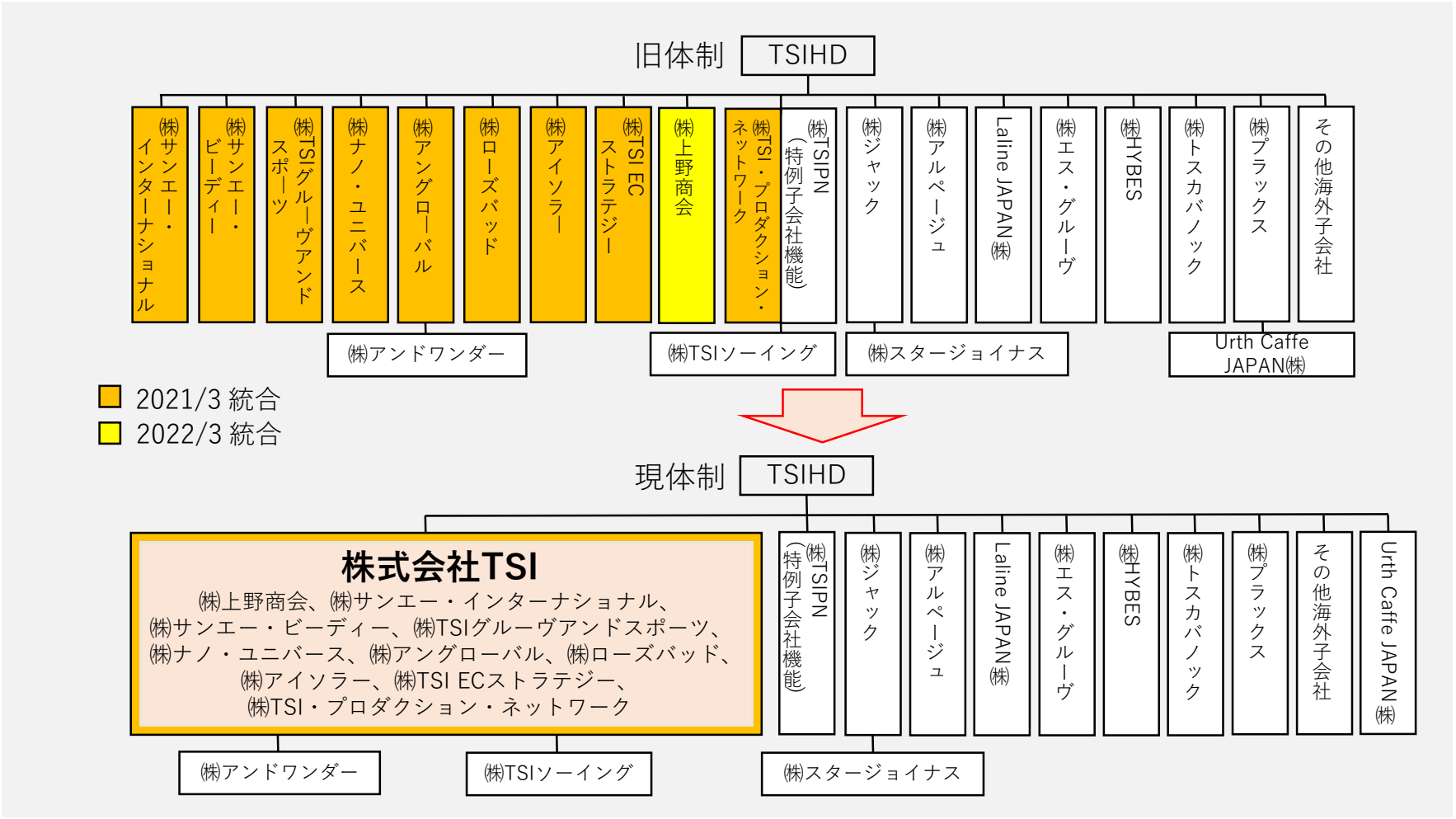
29

国内サイト

TSIホールディングスホームページ
https://www.tsi-holdings.com/

組織体制

- 2021年3月に9社の事業会社、2022年3月に㈱上野商会を㈱TSIとして統合し、組織構造をスリム化。
- 2022年9月の本社移転により、6つの拠点を1拠点に集約し、固定費の効率化を図った。



当社の強み(1)　幅広いカテゴリーで多ブランド展開①

- 50を超えるブランドを国内外で展開。
- レディス・メンズアパレルに加えて、スポーツ、ストリートカジュアル、アウトドアなど幅広いカテゴリーで個性のあるブランドを保有。
- アパレル事業を中心に飲食・コスメなどファッションと親和性の高い事業を運営し、洋服だけでなくライフスタイルを提案。
- 歴史のあるブランドを運営する一方で、会社設立後にM&Aをしたブランドがブランドポートフォリオの中核へと成長。

Brand index

Wellness & Lifestyle

PEARLY GATES / PGG / MASTER BUNNY EDITION / Jack Bunny!! / St ANDREWS SCOTLAND / PING

new balance golf / NBB WEEKEND / MARGARET HOWELL / MHL. / SEVEN BY SEVEN

and wander / YLÈVE / THE LIBRARY / Dice&Dice / Urth Caffé

Fashion Capital

NATURAL BEAUTY BASIC / PROPORTION BODY DRESSING / ADORE / LE PHIL

PINKY&DIANNE / Arpege story / CADUNÉ / Mystrada

human woman / Apuweiser-riche / JUSGLITTY / Rirandture

Street & Culture

AVIREX / STUSSY / Schott N.Y.C. / HUF / TACTICS

NANO universe / B'2nd / UNION TOKYO / Forget-me-nots

MANASTASH / BAIT / FIGURE / BEAVER / ROYAL FLASH / GARDEN

Digital Generation

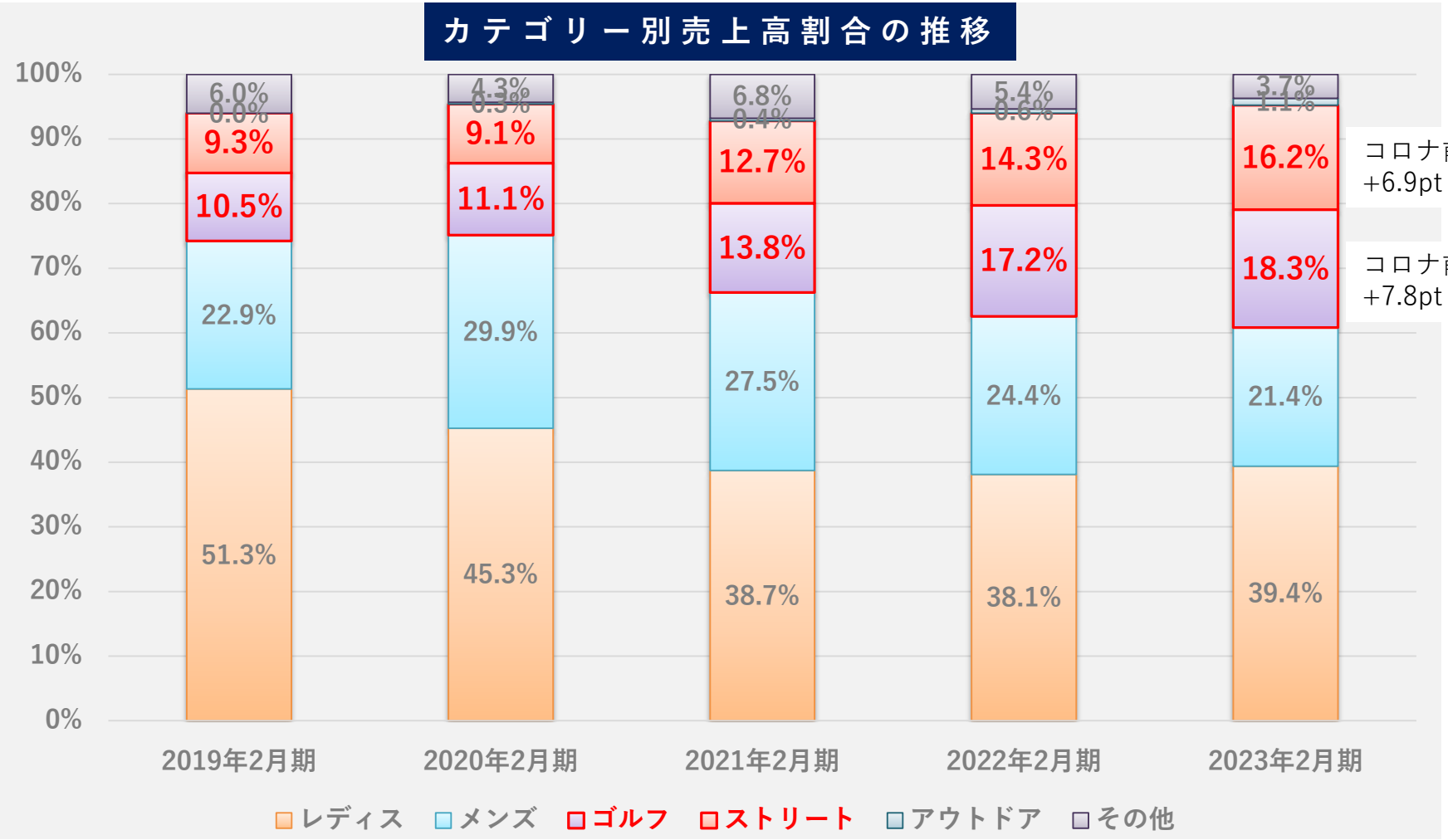
JILL by JILL STUART / JILL STUART / hueLe Museum / CHAROL

