



# 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）

2026.02.05





# Contents

- 1 事業概要
- 2 事業トピックス
- 3 中期経営計画（収益構造改革/成長戦略/財務・資本政策）
- 4 第3四半期 連結業績
- 5 株主還元と株価
- 6 サステナビリティ
- 7 補足資料

# 自己紹介



株式会社TSIホールディングス 代表取締役社長 CEO

下地 毅  
(しもじ つよし)

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 (株)上野商会 (現株)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

(株)TSI 代表取締役社長 (現任)



# TSIのパーパス/目指す姿

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

# 事業概要





# 会社概要



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

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	1,566億円
当期純利益	152.3億円
資 本 金	150億円
代 表 者	代表取締役社長 下地 毅
上場取引場	東証プライム市場（証券コード：3608）

## 従業員数

グループ全体  
**5,081** 人  
うち臨時従業員  
**1,244** 人

## 実店舗数

国内 **688** 店舗  
海外 **18** 店舗  
イギリス8/アメリカ4  
/フランス2/イタリア1/台湾3

## ブランド数

**50** ブランド  
インブランドを含めると  
58ブランド

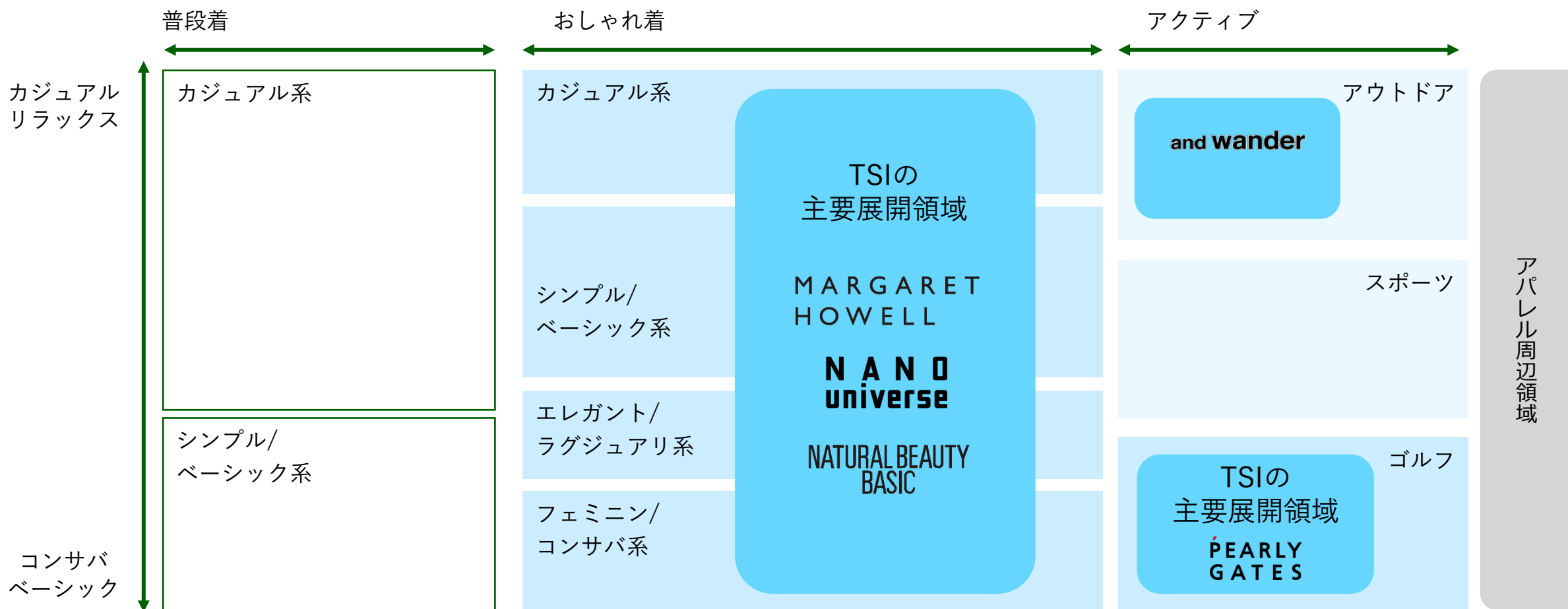
(2025年2月28日時点)



# ブランドポートフォリオ（期初時点）

期初時点における当社のブランドポートフォリオは、おもに「おしゃれ着」とされる各カテゴリーや「ゴルフ」、「アウトドア」を主体としたゾーンにブランド展開が集中。

「PEARLY GATES」や「NANO universe」などは売上規模が大きく、当社事業の中核を成している。



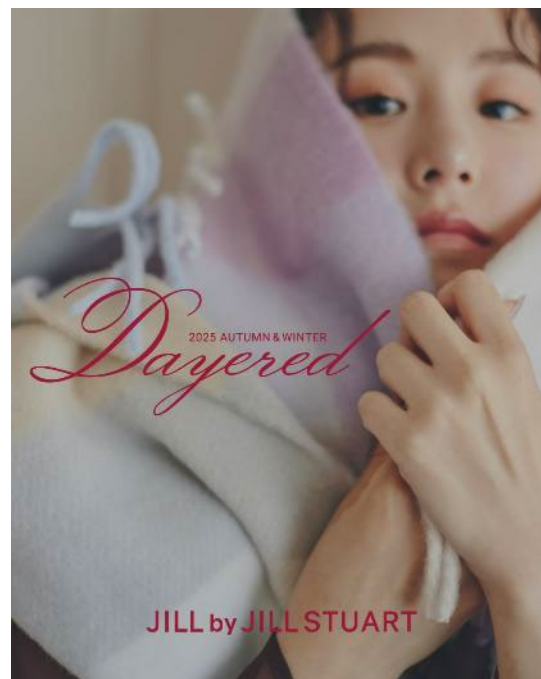


# レディースブランド

NATURAL BEAUTY  
BASIC



JILL by JILL STUART



A D O R E



E T R É  
T O K Y O



human woman

LE PHIL

PROPORTION  
BODY DRESSING

FREE'S  
MART

PINKY&DIANNE

C A D U N É

Apuweiser-riche

JUSGLITTY

Arpege story

Mystrada

Rirandture

hueLe Museum



# ゴルフブランド一覧

## PEARLY GATES



## new balance golf



## PING



## MASTER BUNNY EDITION



## Jack Bunny!!





# ライフスタイルブランド

MARGARET  
HOWELL



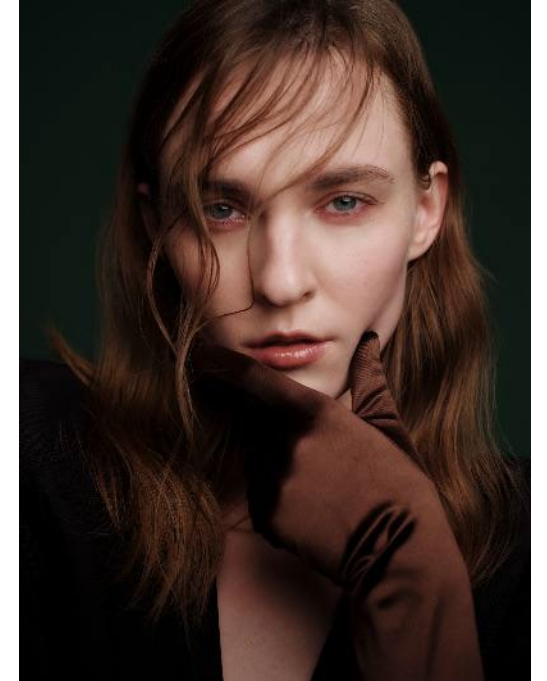
and **wander**



YLÈVE



bobe



**MHL, BEAVER**

Waterfront Co.,Ltd.





# ストリートカジュアルブランド

## AVIREX®



## STUSSY



## huf®



## Schott® N.Y.C.





## FREAK'S STORE



UNION  
TOKYO

## NANO UNIVERSE



SEVEN BY SEVEN

## ROYAL FLASH



B'2nd





Next Agenda

# 事業トピックス





## 事業トピックス | ECサイトリニューアル

# mIX .tokyo

11の自社ECサイトと会員サービスを統合し  
ブランドモール型オンラインストアへ(2025/2～)

- ✓ サイト統合による費用削減効果
- ✓ システム統合と連動した業務オペレーション / 運用体制の整備を行い、業務効率の最大化を実現
- ✓ 更なるブランド追加統合に向けたITコスト削減も検討

アプリダウンロードはこちら



公式SNSはこちら





# 事業トピックス | EC拡大戦略

## 初のリアル体験型ポップアップストアを開催



▲「東京ミッドタウン日比谷・アトリウム」



▲豪華景品が当たる  
「アドベントカレンダー」



▲一部完売となった  
アイテムも



▲フォトブースではスペシャルゲスト  
をお迎えしたイベントを実施

本イベントでは、サイトで展開する人気ブランドをはじめ、今回限定のブランドも集結。“HOLIDAY”をテーマに、アドベントカレンダーやフォトブース、オンライン購入が可能なショールーミングブースなどを展開しました。リアルとデジタルが融合した新しいショッピング体験を提供し、新たなお客様への認知拡大を図りました。



▲「限定トートバック」



▲「human woman  
× TAION コラボ  
ダウンコート」



▲「HUF」限定フーディー



# 事業トピックス | (ゴルフ事業) TSI契約プロが大活躍

当社が契約するプロゴルファーが、今季複数のトーナメントで優勝・上位入賞を果たし、ブランド価値向上に寄与。



## 【2025年 国内外大会 優勝選手】

佐久間 朱莉プロ 4 勝

Jack  
Bunny!!

岩井 千怜プロ 2 勝

new balance  
golf

MASTER BUNNY  
EDITION

岩井 明愛プロ 1 勝

MASTER BUNNY  
EDITION

鈴木 愛プロ 2 勝

PING

阿久津 未来也プロ 1 勝

MASTER BUNNY  
EDITION

山下 美夢有プロ 2 勝

new balance  
golf

原 英莉花プロ 1 勝

PEARLY  
GATES

MASTER BUNNY  
EDITION

脇元 華プロ 1 勝

MASTER BUNNY  
EDITION

蟬川 泰果プロ 1 勝

PING

大岩 龍一プロ 1 勝

PING



# 事業トピックス | ストリートカジュアルブランドが好調

## AVIREX®

1975年創業、2025年に50周年を迎えた代表作であるフライトジャケットやロングセラーの「DAILY WEAR」シリーズを中心に長年の愛用者に支えられてきた一方、近年はK-POPアーティストやウィメンズブランドとのコラボレーションを通じて、若年層や女性など新たな顧客層の開拓にも注力している。



▲「DAILY WEAR」シリーズが顧客層の拡大に貢献。



▲ウィメンズブランド「MOUSSY (マウジー)」とのコラボも好評



▲K-POPグループ「ATEEZ (エイティーズ)」とのコラボで新たな客層へアプローチ



ALPHA INDUSTRIES INC.  
KNOXVILLE, TENNESSEE, U.S.A.

1954年にアメリカで設立。米国防総省が軍用ジャケットの生産を同社に依頼して以降、50年以上に渡って製品を提供。



▲創業70年超の老舗ミリタリーブランド「アルファ・インダストリーズ」と独占販売代理店契約を締結。2025年9月から、自社EC・卸売・POP UPでの取り扱いを開始。



Next Agenda

# 中期経営計画

TSI Innovation Program 2027



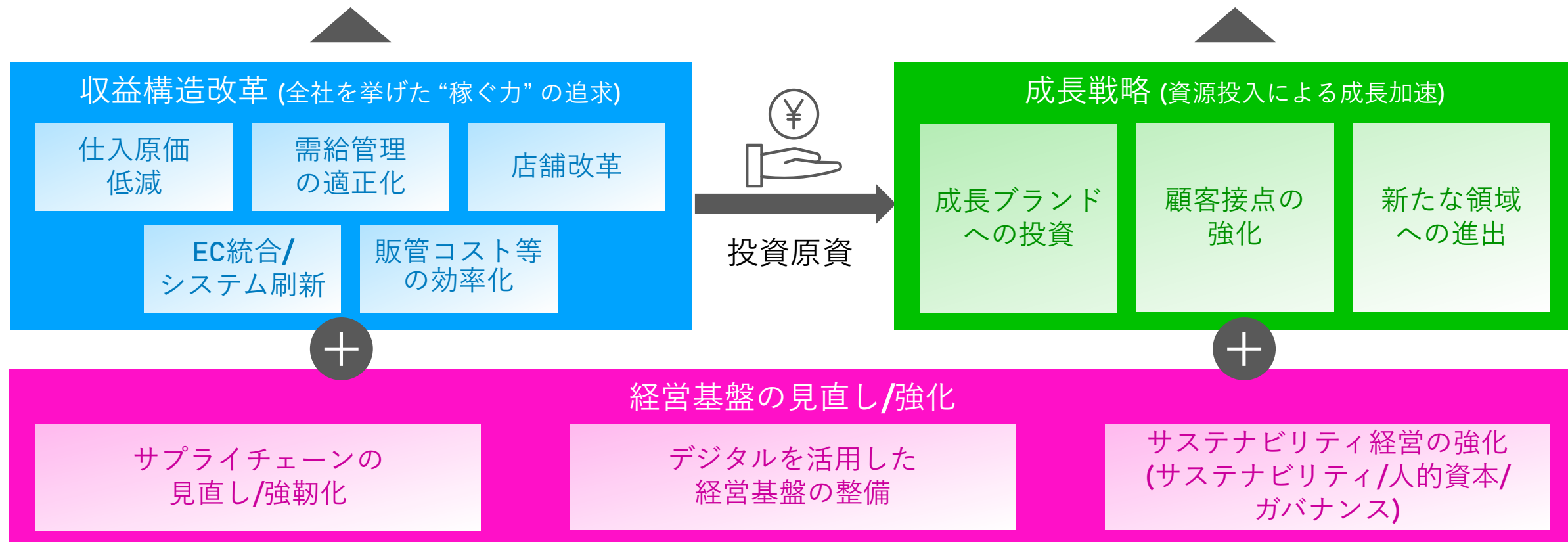


# TSIグループの変革 | - 中期経営計画 (TIP27) -

TSI HOLDINGS

TSIの企業価値向上に向けて、抜本的な収益構造改革と、成長加速に向けた投資を両輪で推進していく

## “ファッションエンターテインメント創造企業”の実現





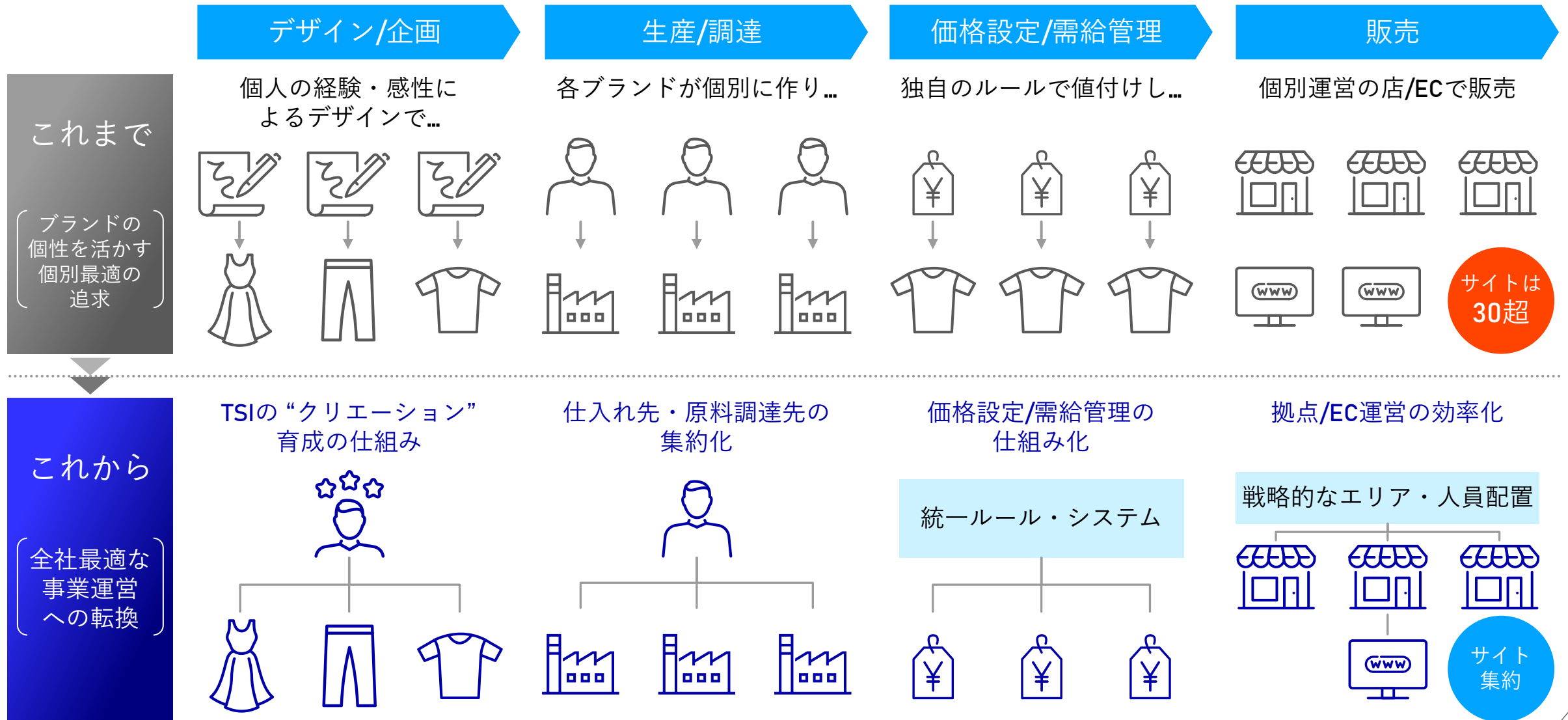
Next Agenda

# 収益構造改革





# 収益構造改革 | 全社を挙げた“稼ぐ力”の追求





# 収益構造改革 | 中期経営計画における構造改革

改革項目	課題	具体的な打ち手	改善効果	
			26/2期年間見込	改善効果(対24/2期差) 27/2期 (単年)
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	約13億	約30億
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		約25億
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	約11億	約15億
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(30超)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	約5億	約5億
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 ▶ ブランドの位置づけや、施策のROIに応じたコスト/人員体制の見直し	約25億	約25億
			計:約54億円	計: 約100億円