ROSE BUD / ETRÉ TOKYO / FREE'S MART / MECRE

当社の強み(1)　幅広いカテゴリーで多ブランド展開②

コロナ禍で通勤着やオケージョン商材が苦戦したが、ゴルフ、ストリートカジュアルなどTSI独自のカテゴリーを保有していたことで、事業が支えられた。

コロナ後はゴルフの成長は鈍化したものの、オケージョン商材は回復基調に。



当社の強み(2)　リアル店舗とECの融合によるオムニチャネル①

- 早期からEC投資に注力し、2023年2月期末のEC売上高は全体の31.1%を占め、業界平均を上回るEC化率で推移している。
  （参考：2022年「衣類・服飾雑貨等」の平均EC化率21.6%[経済産業省HPより]）
- リアル店舗との相互送客効果が高い自社EC比率は46.6%と毎期伸長。

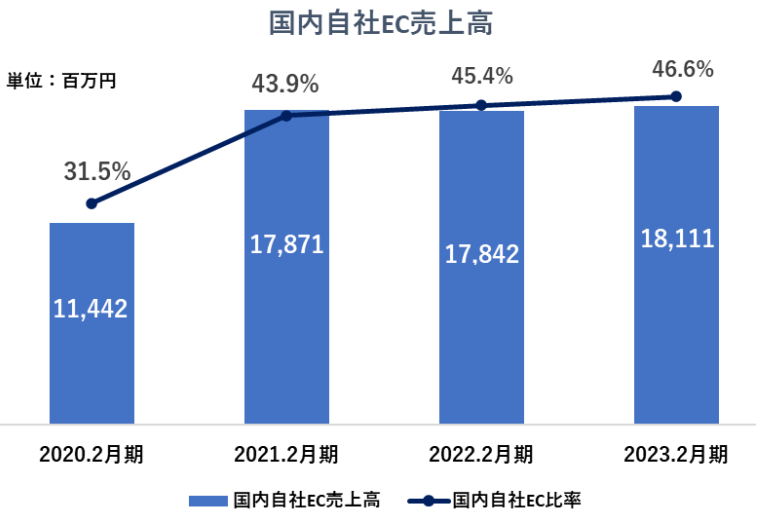
EC売上高概況

	旧収益基準			新収益基準	
	2020.2期	2021.2期	2022.2期	2023.2期	前期比
国内自社EC売上高	114.4億円	178.7億円	178.4億円	181.1億円	101.5%
（自社EC比率）	(31.5%)	(43.9%)	(45.4%)	(46.6%)	(+1.2pt)
国内EC売上高	363.4億円	406.8億円	392.8億円	388.4億円	98.9%
（国内EC化率）※1	(25.3%)	(37.0%)	(34.5%)	(31.1%)	(▲3.4pt)
海外EC売上高	7.9億円	32.3億円	36.9億円	39.7億円	107.6%
（海外EC化率）※2	(9.3%)	(37.4%)	(33.3%)	(30.8%)	(▲2.5pt)
EC売上高合計	371.2億円	439.2億円	429.8億円	428.1億円	99.6%
（EC化率）※1	(24.4%)	(37.0%)	(34.4%	(31.0%)	(▲3.4pt)

※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。

自社EC比率

好調事業に加え、店舗⇔ECの相互送客が順調なレディースブランドがけん引し、自社EC比は成長を維持している。

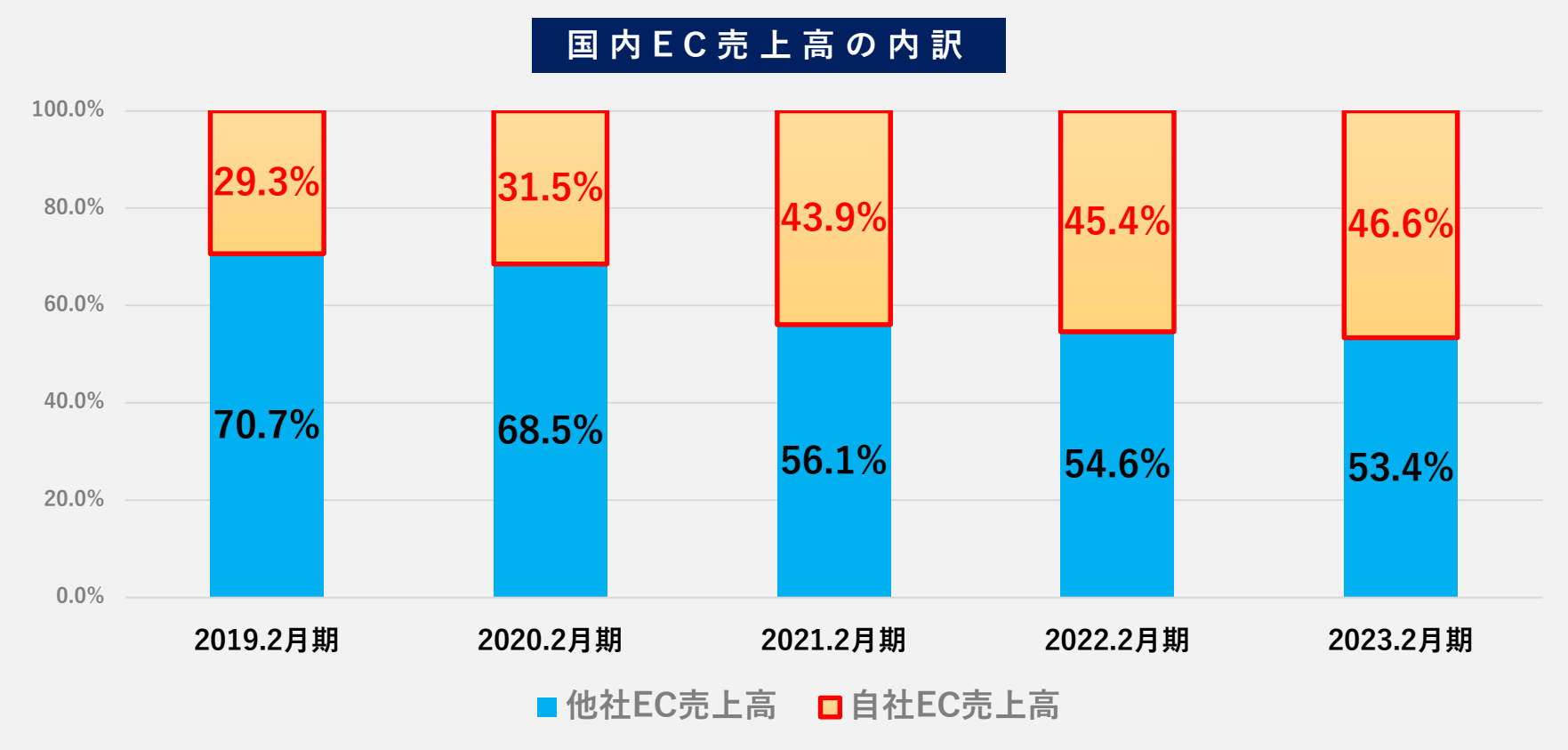


当社の強み(2)　リアル店舗とECの融合によるオムニチャネル②

コロナ禍でアパレル市場全体のEC売上高が成長する中で、当社は業界平均を上回る比率を維持している。

当社では、他社ECモールでの値引きやクーポンを抑制しているため、コロナ前に7割あった他社EC売上は約5割になったが、収益性の高い自社EC比率が高まり、全体の収益性も向上している。

今後は、EC売上高全体の再成長が課題。



当社の強み(3)　強固な財務基盤＝十分な投資余力を有する

資産内容の健全化と資産効率の向上により総資産を圧縮する一方で、純資産は高水準を維持。

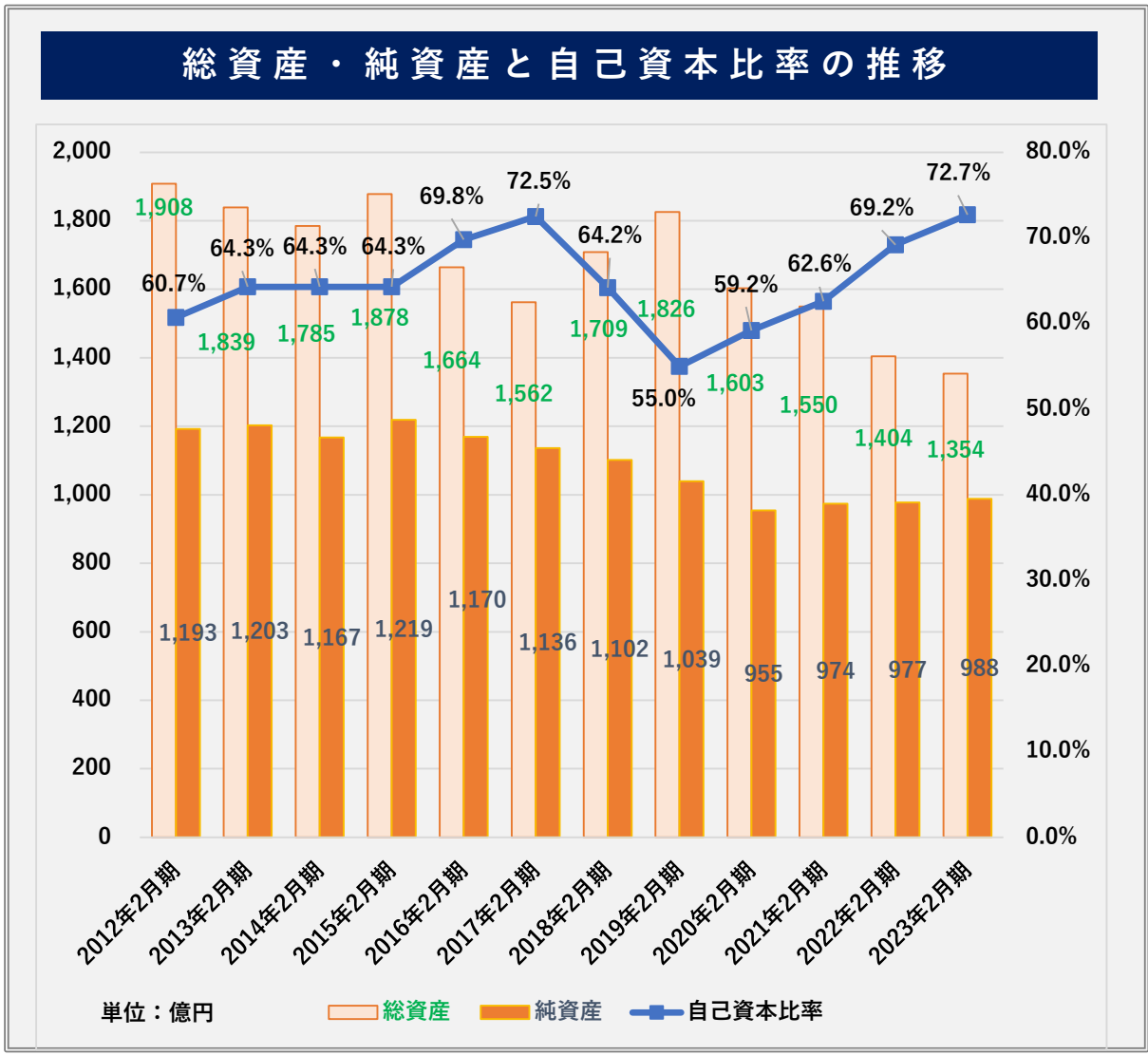
⇒自己資本比率72％と財務基盤は盤石

■ネット金融資産　503億円
　現預金　322億円
　有価証券　278億円
　有利子負債　97億円

■純資産　988億円

（2023年2月期末時点）

前期＋今期で約90億円規模の自己株取得を実施



2 事業（ブランド）紹介

（東証プライム市場：3608）

4つの事業領域

- 事業領域を4つに分類して組織を編制。
- 成長事業領域へ投資を進める。

Wellness & Lifestyle

1

ウェルネス&ライフスタイル

Athleisure Outdoor Lifestyle	生活者の健康や幸せ、延いては社会へ良いインパクトを与えるファッションエンターテインメントを創造する。

Street & Culture

2

ストリート&カルチャー

Street Culture Select	ストリートカルチャーを育成し、社会や環境をポジティブにするファッションエンターテインメントを創造する。

Fashion Capital

3

ファッションキャピタル

Lady's Fashion	ブランドの体験価値を磨き、高感度なアパレルを中核としたファッションエンターテインメントを創造する。

Digital Generation

4

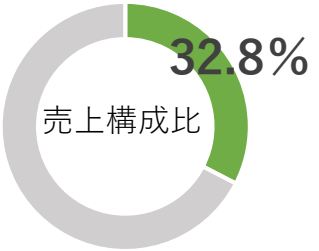
デジタルジェネレーション

Gen-Z Fashion D2C/F2C Digital Fashion	デジタル×ファッションによる、デジタルネイティブ世代に向けたファッションエンターテインメントを創造する。

ウェルネス&ライフスタイル事業Div.

生活者の健康や幸せ、延いては社会へ良いインパクトを与えるファッションエンターテインメントを創造する。

売上高	Br数
236.7億円	16



注）2024年2月期上期売上

Wellness

PEARLY GATES

PING

new balance golf

NBB WEEKEND

St ANDREWS SCOTLAND

MASTER BUNNY EDITION

Jack Bunny!!

Lifestyle

MARGARET HOWELL

and wander

SEVEN BY SEVEN

GAGINE

Urth Caffé
Exclusively Organic Coffees & Fine Teas

MHL.

YLÈVE

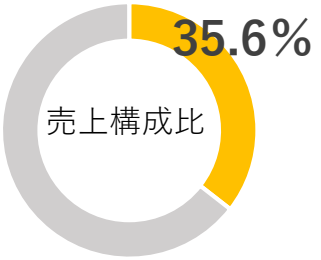
THE LIBRARY

Dice&Dice

ストリート＆カルチャー事業Div.

ストリートカルチャーを育成し、社会や環境をポジティブにするファッションエンターテインメントを創造する。

売上高	Br数
256.5億円	15



注）2023年2月期上期売上

Street

AVIREX

STUSSY

HUF

Schott N.Y.C.

TACTICS

Culture

NANO universe

MANASTASH

BEAVER

ROYAL FLASH

B'2nd

BAIT

UNION TOKYO

Lazy Hazy Planet

FIGURE

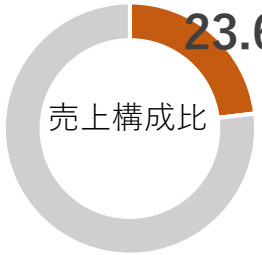
Forget-me-nots

ファッションキャピタル事業Div.

ブランドの体験価値を磨き、高感度なアパレルを中核としたファッションエンターテインメントを創造する。

売上高	Br数
170.2億円	12

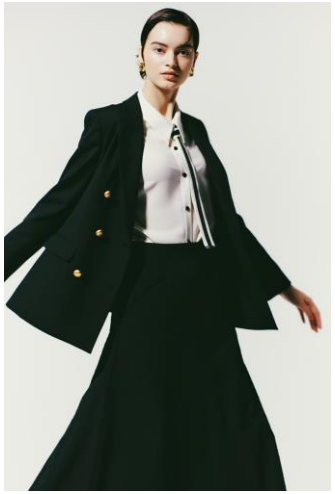
注）2024年2月期上期売上



Fashion Capital

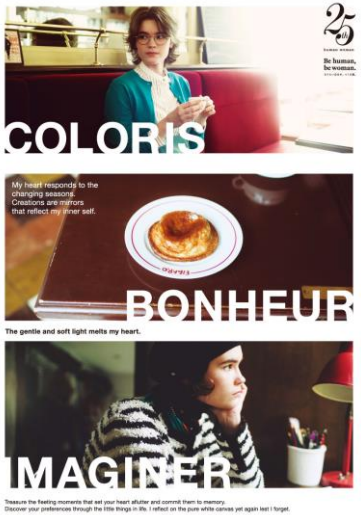
NATURAL BEAUTY BASIC

PINKY&DIANNE



ADORE

human woman



Apuweiser-riche

JUSGLITTY

Rirandture

Mystrada

CADUNÉ

Arpege story

PROPORTION BODY DRESSING

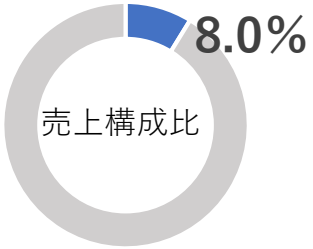
LE PHIL

N.

デジタルジェネレーション事業Div.