# 収益構造改革 | 仕入原価低減

TSIとして生産・製造に対する戦略を定め、ビジネス形態に即した打ち手を講じることで原価を低減。





# 収益構造改革 | 需給管理の適正化（プライシング）

プライシングのアプローチの型を作り、ブランド主導で分析と値付けを推進できるプロセス / 仕組みを構築。

## プライシングの型を構築



競合/自社/顧客の観点から、調査・分析を行い、プライシングの余地を把握

## 型を用いたプライシングを実施



“型”を使って特定したプライシング余地を個別商品の価格に反映

## 効果検証と来期価格戦略



意図した通りの上代上昇・粗利インパクトが創出できているかを分析/検証し、来期価格戦略の改善に繋げる

24FW商品/25SS商品を  
対象に十数ブランドで実施

2025.2期

今期は更に  
対象ブランドを拡大

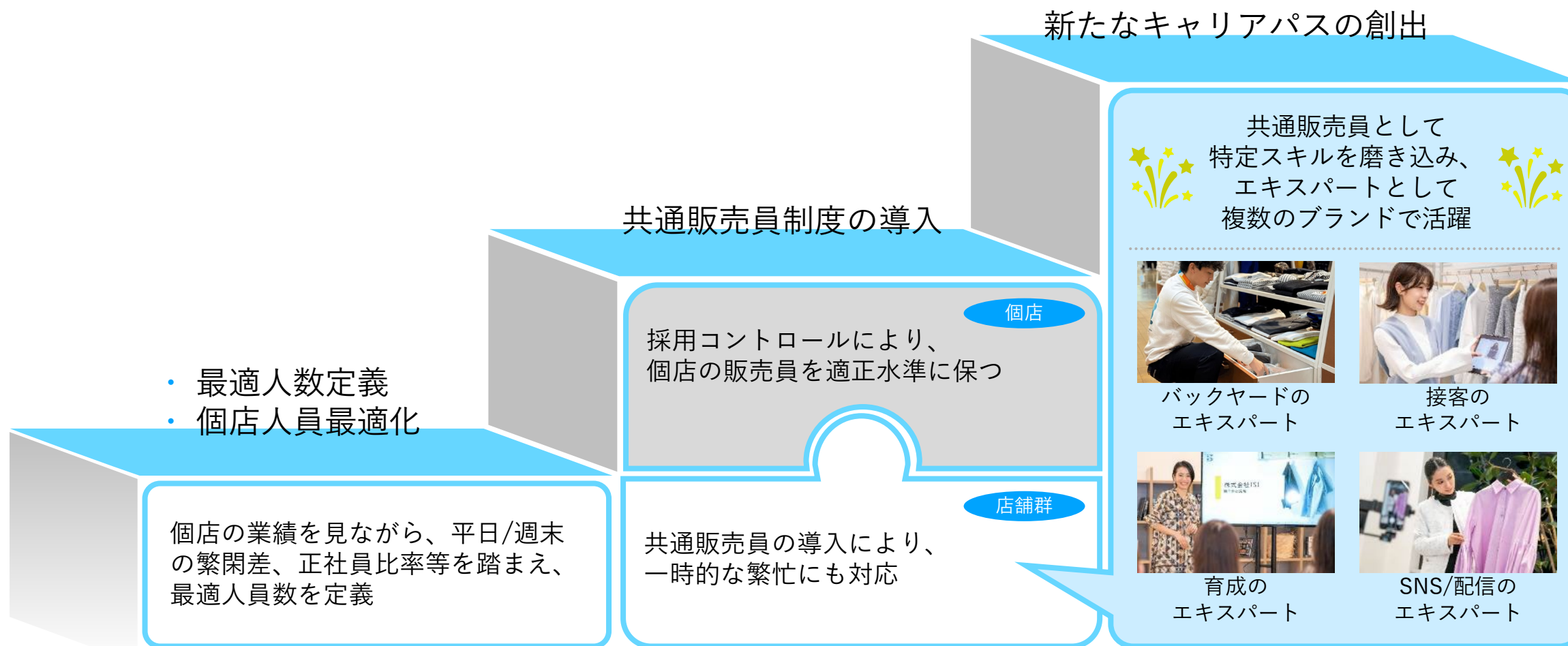
2026.2期

商品企画を含む価格の適正化にも着手

2027.2期

# 収益構造改革 | 店舗収益構造の見直し

エリアを中心とした販売員の最適配置・制度改革に注力。





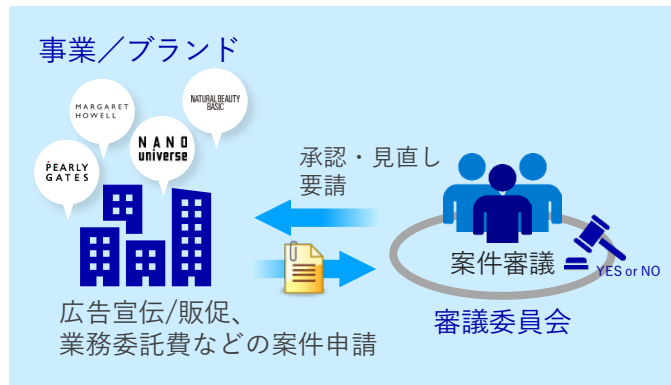
# 収益構造改革 | 販管費コスト等の効率化

ブランド横ぐしのコスト統制を導入し費用対効果を高める / サプライチェーンを横断した視点で物流費を低減。

## 横断的なコスト統制

全社横断的なレビューを通じたコスト統制の仕組みを導入、広宣販促・業務委託を最適化

- ✓ 適正なコスト水準の設定
- ✓ コスト/経済合理性の妥当性を判断
- ✓ 効果測定を行い、データを蓄積



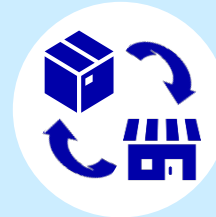
### 成果

- ・ 非効率的な支出の抑制
- ・ 無駄のないコスト構造の確立
- ・ 事業部間でバラついていた基準を統一
- ・ ブランド独自で進めていた意味のある取り組みの全社横展開

捻出できた原資を重要分野に再投資、さらなる成長へ

## 物流最適化の推進

従来の物流主体の取り組みに加えて、製販と連携したサプライチェーン横断的な物流最適化にも踏み込む



### 返品・店間移動の最適化

- ✓ 移動点数の下限の定義
- ✓ 移動頻度の目安を設定
- ✓ 移動エリアの制限



### 倉庫人員・保管料の最適化

- ✓ 保管物量の整理
- ✓ 倉庫移転 / 統合、返却

Next Agenda

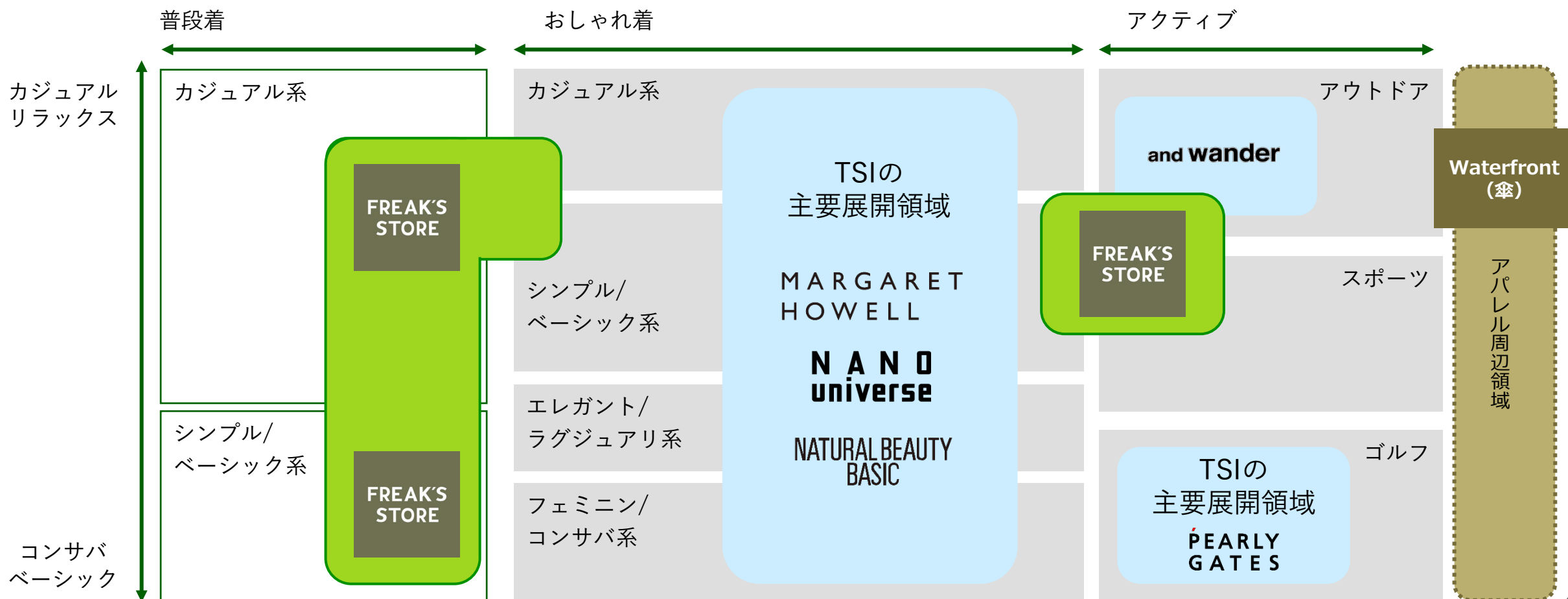
# 成長戦略





# 成長戦略 | ブランドポートフォリオのアップデート

デイトナ・インターナショナル社とウォーターフロント社のグループ入りにより、ブランドポートフォリオを大きくアップデート。比較的狭いゾーンにブランド展開が集中していた当社にとって、複数のホワイトスペースを有効に埋められる強みがあり、当社の成長戦略に合致する。



中期経営計画の発表以降、成長戦略として新領域への参入を検討してきた結果、その実現のため新たな事業の導入を決定。「FREAK'S STORE」を運営する株式会社デイトナ・インターナショナルの株式100%取得に合意した。

## 会社概要

# DAYTONA INTERNATIONAL

会社名	株式会社デイトナ・インターナショナル
所在地	東京都渋谷区
設立	1990年4月
代表者	代表取締役 高橋 正博

OMOプラットフォームビジネス、DX小売ソリューションサービスSaaS型ビジネスを運営、約400億円の年間売上高と、約60店舗の店舗網を擁する事業規模。

「LIFE TO BE FREAK 情熱と共に生きる豊かさを、世界に」というビジョンのもと、「ワクワク・ドキドキ」する全ての体験価値をお客様にお届けする。主力ファッション・リテ일러事業は「FREAK'S STORE」。

## 事業の強み・特徴

## FREAK'S STOREのリテイルカ



## 若年層含む幅広い世代の支持



## EC化率50%を超えるECサイト



## 地方を含め全国を網羅する店舗網





# 成長戦略 | 株式会社デイトナ・インターナショナル

**DAYTONA  
INTERNATIONAL**

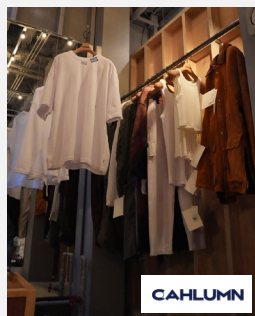
2025年9月より連結子会社となった株式会社デイトナ・インターナショナルの「FREAK'S STORE」が好調。第3四半期売上高 前期比115.6%。

## FREAK'S STORE

2025年10月17日、路面店としては関西初となる京都/寺町京極商店街に新店舗をオープン。



▲ 銭湯絵師の山本奈々子さんによるオリジナルのペンキ絵が描かれる壁面



ファッションだけでなく、京都の文化・人・ものづくりを発信する拠点として新しい“ローカルカルチャー”を提案していく。

◀ 東京/御茶の水のCAHLUMN STOREで扱う限定商品をFREAK'S STORE京都でも展開

## 包括連携協定を結ぶ 長野エリアでの複合企画

長野市×信濃毎日新聞×地球の歩き方×FSの4社連携の自治体共創プロジェクト。信州版のプロモーションとしてインフラ・飲食店・施設との商品開発およびキャンペーンを設計。