デジタル×ファッションによる、デジタルネイティブ世代に向けたファッションエンターテインメントを創造する。

売上高	Br数
57.4億円	9



注）2024年2月期上期売上
その他事業もあるため4事業の合計は総売上高と一致しません。

Digital Generation

JILL STUART　JILL by JILL STUART　ETRÉ TOKYO　hueLe Museum

MECRE

CHAROL

FREE'S MART

ROSE BUD

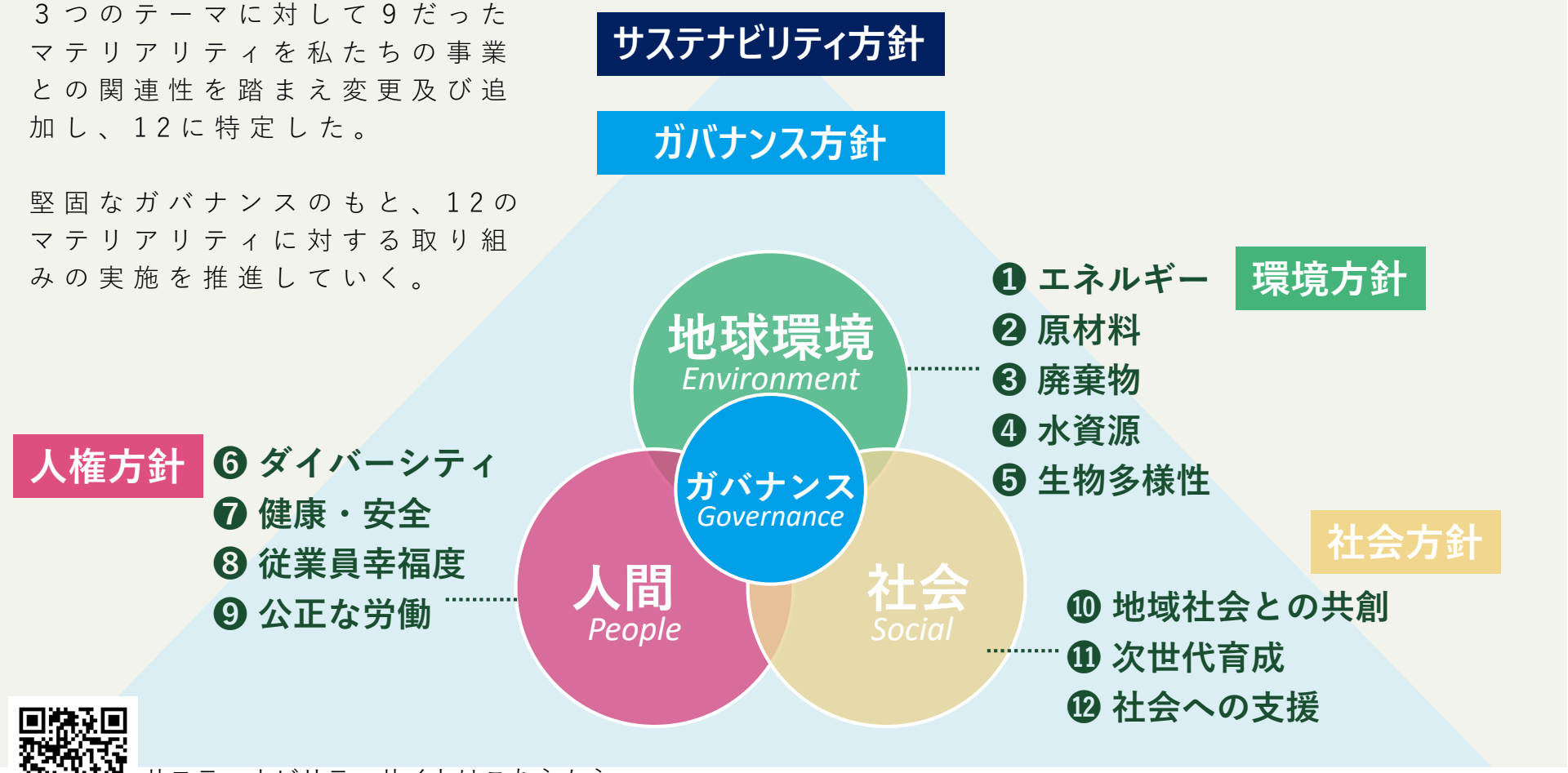
3 SDGsに関する取組みについて

TSIのマテリアリティ

私たちの事業との関連性や思いを踏まえ、3つの重要領域に対して12のマテリアリティを特定。

3つのテーマに対して9だったマテリアリティを私たちの事業との関連性を踏まえ変更及び追加し、12に特定した。

堅固なガバナンスのもと、12のマテリアリティに対する取り組みの実施を推進していく。



サスティナビリティサイトはこちらから
https://sustainability.tsi-holdings.com/

温室効果ガス排出量削減目標が、SBT認定を取得

**当社の温室効果ガス排出量削減目標が、パリ協定で定められた科学的な根拠に基づいた目標であるとしてSBTイニシアチブにより認定された。
今後もパーパスに基づき、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを推進し、TCFD のフレームワークに沿って情報開示を充実していく。**

SCIENCE BASED TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

SBT（Science Based Targets）

5～10年先を目標年として企業が設定する、パリ協定が求める水準と適合した温室効果ガスの排出量削減目標のこと。

**SBTイニシアチブ
(Science Based Targets initiative)**

CDP、国連グローバル・コンパクト、WRI（世界資源研究所）、WWF（世界自然保護基金）の4団体が2015年に共同で設立したイニシアチブ。
パリ協定目標達成に向け、企業に対して科学的根拠に基づいた温室効果ガスの
排出削減目標を設定することを推進している。

2022年10月12日のプレスリリース「TCFD提言への賛同表明及びSBTイニシアチブへコミットメントレター提出のお知らせ」に記載の通り、SBTイニシアチブにコミットメントレターを提出し、温室効果ガス排出量の削減目標を掲げている。

CO_2排出量の実績と削減目標

	2020年2月期 実績	2030年2月期 削減目標	SBTにおける 削減目標設定水準
Scope 1・2	0.9万t	▲48% (▲0.4万t)	1.5°C目標 毎年4.2%削減
Scope 3	29.5万t	▲35% (▲10.3万t)	WB2°C目標 毎年2.5 %削減

※ Scope 1 ・ 2 の削減目標は1.5°Cを下回る水準。Scope 3 は2°Cを十分に下回る水準で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。

サスティナビリティ・ストーリーブックとTCFDに基づく情報開示はこちらから
https://sustainability.tsi-holdings.com/report.html#storybook

サステナブル・イノベーションの進捗

温室効果ガス排出量削減目標達成に向け、“低環境負荷なビジネスモデルへの推進”や“従業員教育”など様々な取り組みを行っている。
今後も多様な活動を継続的に行い、サステナブル・イノベーションを創出する。

オーガニックコットンの開発プロジェクト

農営ベンチャー企業シンコムアグリテック社との共同プロジェクトで、インドのタミルナドゥ州にて試験栽培していた綿花から始めて紡績糸が完成した。
当社ブランドにおいて、製品化に向け進行中。

環境に配慮したリサイクル素材の活用

Re:Yarn

繊維育英会協力のもと、店頭での衣料回収や、回収衣料から生まれたリサイクル素材を一部使用した商品づくりを行っている。

今回製品化されたTシャツはユニセックス使用で、ジェンダーを問わず着用可能。

社内展示会を通じたサステナビリティの社内啓発

品質に関する情報を社内共有するために開催する「品質情報展」において、サステナブルなモノづくりに関わる展示を拡充。
従業員1人1人が知識を深めた。

4 上期業績と今期計画について

（東証プライム市場：3608）

2024年2月期 上期業績ハイライト

- 売上高は事業撤退や店舗退店(*1)、米国子会社の苦戦の影響があったものの、前年を上回り、732.7億円（前期比 101.7%）となった。
  緩やかに回復傾向であるものの対計画比で課題を残した。

- 営業利益は為替や原材料の高騰に加え、在庫増加による評価損の影響で、5.3億円（前期差 ▲0.5億円）となった。

- 純利益は法人税等調整額の影響により、14.7億円（前期差 ▲7.7億円）となった。

	上期実績	計画差	前期差	前期比
売上高	732.7億円	-17.2億円	+11.9億円	101.7%
営業利益	5.3億円	-4.6億円	-0.5億円	90.4%
上期純利益	14.7億円	+4.7億円	-7.7億円	65.4%

(*1) 3ブランド事業撤退 売上高影響 約19億円
店舗退店 前年同期差▲52店舗(国内外)

Highlight

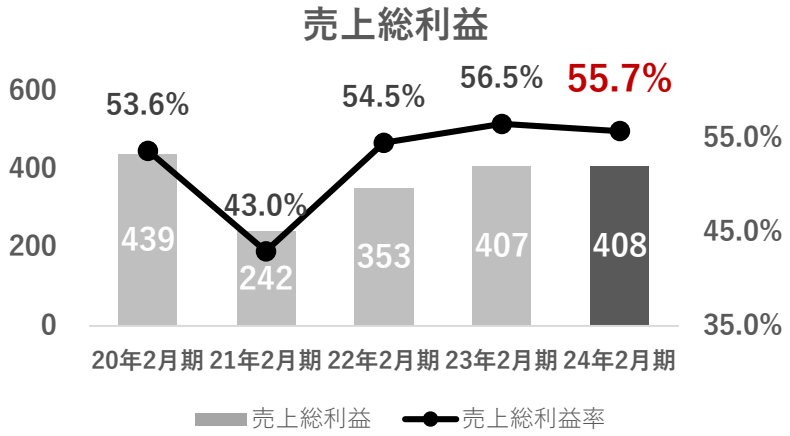
2024年2月期 上期　業績推移

売上総利益

408.4億円

前期比　100.3%

前期差　+1.0億円



> **売上総利益**

- 為替や原材料高騰
- 残在庫の増加による値引きの増加、
  評価損の増加

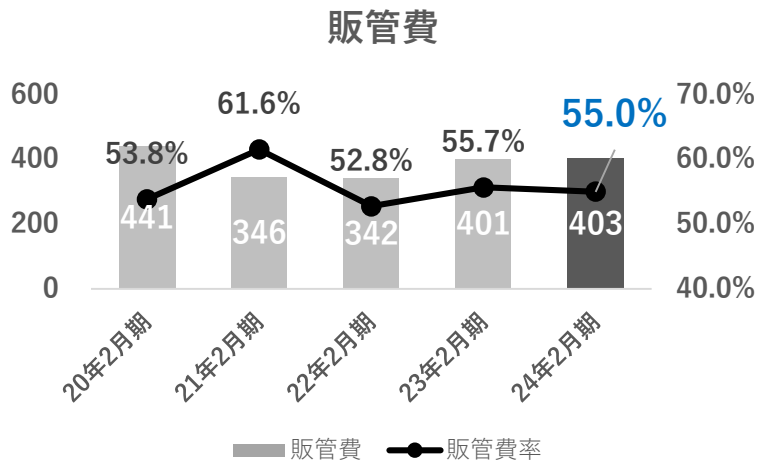
⇒ **丁寧な販売管理で例年よりは良化傾向にあるものの、前期よりも0.8%悪化**

販管費

403.0億円

前期比　100.4%

前期差　+1.6億円



> **販管費**

- 不採算事業の撤退
- 本社拠点の集約によるコスト効率化

⇒ **助成金により良化していた前期よりも0.7%改善の要因に**

- 在庫増による物流費増
- 光熱費値上げによる影響

⇒ **期待値よりも良化できなかった要因に**

今期計画

通期営業利益計画、当期純利益計画は現段階では変更しない。

上期営業利益は計画差 ▲4.7億円と苦戦を強いられたものの、
下期の改善施策によって従来通りの着地を目指す。

改善施策 01 **好調事業への重点投資**

改善施策 02 **EC強化による売上の拡大**

改善施策 03 **秋冬商材の残在庫抑制**

改善施策 04 **販管費のコントロール**

通期営業利益計画

47億円

当期純利益計画

35億円

5

資本コストや株価を意識した経営について

（東証プライム市場：3608）

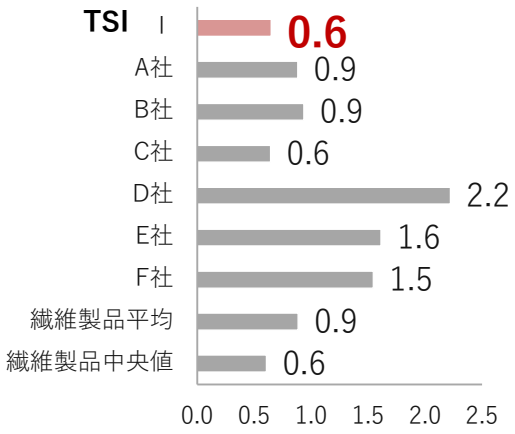
現状の把握①　（PBRの分解と同業他社比）

当社のバリュエーション水準は、PBR・ROEが平均を下回る。

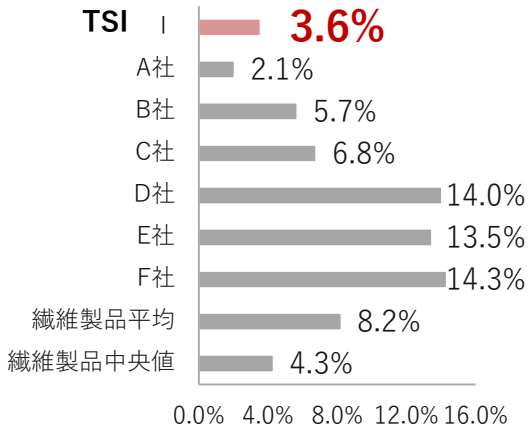
課題はROE

$$PBR\left(\frac{時価総額}{純資産}\right) = ROE\left(\frac{当期純利益}{純資産}\right) \times PER\left(\frac{時価総額}{当期純利益}\right)$$

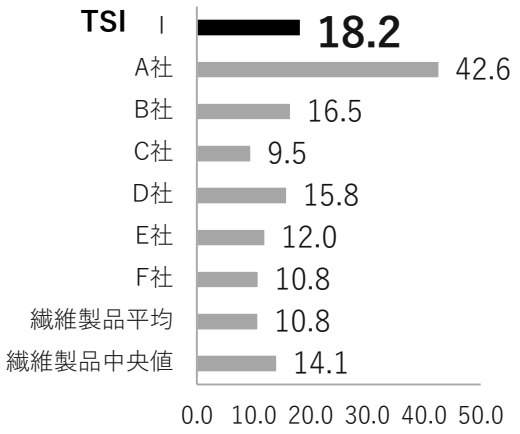
PBR 同業他社比



ROE 同業他社比



PER 同業他社比



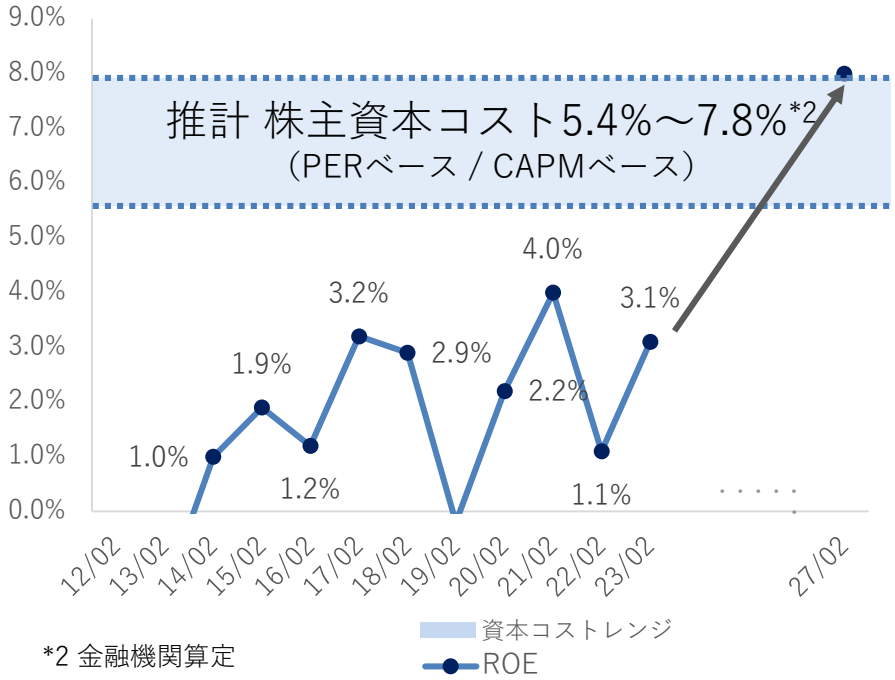
当社数値は2024年10月3日時点

現状の把握②（当社のROEとPBRの推移および現状）

自社の認識する株主資本コスト水準と比較してROEが低いためPBRは1倍以下が続いている。
前頁「現状の把握①」の比較にあるとおり、繊維製品業界においてはROEが8%で
PBRも概ね1倍に達している。
現状の株主資本コストの抑制を図ると共に、株主資本コストを上回るROEを達成し、
エクイティスプレッド(*1)を拡大することでPBR1倍を実現していく。