◀ 善行寺表参道（長野中央通り）と二線路通りの交差点歩道内に『長野×FREAK'S STORE』のマンホールを設置



◀ 信州ブレイブウォリアーズ コラボ第2弾

## 「FILSON」を 2026年1月1日より取扱い開始



### 『FILSON』

ゴールドラッシュに沸く探鉱者たちへの装備供給として1897年シアトルで創業。誠実さ、品質、耐久性の評価に支えられ、129年に渡る歴史を刻む。

冒険家、ハンター、牧場主、釣り人、エンジニア、アウトドアへの情熱を持つすべての人々へ。

# 成長戦略 | 株式会社ウォーターフロント

ファッションと高い親和性がある「傘」のライフスタイルグッズブランドを迎え入れることで、ポートフォリオを戦略的に補完。当社既存ブランドにおいても「雨の日」の日常シーンを起点とした新たな顧客接点機会の獲得が可能に。

## 会社概要

# Waterfront co.,Ltd.

会社名	株式会社ウォーターフロント
所在地	東京都渋谷区
設立	2020年4月
代表者	代表取締役 吉野 哲

同社は、「満足をもっと近くに、その先へ」というビジョンのもと、傘業界におけるリーディングカンパニーとして、高いブランド認知度を誇る「Waterfront」等を展開し、デザイン性と機能性を有する雨傘・日傘をリーズナブルな価格でお客様に提供しています。傘が単なる生活用品ではなくファッションアイテムとして愛用される潮流を牽引することで、多くのステークホルダーから高い支持を獲得しています。

## 事業の強み・特徴

直営店：Waterfront JIYUGAOKA / TOKYO



機能性とデザイン性を両立した多彩な傘を展開



Images © Waterfront Co., Ltd.



# 成長戦略 | 株式会社ウォーターフロント

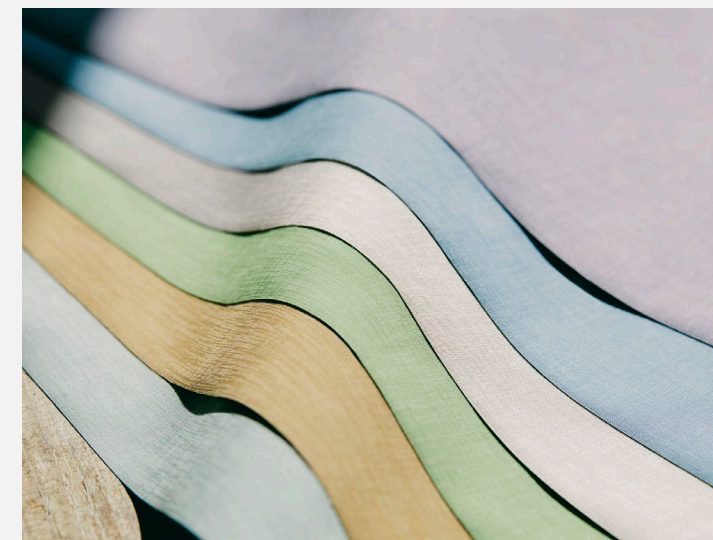
## ■COKAGE+ シリーズ (税込7,040円～)

UVカット率・遮光率・遮熱率が最高水準の日傘

UVカット率・遮光率100%(生地使用)、遮熱率は最高基準の67%(最高値)。

傘生地には東レサマーシールドIIを採用し、太陽光を構成する赤外線・紫外線・可視光線のそれぞれをくまなくカット。

「木陰のようなやさしさのある日傘」をコンセプトにした“COKAGE+”に加え、2025年には性別問わずアクティブな毎日を送る方へ向けた“COKAGE+ ACTIVE”も発表。



Images © Waterfront Co., Ltd.

# 成長戦略 | 株式会社ウォーターフロント

## ■ポケフラット® クイック 折 55cm (税込2,970円)

タイパ、スペパ、コスパ！全部が叶う薄型折りたたみ傘

累計販売本数2,400 万本を突破している“ポケフラット®”シリーズのたたみにくさを解消したアイテム。

“ポケフラット®”の薄さはそのまま、裏面にPET フィルム加工を施し軽く振るだけでサッと綺麗にまとまります。

形状記憶傘が2,000 円台で手に入る価格帯も魅力。さらに軽量約185g、UV カット90% 以上で毎日持ち歩きたくなるアイテムです。



Images © Waterfront Co., Ltd.



# 成長戦略 | 株式会社ウォーターフロント

## ■クイックシャット®シリーズ (税込5,390円～)

クイックにたためる折りたたみ傘

シェイプメモリー機能（裏面のPET フィルム）がついた、たたみやすい折りたたみ傘“クイックシャット”シリーズ。

閉じた瞬間に折り目が現れ、簡単かつ綺麗にたためてストレスフリー。UVカット率・遮光率100%(生地使用)、遮熱機能もある晴雨兼用傘や、ワンタッチで開閉できる自動開閉傘など豊富なラインナップも魅力。



Images © Waterfront Co., Ltd.

# 成長戦略 | 想定されるシナジー

デイトナ・インターナショナル社およびウォーターフロント社はブランドポートフォリオのみならず、現在の当社に不足している領域に多くの強みや特徴を持ち、相互補完関係や、さらなる販売チャネル・商品価値の提供などのシナジー効果が期待される。

## 具体的なシナジー効果



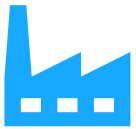
### ホワイトスペース強化

- マーケット領域として、カジュアル、スポーツ、アウトドアなど幅広くカバー
- 顧客層として、20代を中心とした若年層に強み
- 店舗網として、地方都市のショッピングセンターなどを含め全国をカバー



### 大きな顧客基盤

- アクティブユーザー数約80万人（デイトナ・インターナショナル社）
- ECサイト「Daytona Park」と当社の「mix.tokyo」とのシナジーを追求する



### 生産調達等オペレーションのスケールメリット

- 連結仕入高が30%前後スケールアップすると見込まれる
- 仕入原価に関する構造改革のスケールメリットを拡大できる可能性



### DXソリューション事業

- DXソリューション事業の成長ポテンシャルに高い期待
- TSI既存事業での積極的な活用を推進する



### ブランド横断のシナジー

- セレクトとして既存ブランドの販売チャネルが拡大
- レイングッズなどすべてのブランドを活かせるライフスタイル商品の展開



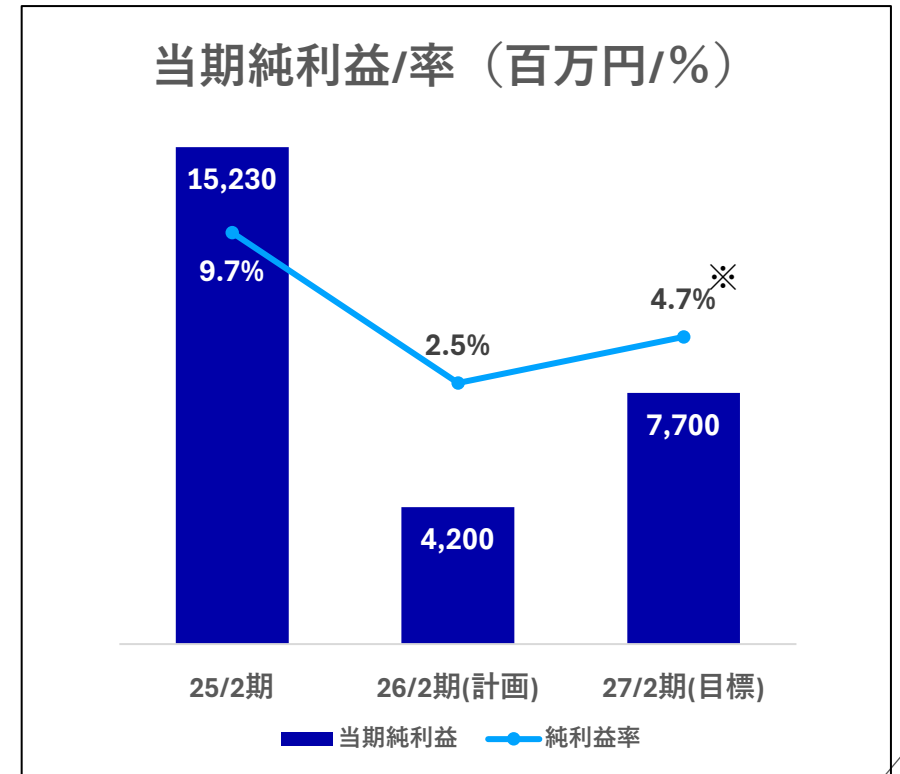
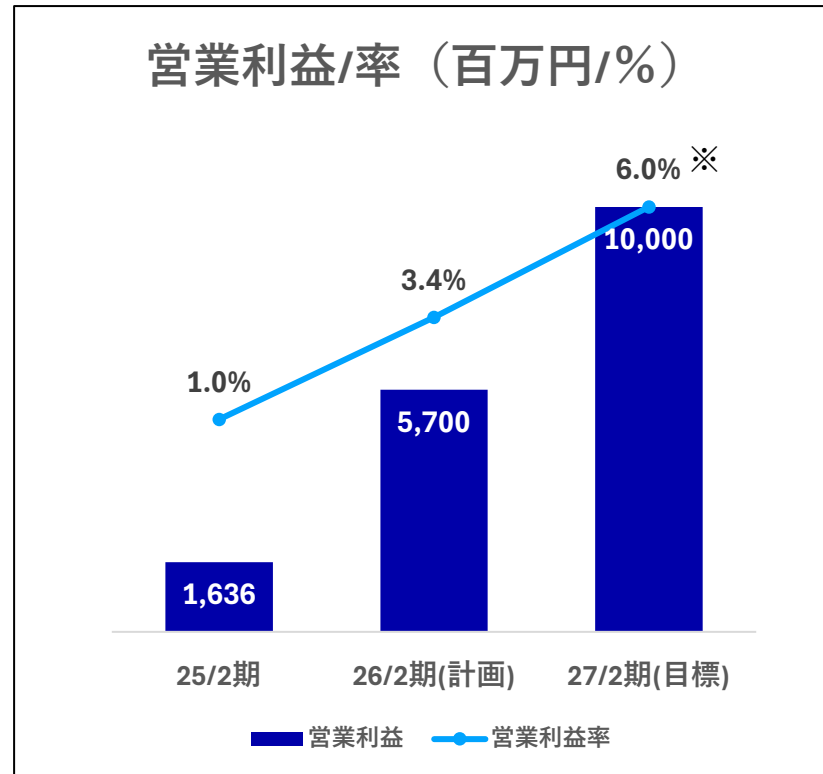
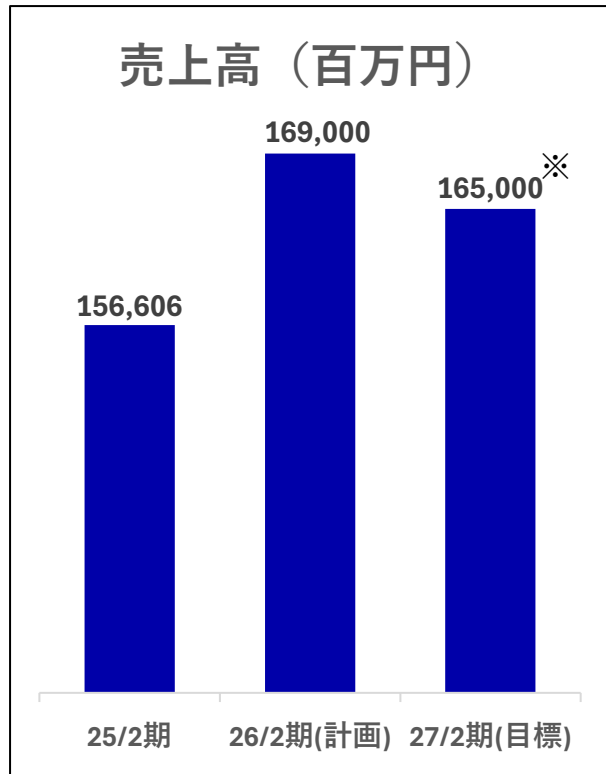
# 中期経営計画の定量目標