*1 (ROE▲株主資本コスト)…企業の純利益率が株主の期待する利益率をどれだけ上回っているか測定する指標

当社ROE推移と現状の資本コスト（レンジ）

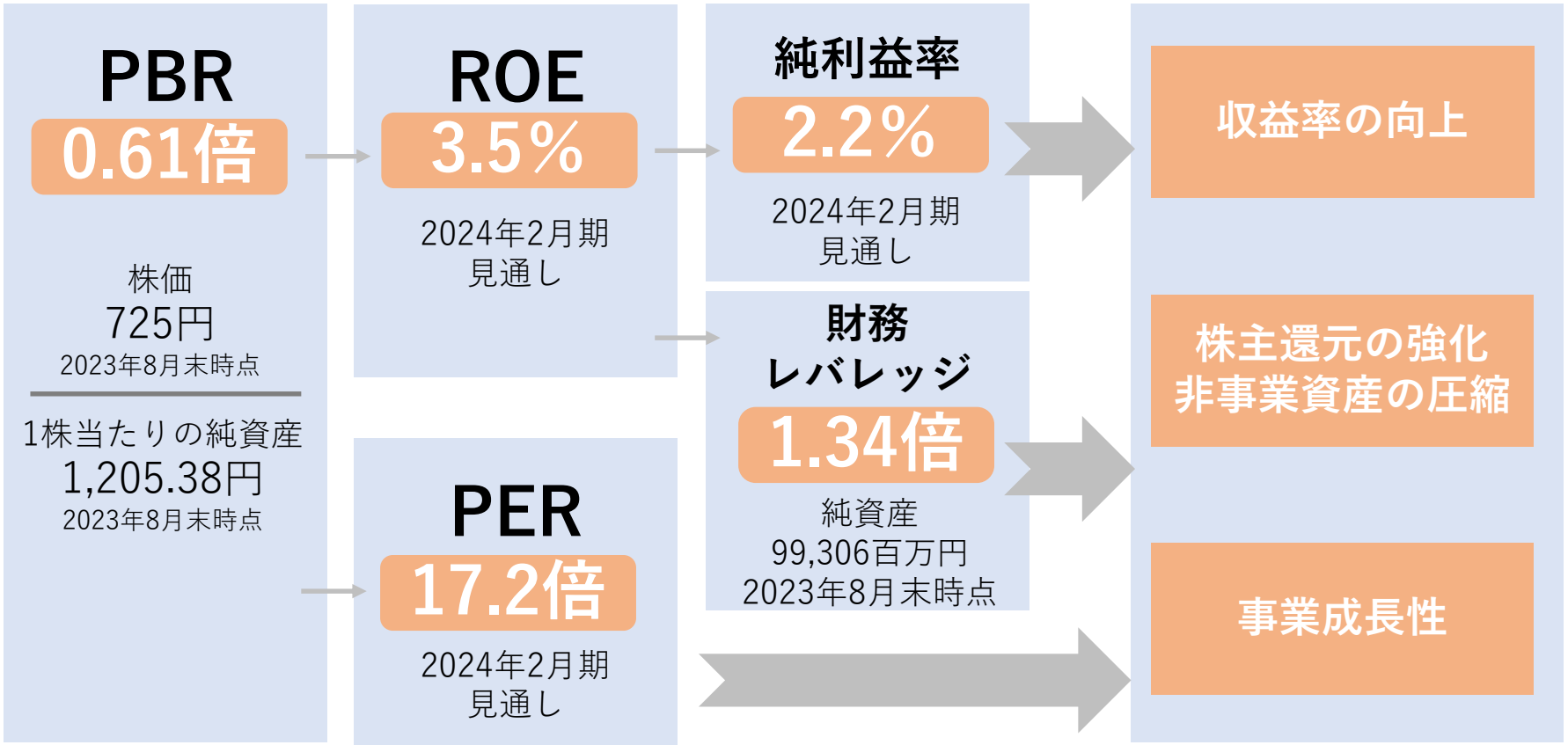


当社PBR推移

*2 金融機関算定

現状の把握③

収益力の向上や株主還元の強化および非事業資産の圧縮による資産の効率化により、
ROEの改善を目指す。



今後目指すべき指標

以上を踏まえ、目指すべき指標を設定。
指標達成に向けた施策を事業面・財務資本・非財務情報で検討中。

具体的な施策は2024年4月に開示予定。

目指すべき指標

営業利益率　5.0% 以上

ROE　8.0% 以上

PBR　1.0倍 以上

6 株価と株主還元について

（東証プライム市場：3608）

株価推移と配当利回り

直近1年の株価は海外機関投資家の大量保有や、継続的な自己株取得により上昇基調。
配当利回りは他社水準を下回るものの、配当金は前年より増配し、
自己株式の取得も継続して実施している。（次頁参照）

株価の推移

2023/11/20時点

配当利回りの同業他社比較

2023/11/20時点

	株価	1株当たり配当(予想)	配当利回り
TSIHD	842	15	1.78%
A社	2,136	30	1.40%
B社	3,490	80	2.29%
C社	1,786	55	3.08%
D社	1,568	56	3.57%
E社	2,653	88	3.32%
F社	491	17	3.46%

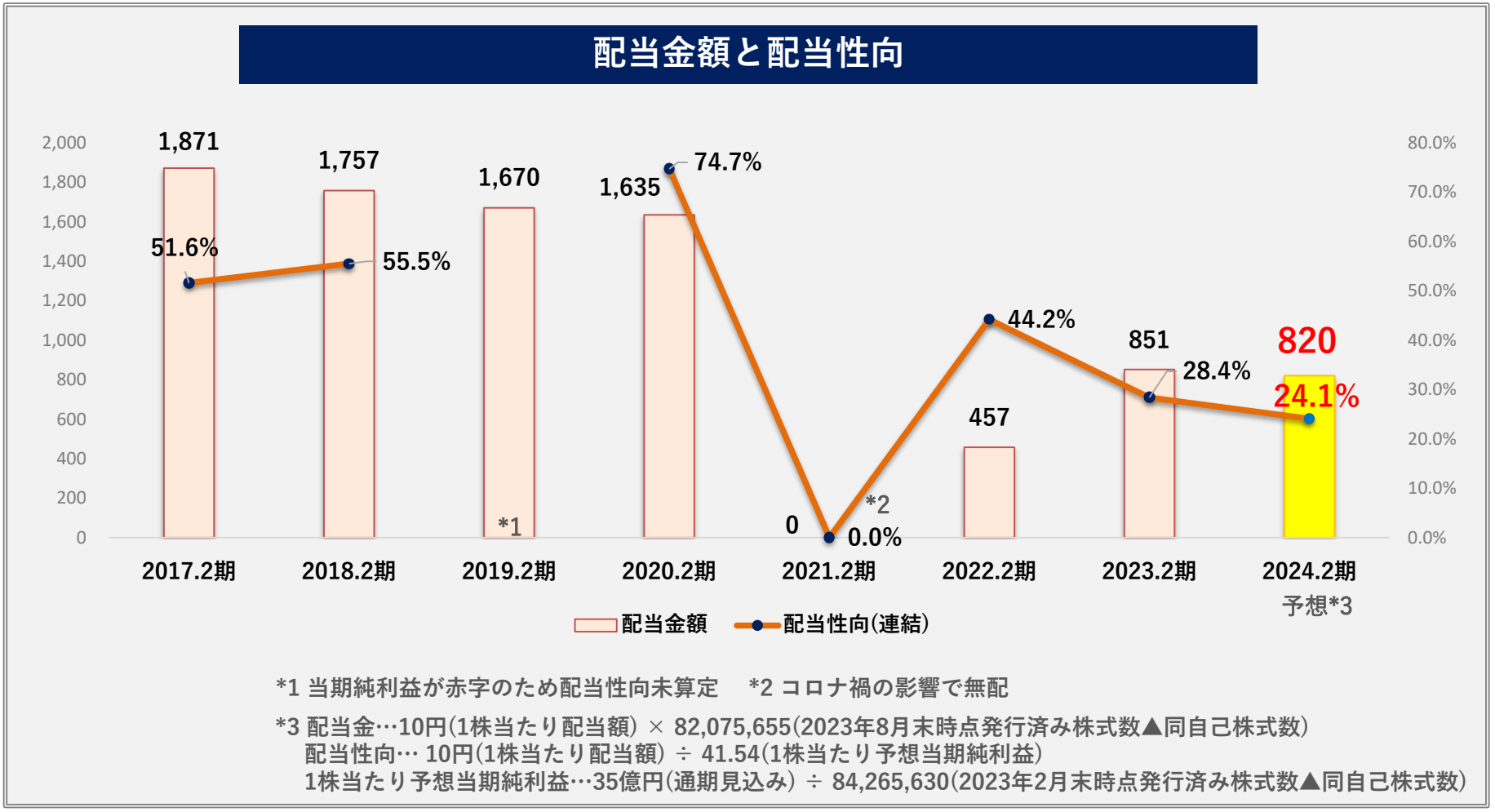
プライム上場企業の同業他社

配当実績と今期の配当計画

コロナ前は高い水準の配当性向を維持。

今期（前期5円⇒今期10円）増配し、株主還元強化を図る。

（**来期も増配の計画　今期10円⇒来期15円予定**）

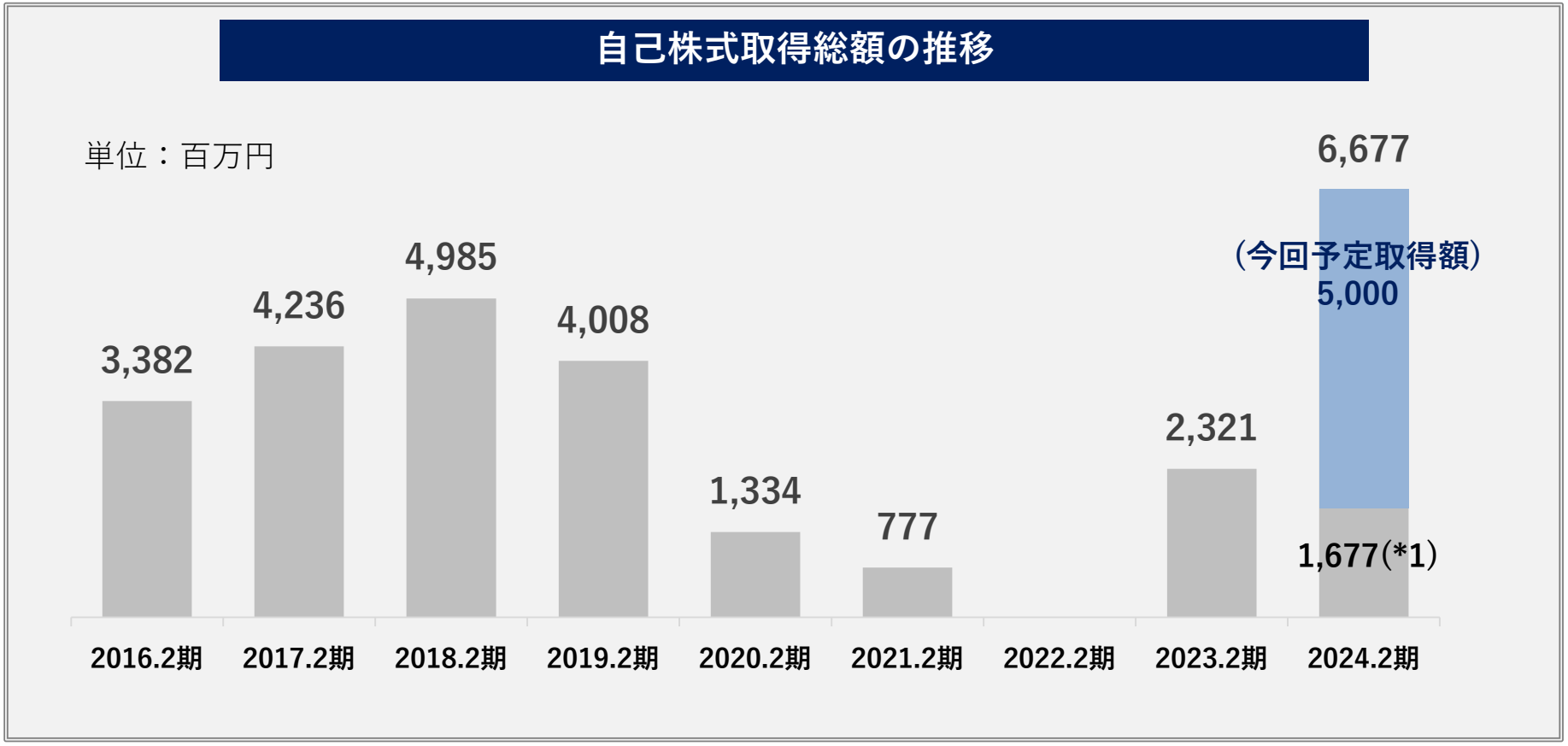


*1 当期純利益が赤字のため配当性向未算定　*2 コロナ禍の影響で無配

*3 配当金…10円(1株当たり配当額) × 82,075,655(2023年8月末時点発行済み株式数▲同自己株式数)
配当性向… 10円(1株当たり配当額) ÷ 41.54(1株当たり予想当期純利益)
1株当たり予想当期純利益…35億円(通期見込み) ÷ 84,265,630(2023年2月末時点発行済み株式数▲同自己株式数)

自己株式の取得について

過去8期ではコロナ禍（2022年2月期）以外、毎期取得を実施。
今期は2023年1月から9月までに約307万株を取得し、その全数を10月に消却。
2023年10月には新たに700万株、50億円を上限とする自己株式取得を実施中。
（半期の実施としては過去最大規模。取得した全数は2024年4月に消却予定。）



*1) 322百万円は2023年1月～2月取得分のため、2023年2月期に含む

株主優待について①（既存の優待について）

すべての株主様向け
ECサイトの利用時に年に2回、20％割引となる優待券を進呈。

※1　ナノ・ユニバースは1万円以上のお買い物に対し、2,000円の割引券を進呈。
※2　割引適用できる定価の上限はECサイトよって異なるため、ガイドブックをご覧ください。

■進呈枚数

3年未満保有の株主様	3年以上保有の株主様
100株以上所有　：1冊	100株以上所有　：2冊
500株以上所有　：2冊	500株以上所有　：3冊
1,000株以上所有：3冊	1,000株以上所有：4冊

利用できるECサイト一覧はこちらから＞＞＞

ご利用ガイドブックはこちらから＞＞＞

3年以上保有すると、優待券のもらえる冊数が増加

利用できるECサイトイメージ

優待券イメージ

株主優待について②（①に加えて今期より新設）

2023年2月末基準日分より株主優待制度を拡充。

1,000株（10単元）以上を保有する株主様向け【新設】

当社ブランドの株主様限定品や社会貢献活動への寄付等の中から選択可能な「えらべる株主優待」の冊子を進呈。

応募総数は2,000件を超え、「株主様限定品」が最も多く選ばれた。

本優待制度は年に１回の制度

株主様限定品

北海道上川町
(提携先)の特産品

その他選べる品

寄付

注）上記の画像は2023年2月末基準の内容です。
「限定品」は当社ブランドで毎期選定いたします。
「特産品」や「選べる品」も来年度は内容が異なる可能性がございます。
内容は決まり次第、ホームページ等でアナウンスいたします。(5月初旬想定)

株主優待について③（各優待の進呈時期および有効期限）

すべての株主様向け（20％割引優待）

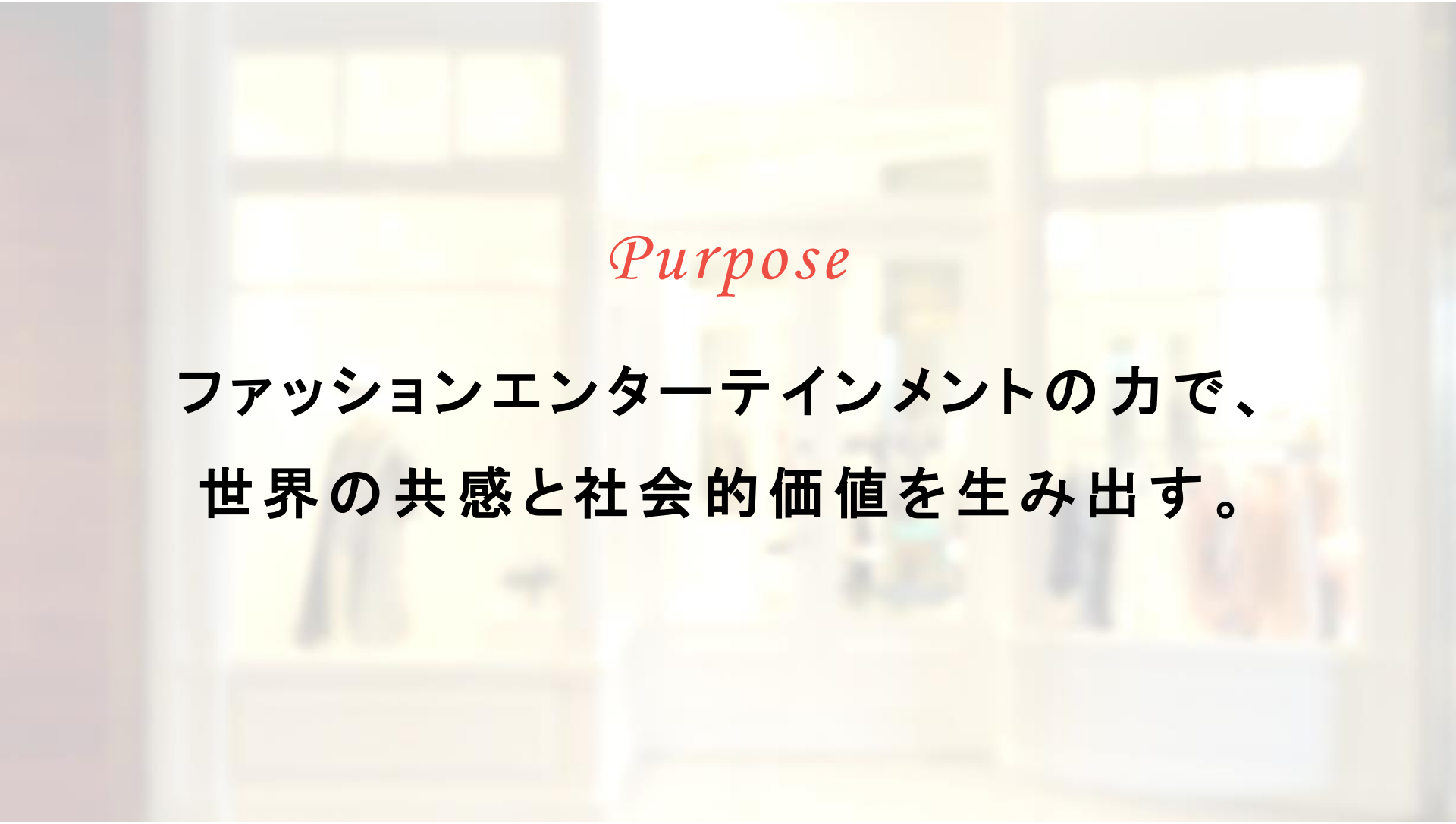
	進呈時期	有効期限
第2四半期末の株主様	11月末	12月1日～ 5月31日
決算期末の株主様	5月末	6月1日～11月30日