27/2期主要目標 営業利益**100億円**、ROE**8.0%**、売上高**1,650億円**

【売上高】 今期(26/2期)は前期差+123億円(同比107.9%)の1,690億円、最終年度の2027年2月期は1,650億円を見込む。

【営業利益】 構造改革効果は着実に効果が発現しており、今期は過去最高益の57億円、最終年度は100億円を目指す。

【当期純利益】 前期は投資不動産譲渡により240億円の特別利益を計上。今期以降は着実な増益を目指す。



※ デイトナ・インターナショナル社とウォーターフロント社の来期業績は試算中のため、27/2期には織り込んでおりません。

Next Agenda

# 財務戦略・資本政策





# 中計3ヶ年における資源配分の方針

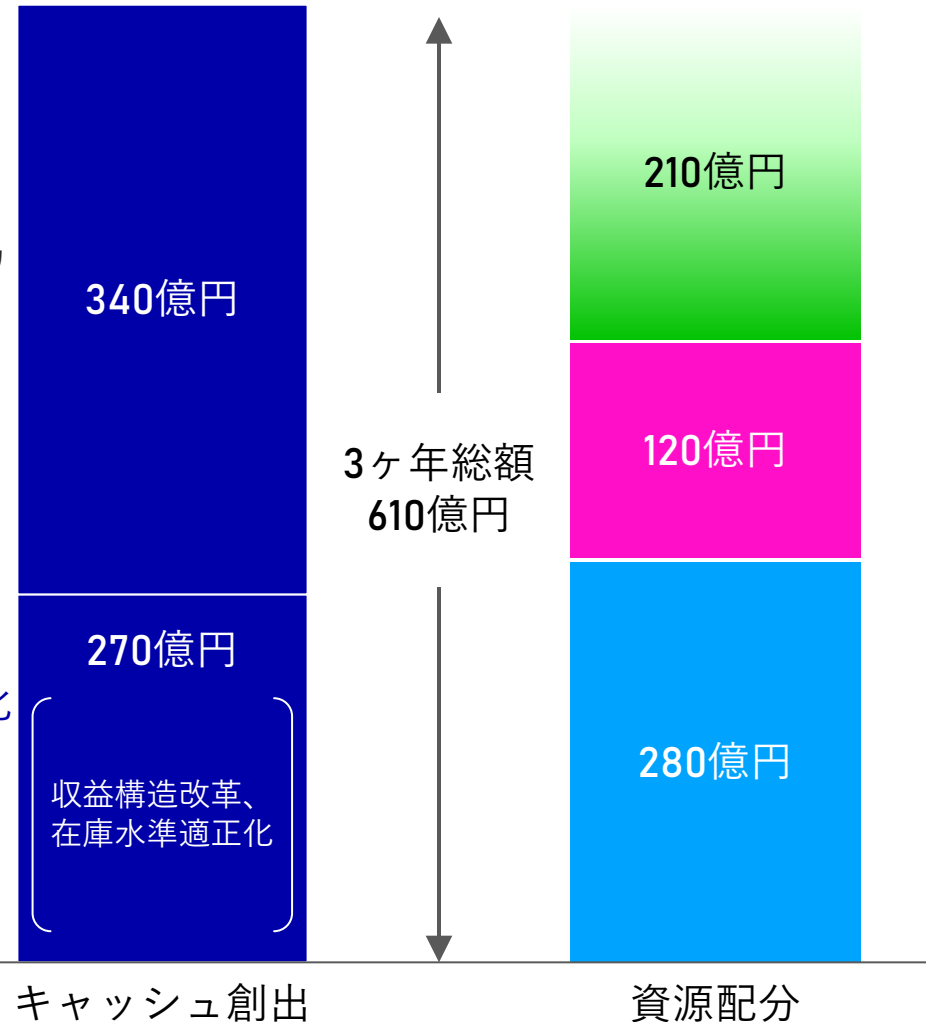
収益構造改革等によるキャッシュ創出力の向上と非効率な資産圧縮を行い、事業基盤の強化と成長加速に向けた投資を実施

2025年4月14日開示資料より

非事業  
資産圧縮

不動産譲渡※により中計3カ  
年におけるキャッシュ創出  
が110億円増額。

営業CF  
創出力強化



## 成長投資

- ▶ 新事業モデルへの投資
- ▶ 大型統合店舗、サイト/顧客基盤統合
- ▶ 新規事業創出・M&A

## 基盤/効率化投資

- ▶ 既存店のメンテナンス
- ▶ 次期基幹システム、ソフトウェア更新
- ▶ 物流・サプライチェーンでのDX投資

## 株主還元方針

- ▶ 配当性向 **30%以上**
- ▶ 本中計期間中に自己株式取得 総額**150億円**
- ▶ **27/2期にDOE4.0%を目指す**

# 財務戦略・資本政策 | 資源配分

事業基盤の強化と成長加速に向けた投資を実施

## 主な戦略・政策項目

## 具体的な施策

### 成長投資

- ▶ 顧客支持の強い既存ブランドからの染み出し、M&Aを含めた中-低価格帯の新事業モデル構築、店舗/ECを含む顧客接点の強化に対して、3年累計で約210億円を投資

### 基盤/効率化投資

- ▶ 既存店舗の更新 (スクラップ&ビルド)、IT基盤 (基幹システム 等)、DX (物流、サプライチェーン 等) に3年累計で約120億円を投資

### 株主 還元

#### 配当性向

- ▶ 配当性向30%以上（特別配当：初年度+46円、2～3年目は+15円）

#### 自己株式

- ▶ 株主還元強化に向けた自己株取得 (3年間で150億円) を実施

### ROE

- ▶ ROE8.0%を基準に社内ハードルレートを設定し、個別投資案件の判断基準とする
- ▶ 収益改善と純資産コントロールを合わせ、27/2期にROE8.0%を達成する

### DOE

- ▶ 27/2期にDOE4.0%を目指す



Next Agenda

# 第3四半期 連結業績



中期経営計画で掲げている収益構造改革の各種取り組みは順調に進捗し、収益性の改善が表れた。  
また、デイトナ・インターナショナルの連結寄与が始まり、累計・単体とも前年を超える業績となった。

## 売上高

第3四半期 累計

**1,166.1億円**

対前期 +5.6億円 (100.5%)

第3四半期 単体

**504.4億円**

対前期 +96.2億円 (123.6%)

## 営業利益

第3四半期 累計

**37.0億円**

対前期 +15.2億円 (170.0%)

第3四半期 単体

**30.6億円**

対前期 +6.6億円 (127.6%)

## 純利益

第3四半期 累計

**32.8億円**

対前期 +31.2億円 (2053.4%)

第3四半期 単体

**19.7億円**

対前期 +10.1億円 (207.1%)

### 【第3四半期単体のハイライト】

- 売上高は、デイトナ・インターナショナルの連結によるプラス影響があり、増収となった。既存事業においては、前期事業撤退の影響（▲6.1%）を除くとほぼ前年並み。
- 営業利益の増益には、売上総利益率の改善が大きく寄与。計画に対しても順調に進捗。
- 税引前純利益および純利益は大幅増益となった。



## 業績ハイライト (第3四半期単体)

売上高

504.4億円

前期比 123.6%

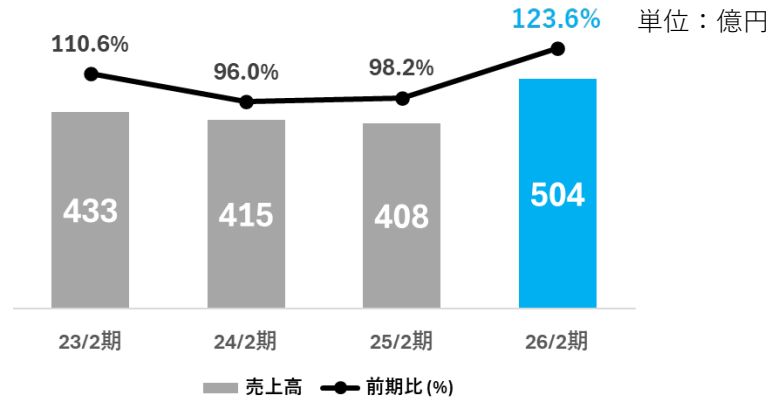
前期差 +96.2億円

概況

- デイトナ・インターナショナル連結による押し上げ効果。
- メンズカジュアルの好調継続に加え、一部主力ブランドの回復。
- 前期の事業撤退・売却による減収。

継続課題

- ブランドにより、リアル店舗及び自社ECにて新規顧客獲得に苦戦。



売上総利益

283.2億円

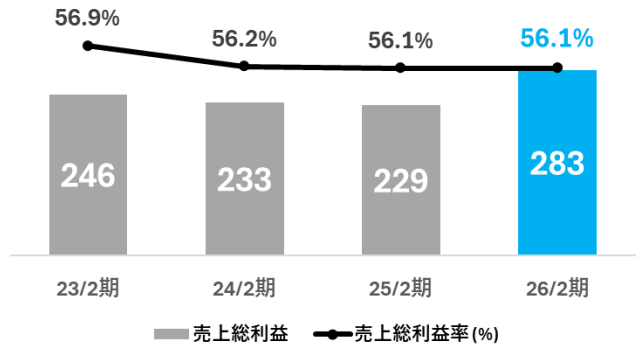
前期比 123.6%

前期差 +54.1億円

概況

- プライシングと仕入原価低減の効果で仕入原価率が改善。
- 過度な値引きの抑制により収益を確保。

➡ 既存事業ベースの売上総利益率は前期差0.9ポイントの改善。



販管費

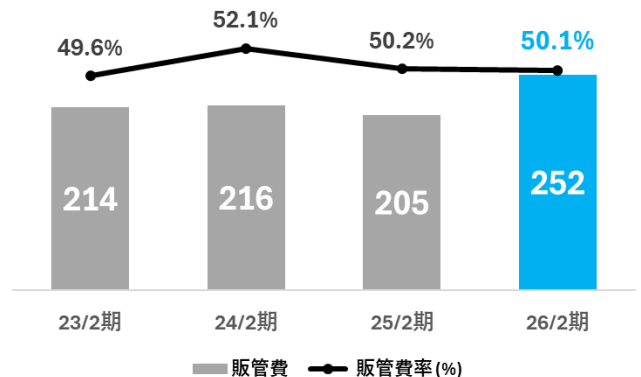
252.5億円

前期比 123.1%

前期差 +47.4億円

概況

- 販管費は4.2億円減。(デイトナ・インターナショナル除く)
- M&A等に関わる戦略投資が増加しているが、計画の範囲内。
- 構造改革効果が継続して発現。
- 広告販促費は抑制よりも効果的な使用を重視してコントロール。

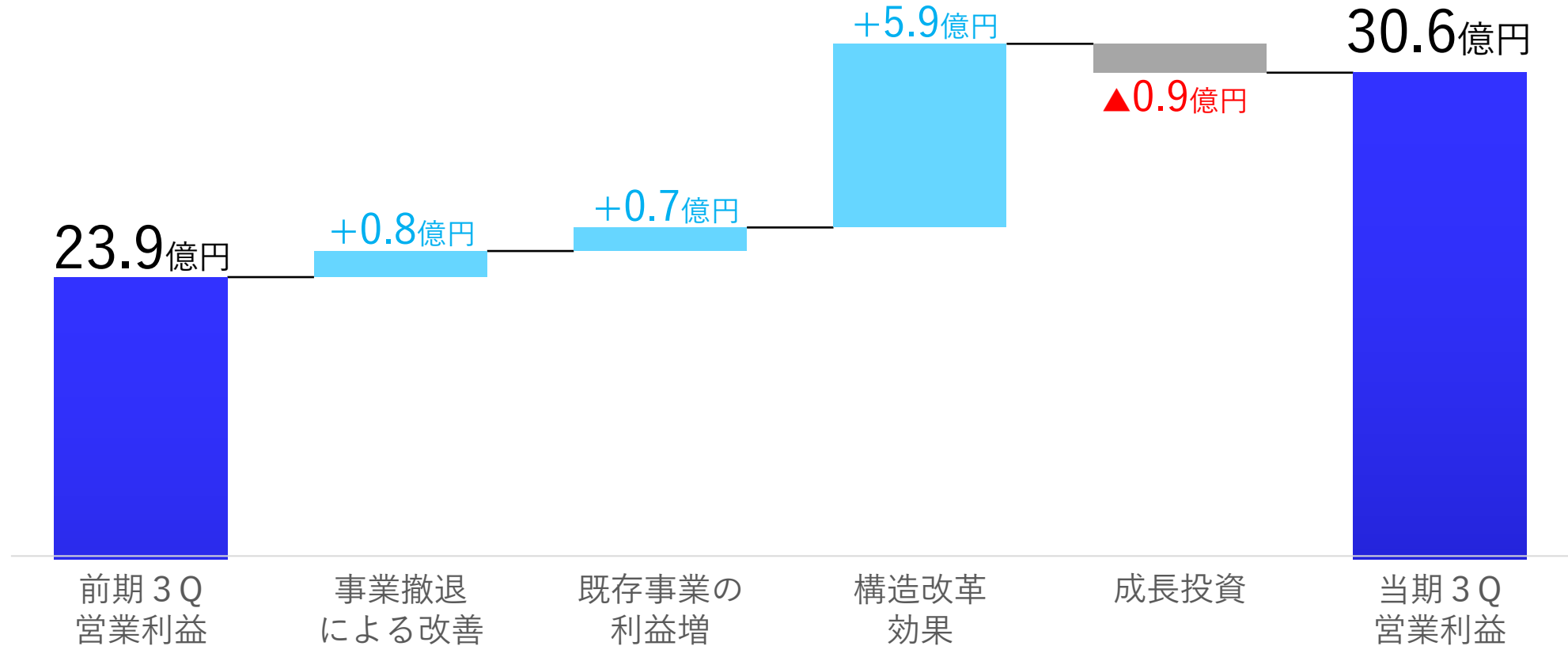


# 営業利益影響項目の内訳（第3四半期単体）

事業撤退・譲渡・M&Aを除く既存事業においては、ほぼ前年並みの売上・営業利益であった。

これに加えて構造改革効果により5.9億円の改善が見られた。

また、M&Aによる収益貢献は、のれん償却を加味してもプラスであったが、一過性の費用により成長投資全体としては0.9億円のマイナスとなった。





# 貸借対照表

		2025.2期 第3四半期末		2026.2期 第3四半期末		
		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		71,748	53.8%	83,220	47.8%	11,472
	うち現金及び預金	22,014	16.5%	24,719	14.2%	2,705
	うち棚卸資産	30,945	23.2%	34,396	19.8%	3,451
	固定資産	61,624	46.2%	90,878	52.2%	29,254
	うち投資有価証券	25,042	18.8%	26,416	15.2%	1,374
固定資産	うち投資不動産	4,872	3.7%	2,239	1.3%	▲2,633
	資産合計	133,373	100.0%	174,099	100.0%	40,726
流動負債		33,526	25.1%	70,058	40.2%	36,532
	うち短期借入金	9,583	7.2%	43,682	25.1%	34,099
	うち1年内返済予定の長期借入金	1,752	1.3%	590	0.3%	▲1,162
	固定負債	6,471	4.9%	7,565	4.3%	1,094
	うち長期借入金	731	0.5%	428	0.2%	▲303
負債合計		39,998	30.0%	77,624	44.6%	37,626
	純資産	93,375	70.0%	96,474	55.4%	3,099
純資産	うち自己株式(▲)	▲4,550	-3.4%	▲16,459	-9.5%	▲11,909
	負債純資産合計	133,373	100.0%	174,099	100.0%	40,726

## 現金及び預金

- デイトナ・インターナショナル連結により増加し、前期比112.3%。

## 棚卸資産

- 前期比91.9%に低減。  
(デイトナ・インターナショナル除く)
- 在庫効率化への取り組みは継続しており、下期以降も出口戦略を拡大し、引き続き効率化を図る。