1,000株（10単元）以上を保有する株主様向け【新設】

	進呈時期	有効期限
決算期末の株主様	5月末	6月末日（当日消印有効）

優待の具体的な内容については、弊社のホームページからご覧ください。

株主優待ページはこちらから
https://www.tsi-holdings.com/holder.html



Purpose

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。

7 補足資料

（東証プライム市場：3608）

同業他社比較

単位：百万円

前期末実績	TSIHD	オンワードHD	三陽商会	アダストリア	パル	ワールド	ユナイテッドアローズ
	2023年2月期	2023年2月期	2023年2月期	2023年2月期	2023年2月期	2023年3月期	2023年3月期
売上高	154,456	176,072	58,273	242,552	164,482	214,246	130,135
売上総利益	84,901	96,751	36,110	132,664	90,221	123,935	67,178
販管費	82,572	91,537	33,874	121,149	74,399	110,396	60,816
営業利益	2,329	5,214	2,235	11,515	15,822	13,539	6,362
純利益	3,063	3,061	2,012	7,540	9,955	5,686	4,341
営業利益率	1.5%	3.0%	3.8%	4.7%	6.1%	5.5%	4.9%

今期見込み	TSIHD	オンワードHD	三陽商会	アダストリア	パル	ワールド *1	ユナイテッドアローズ
	2024年2月期	2024年2月期	2024年2月期	2024年2月期	2024年2月期	2024年2月期	2024年3月期
売上高	162,000	189,211	61,500	270,000	184,270	220,600	138,300
売上総利益	90,800	105,952	38,500	151,800	101,667	131,100	72,100
販管費	86,100	94,930	35,400	133,800	82,697	116,100	65,100
営業利益	4,700	11,022	3,100	18,000	18,970	13,000	7,000
純利益	3,500	5,462	2,800	12,000	12,450	7,000	4,830
営業利益率	2.9%	5.8%	5.0%	6.7%	10.9%	5.9%	5.1%

*1 今期から決算期変更

貸借対照表（2023年2月期末）

	2022.2期 通期累計		2023.2期 第3四半期累計		2023.2期 通期累計					
	実績（百万）	構成比（%）	実績（百万）	構成比（%）	実績（百万）	構成比（%）	前期差（百万）	前期比（%）	前回差（百万）	前回比（%）
流動資産	75,547	53.8%	80,805	55.4%	71,837	53.0%	▲3,710	95.1%	▲8,968	88.9%
うち現金及び預金	39,258	28.0%	32,139	22.0%	32,205	23.8%	▲7,053	82.0%	66	100.2%
うち棚卸資産	18,725	13.3%	28,280	19.4%	24,679	18.2%	5,954	131.8%	▲3,601	87.3%
固定資産	64,893	46.2%	65,155	44.6%	63,589	47.0%	▲1,304	98.0%	▲1,566	97.6%
うち投資有価証券	28,397	20.2%	28,122	19.3%	27,879	20.6%	▲518	98.2%	▲243	99.1%
うち投資不動産	4,735	3.4%	4,713	3.2%	4,708	3.5%	▲27	99.4%	▲5	99.9%
資産合計	140,440	100.0%	145,961	100.0%	135,427	100.0%	▲5,014	96.4%	▲10,534	92.8%
流動負債	28,375	20.2%	32,059	22.0%	26,239	19.4%	▲2,136	92.5%	▲5,820	81.8%
うち短期借入金	114	0.1%	17	0.0%	17	0.0%	▲97	14.9%	-	100.0%
うち1年内返済予定の長期借入金	6,212	4.4%	4,987	3.4%	4,737	3.5%	▲1,475	76.3%	▲250	95.0%
固定負債	14,329	10.2%	12,177	8.3%	10,309	7.6%	▲4,020	71.9%	▲1,868	84.7%
うち長期借入金	9,803	7.0%	6,478	4.4%	5,010	3.7%	▲4,793	51.1%	▲1,468	77.3%
負債合計	42,704	30.4%	44,236	30.3%	36,549	27.0%	▲6,156	85.6%	▲7,688	82.6%
純資産	97,736	69.6%	101,724	69.7%	98,878	73.0%	1,142	101.2%	▲2,846	97.2%
うち自己株式(▲)	▲3,668	-2.6%	▲5,388	-3.7%	▲3,031	-2.2%	637	82.6%	2,357	56.3%
負債純資産合計	140,440	100.0%	145,961	100.0%	135,427	100.0%	▲5,013	96.4%	▲10,534	92.8%

損益計算書（2023年2月期末）

	2022.2期 ※1 通期累計		2023.2期 ※2 通期累計			
	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	140,382	100.0	154,456	100.0	14,074	110.0
売上総利益	76,826	54.7	84,901	55.0	8,075	110.5
販管費	72,386	51.6	82,572	53.5	10,185	114.1
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	68,006	48.4	78,744	51.0	10,738	115.8
のれん償却費	788	0.6	423	0.3	▲364	53.8
減価償却費	3,591	2.6	3,403	2.2	▲188	94.8
営業利益	4,440	3.2	2,329	1.5	▲2,110	52.5
経常利益	5,834	4.2	3,859	2.5	▲1,974	66.2
特別利益	2,543	1.8	1,065	0.7	▲1,477	41.9
特別損失	5,664	4.0	2,120	1.4	▲3,543	37.4
税金等調整前四半期純利益	2,712	1.9	2,804	1.8	91	103.4
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,022	0.7	3,063	2.0	2,040	299.6
EBITDA ※3	8,820	6.3	6,156	4.0	▲2,663	69.8

※1　2022.2期は旧収益基準を適応
※2　2023.2期は新収益基準を適応
※3　EBITDA＝営業利益+のれん償却費+減価償却費

販路別の売上高（2023年2月期末）

	2022.2期 ※3 通期累計		2023.2期 ※4 通期累計			
	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	13,820	9.8	19,555	12.7	141.5	+2.8pt
非百貨店※1	60,736	43.3	67,022	43.4	110.4	+0.1pt
自社サイト	17,842	12.7	18,111	11.7	101.5	▲1.0pt
その他	21,443	15.3	20,732	13.4	96.7	▲1.9pt
EC(E-Commerce)	39,286	28.0	38,843	25.1	98.9	▲2.8pt
その他※2	15,434	11.0	16,115	10.4	104.4	▲0.6pt
国内合計	129,277	92.1	141,537	91.6	109.5	▲0.5pt
EC(E-Commerce)	3,694	2.6	3,975	2.6	107.6	▲0.1pt
海外合計	11,104	7.9	12,918	8.4	116.3	+0.5pt
EC(E-Commerce)	42,980	30.6	42,819	27.7	99.6	▲2.9pt
総合計	140,382	100.0	154,456	100.0	110.0	-

※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　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　2022.2期は旧収益基準を適応
※4　2023.2期は新収益基準を適応

ブランド別の売上高（2023年2月期末）

		2022.2期 通期累計 ※1			2023.2期 通期累計 ※2			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.	PEARLY GATES	15,069	10.7	61.9	17,086	11.1	60.8	113.4	▲1.1pt
2.	NANO universe	17,861	12.7	49.5	14,764	9.6	51.2	82.7	+1.7pt
3.	MARGARET HOWELL	11,002	7.8	66.1	12,801	8.3	64.5	116.3	▲1.7pt
4.	NATURAL BEAUTY BASIC	10,356	7.4	58.0	10,994	7.1	63.1	106.2	+5.1pt
5.	HUF	6,733	4.8	51.1	9,853	6.4	51.3	146.3	+0.2pt
6.	AVIREX	6,240	4.4	62.1	7,084	4.6	54.5	113.5	▲7.6pt
7.	UNDEFEATED	4,389	3.1	41.1	4,640	3.0	35.3	105.7	▲5.8pt
8.	STUSSY	4,286	3.1	69.8	4,617	3.0	64.5	107.7	▲5.3pt
9.	new balance golf	3,632	2.6	57.8	4,409	2.9	51.3	121.4	▲6.5pt
10.	human woman	3,083	2.2	58.1	4,400	2.8	64.1	142.7	+6.0pt
TOP10 計		82,656	58.9	57.5	90,652	58.7	57.3	109.7	▲0.2pt
その他 計		55,834	39.8	51.3	63,101	40.9	51.7	113.0	+0.4pt
継続ブランド 計		138,491	98.7	55.0	153,753	99.5	55.0	111.0	▲0.0pt
廃止ブランド 等		1,891	1.3	34.0	702	0.5	50.3	37.2	+16.3pt
合計		140,382	100.0	54.7	154,456	100.0	55.0	110.0	+0.2pt

※1　2022.2期は旧収益基準を適応
※2　2023.2期は新収益基準を適応

店舗数の状況（2023年2月期末）

		2022.2期 期末	出店	退店	2023.2期 期末	前期末差
アパレル	国内	805	+38	▲105	738	▲ 67
	海外	41	-	▲12	29	▲ 12
	合計	846	+38	▲117	767	▲ 79
飲食	国内	7	+1	-	8	1
コスメ	国内	36	+4	▲4	36	0
総計		889	+43	▲121	811	▲ 78

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。

（東証プライム市場：3608）