## 投資有価証券

- 政策保有株をはじめとした売却を継続。

## 短期借入金

- M&A資金の銀行借り入れで増加。  
今期末までに長期に借り換える予定。

## 自己株式

- 2025年7月に120億円の自己株式取得を実施。  
2026年1月末に全数消却予定。

Next Agenda

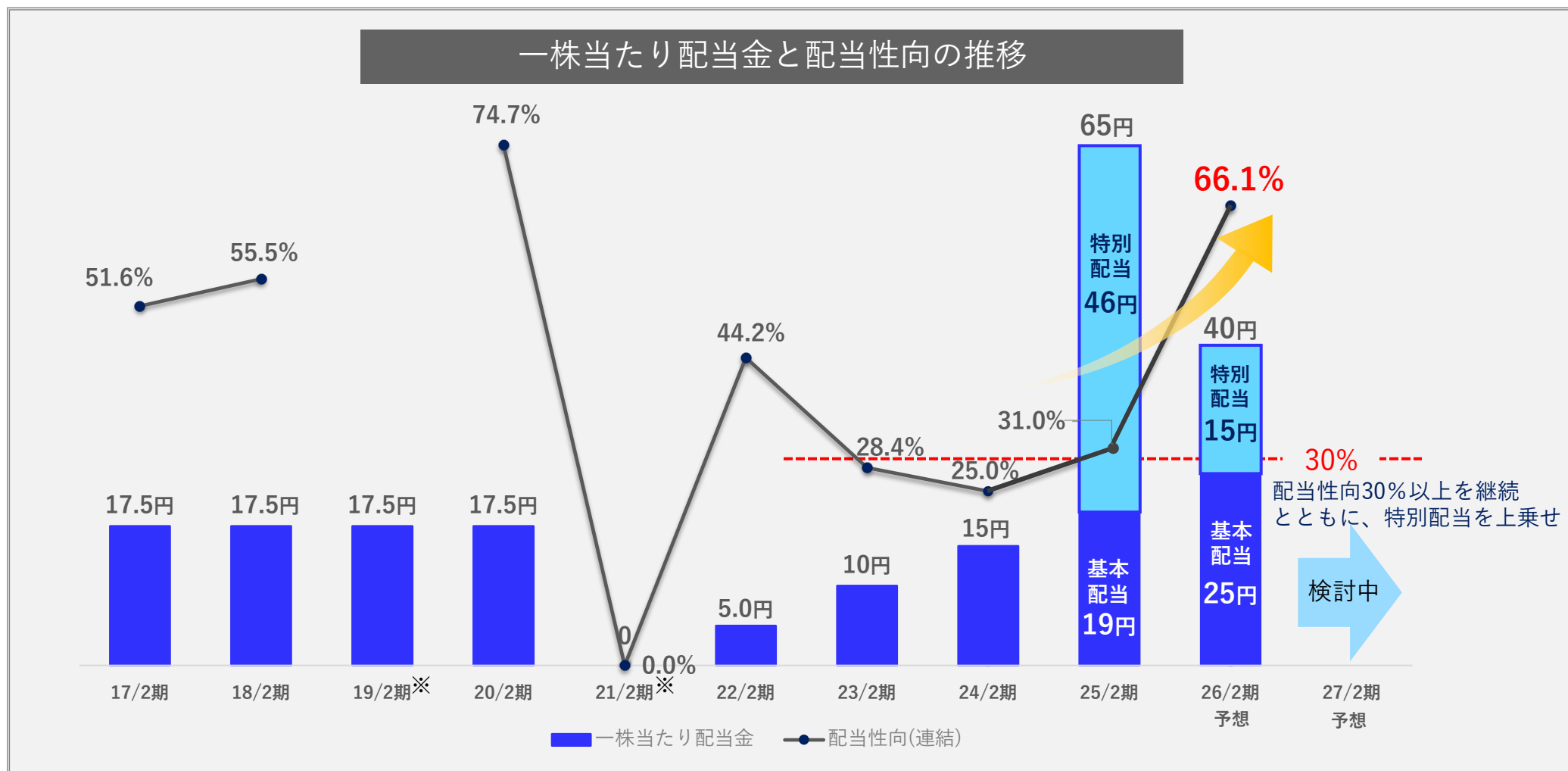
# 株主還元と株価





# 配当実績と今後の配当計画

今後の還元方針として、配当性向は30%以上を維持し、中期経営計画期間以降も安定的な株主還元を図る。  
 特別配当として3ヵ年に渡って総額50億円を目安に上乗せし、26/2期ならびに27/2期は、**+15円**の特別配当を実施予定。



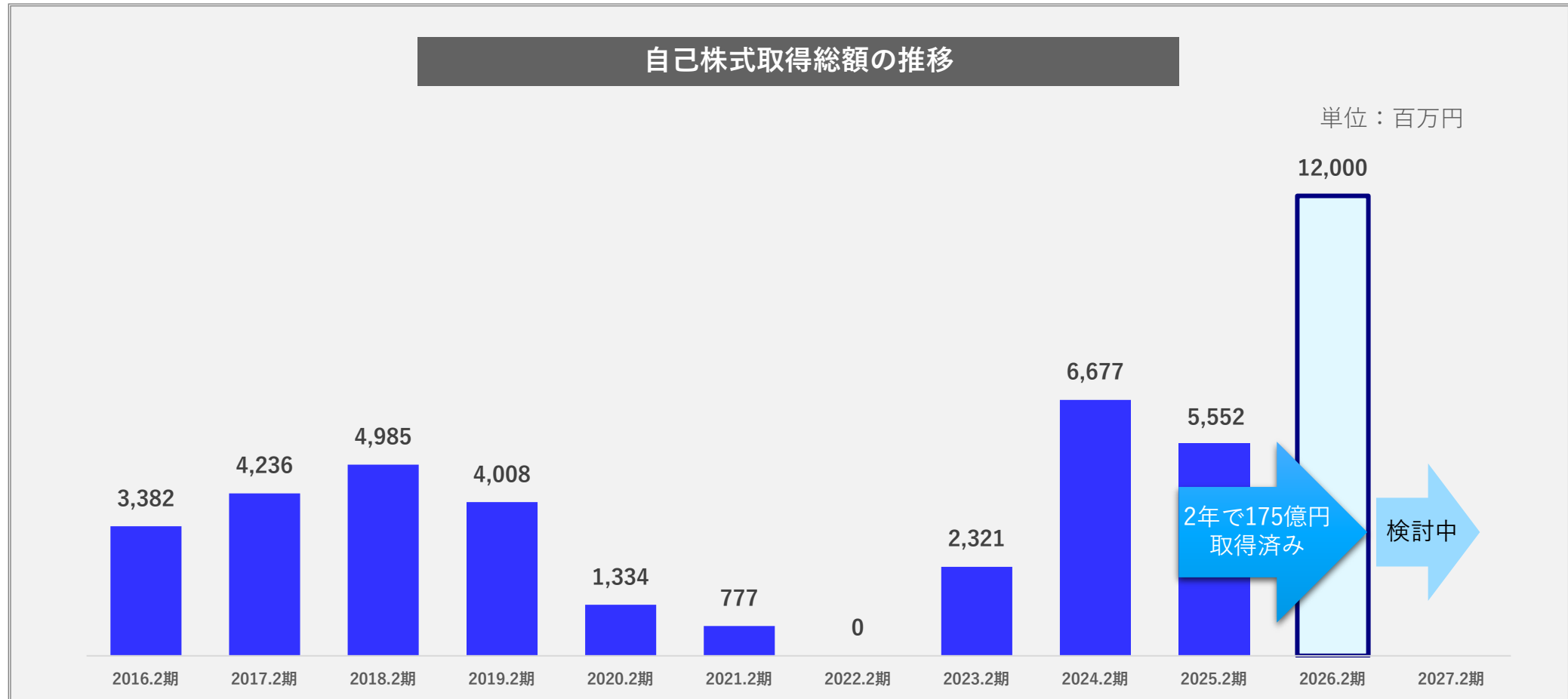
※ 19/2期は当期純損失、21/2期は無配

# 自己株式の取得について

過去はコロナ期(2022年2月期)以外、每期取得を実施。

中計3カ年における自己株式取得総額を当初計画の100億円から150億円に拡大した。

2024年3月から2025年7月にかけて**175億円**の自己株式取得を実施済み。

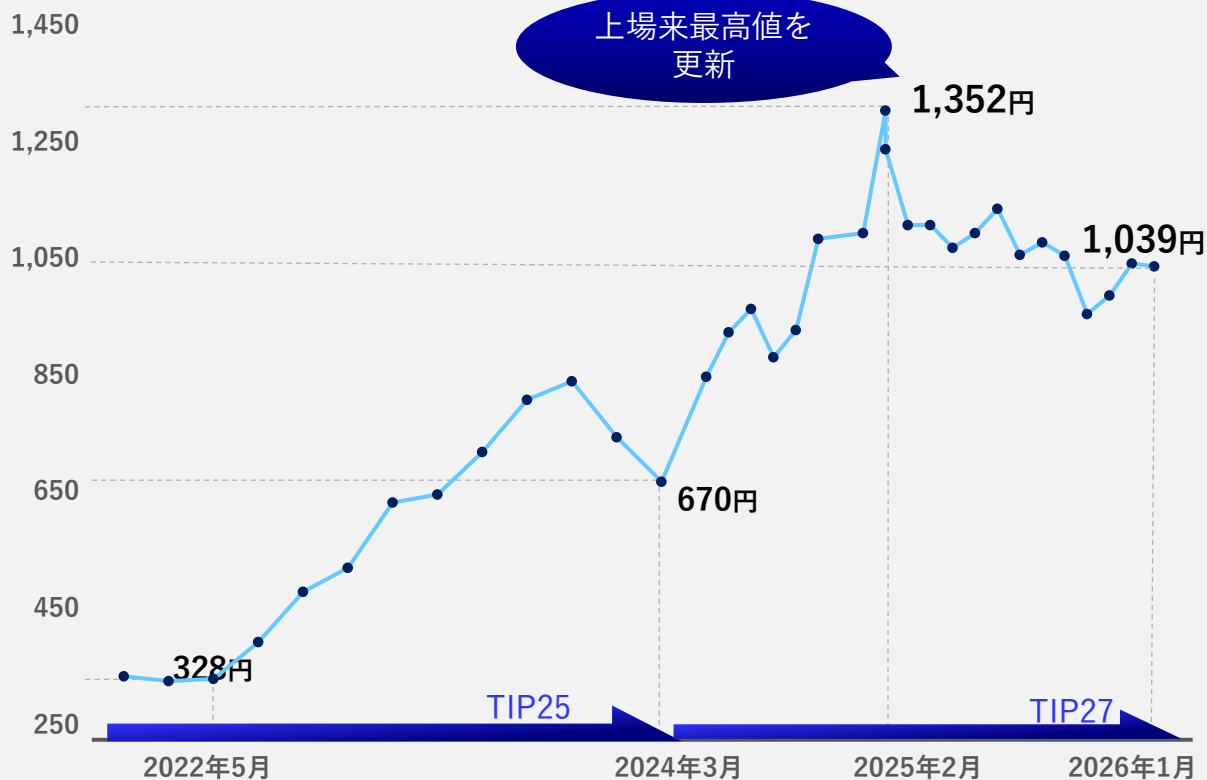




# 株価推移と配当利回り

2025年1月の不動産譲渡により資本効率の改善が進み、市場から評価された結果、株価は上場来高値を更新した。  
今期の1株あたり配当金は40円を予定しており、配当利回りは概ね同業他社並みの見込み。

## 株価の推移



## 配当利回りの同業他社比較

	株価	1株当たり配当(予想)	配当利回り
TSIHD	1,039	40	3.85%
A社	1,691	40	2.37%
B社	2,745	90	3.28%
C社	2,382	74	3.11%
D社	3,070	109	3.55%
E社	4,185	139	3.32%
F社	729	30	4.12%

プライム上場企業の同業他社

2026/1/29時点

# 株主優待について①

## 単元以上保有の株主様向け

### ECサイトの利用時に年2回、20%割引となる優待券を進呈。

※ 第2四半期末現在並びに、決算期末の2月末日現在で1単元（100株）以上の弊社株式を保有頂いております株主様を対象となります。

※ ご利用に当たっては、各ECサイトの会員登録が必要になります。

※ 店頭ではご利用になれません。

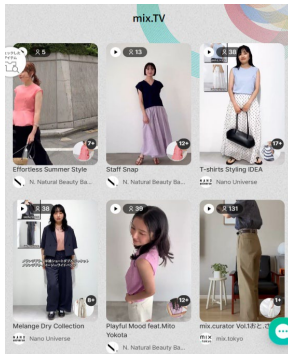
#### ■進呈枚数

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

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

## 1,000株（10単位）以上を保有する株主様向け

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。  
 去年の応募総数は2,000件を超え、『株主様限定品』が最も多く選ばれた。

株主様限定品

ナノ・ユニバース



2025年度版



2023年度版



2024年度版

北海道上川町  
(提携先)の特産品



その他選べる品



寄付



- ※ 本優待制度は年に1回の制度となります。
- ※ 「限定品」は当社ブランドで每期選定いたします。
- ※ 「特産品」や「選べる品」は内容が異なる可能性があります。

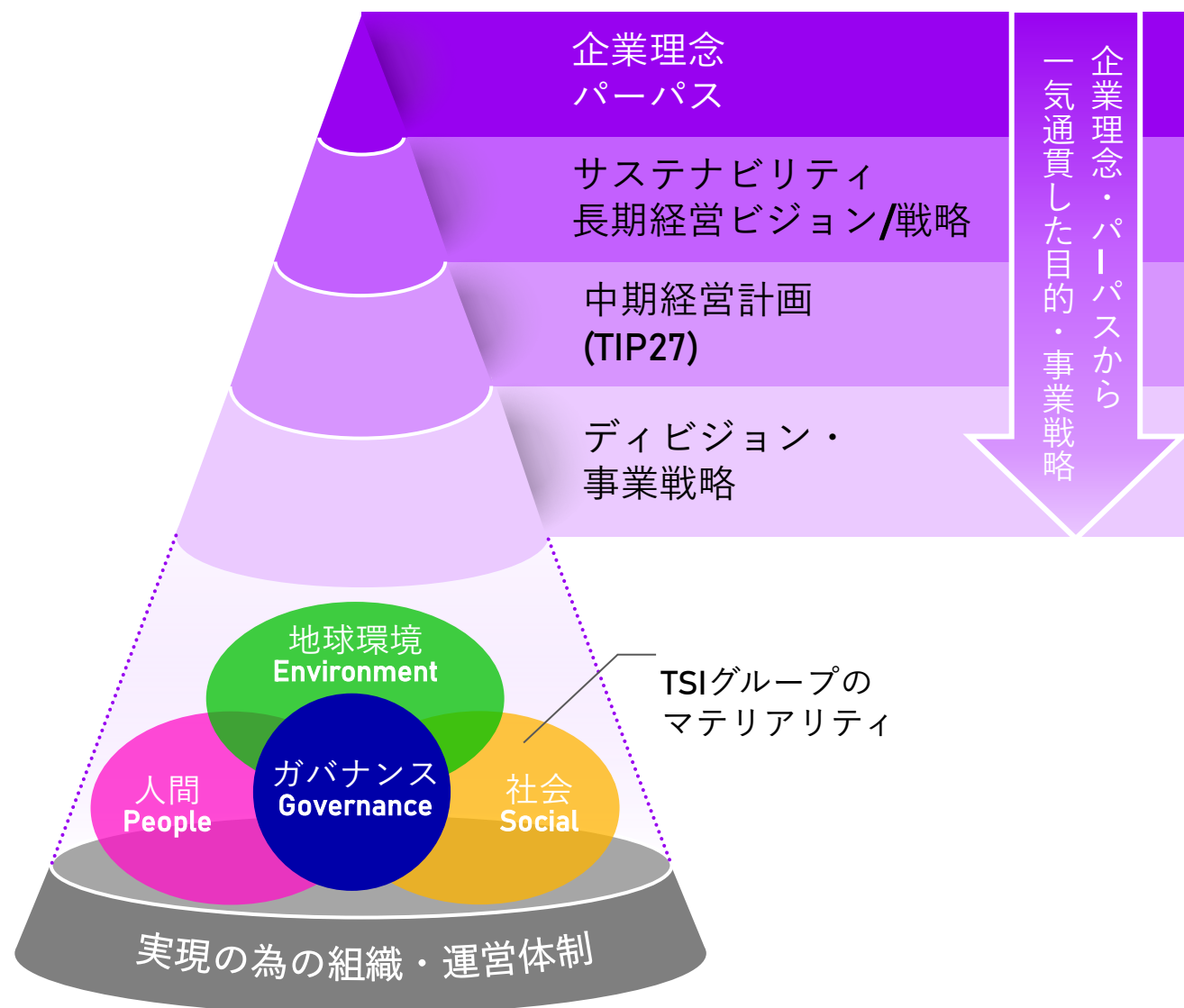
Next Agenda

# サステナビリティ





# TSIのサステナビリティ経営



TSIグループは、

「私たちは、ファッションを通じて、  
人々の心を輝かせる価値を創造し、  
明日を生きていく喜びを、  
社会と共に分かち合います。」

という経営理念のもと、事業活動を通じて、  
あらゆるステークホルダーと共に  
持続可能な未来社会を築いていきます

サステナビリティWEBサイトにて  
随時情報公開を行っていきます  
<https://sustainability.tsi-holdings.com/>  
図表にカーソルを合わせると対象のリンクに遷移します



# 直近の主な取り組み



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

温室効果ガス排出量の  
削減目標がSBT認定を取得



- ・気候変動において、2年連続で「B」スコアの評価を獲得
- ・水セキュリティにおいて、初めて「B」スコアの評価を獲得

日本の大手アパレルとして初のオーガニック認証  
であるOCS認証を取得

テキスタイル・エクスチェンジが制定する「OCS認証」※1を日本の大手アパレル※2による製品化第1号として取得しました。



認証製品のサンプル



「SUSTAINABLE COTTON JOURNEY 2025」の様子

## ◆ 今後の製品化について

最初の認証製品として、「ナノ・ユニバース」から第1弾を企画製作中。販売時期は2025年12月20日～を予定。

「日経サステナブル総合調査＜SDGs経営編＞※」にて  
★★★★（★5つ中）を獲得

NIKKEI  
SDGs  
経営調査 2025 ★★★★★

当社は、「SDGs戦略・経済価値」「社会価値」「環境価値」で「A+」、「ガバナンス」で「A」の評価を受け、総合評価★5つのうち、★3つのご評価をいただきました。

※ SDGsを経営と結びつけることで、事業を通じて社会・経済・環境の課題解決に取り組み、価値向上につなげている企業を評価するものです。「SDGs戦略・経済価値」、「社会価値」、「環境価値」、「ガバナンス」の4分野の回答内容から総合的に企業の「SDGs経営」を評価します。

※1 OCS（Organic Content Standard）認証：米テキスタイル・エクスチェンジが制定する有機基準に基づく原料の加工・流通过程を国際的に認証する制度

※2 売上高規模1,000億円以上のプライム上場アパレル企業



# 直近の主な取り組み

## 初の「Sustainability WEEK」を開催 (10月27日～30日)

本社1階のエンタメエリアにて「Sustainability WEEK」を開催。  
4日間のイベントを通じて、サステナブルなモノづくりへのアクションが出来るような啓発活動の推進を目的に社内外の関係者に向けて様々なイベントを開催。

[本リリースはこちらから>>>](#)



## 国内大手アパレル「初」製品化 第1号を発売



国際的な水準で環境に配慮した天然繊維であること認証している「OCS認証」を取得した商品が、12月20日より販売を開始。「ナノ・ユニバース」の新たなアイコンとして期待が高まる。

## 4日間のプログラム



### Day1

英国最優秀新人デザイナーのエイミー・パウニー氏がサステナブルな革新に挑む軌跡を描いた映画を上映。



### Day2~3

革新的な技術を用いたテキスタイル製品展を実施し、社内外への啓発活動を促進。



### Day4

循環型ビジネスとオウンドリセールが切り拓くファッション産業の収益モデルの可能性について、WWD JAPAN主催のセミナーを開催。

Next Agenda

補足資料



# 同業他社比較

単位：百万円

前期末実績	TSIHD	ユナイテッドアローズ	三陽商会	オンワードHD	アダストリア	ワールド	パルグループHD
売上高	156,606	150,910	60,526	208,393	293,110	225,658	207,825
売上総利益	83,995	78,629	37,807	113,575	160,282	133,288	116,256
販管費	82,359	70,645	35,092	103,422	144,771	116,275	92,599
営業利益	1,636	7,984	2,715	10,153	15,510	17,013	23,656
純利益	15,230	4,282	4,007	8,516	9,614	11,105	11,848
営業利益率	1.0%	5.3%	4.5%	4.9%	5.3%	7.4%	11.4%
ROE	14.9%	11.8%	10.0%	10.4%	13.1%	13.6%	17.6%

※決算短信より抜粋

今期見通し	TSIHD	ユナイテッドアローズ	三陽商会	オンワードHD	アンドエスティHD (旧:アダストリア)	ワールド	パルグループHD
売上高	169,000	165,677	59,900	230,000	305,000	300,000	231,000
営業利益	5,700	9,000	2,300	11,500	19,000	20,000	26,400
純利益	4,200	5,084	4,100	10,000	12,400	12,000	16,850
営業利益率	3.4%	5.4%	3.8%	5.0%	6.2%	6.7%	11.4%
ROE			10.2%		15.3%	12.5%	

※2026/1/31 時点



# 2026年 2 月期 第 3 四半期業績ハイライト

## 第 3 四半期累計概況 (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期累計		2026.2期 第3四半期累計			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 <sup>※</sup> (百万円)	構成比 (%)	前期差 (百万円)	前期比 (%)
売上高	116,051	100.0	116,611	100.0	560	100.5
売上総利益	63,465	54.7	65,149	55.9	1,683	102.7
販管費	61,287	52.8	61,446	52.7	158	100.3
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	58,690	50.6	58,000	49.7	▲690	98.8
のれん償却費	330	0.3	762	0.7	432	230.9
減価償却費	2,266	2.0	2,683	2.3	416	118.4
営業利益	2,178	1.9	3,703	3.2	1,524	170.0
経常利益	2,475	2.1	4,956	4.3	2,481	200.2
特別利益	983	0.8	1,158	1.0	174	117.7
特別損失	2,000	1.7	1,305	1.1	▲694	65.3
税金等調整前四半期純利益	1,459	1.3	4,809	4.1	3,350	329.6
親会社株主に帰属する四半期純利益	159	0.1	3,284	2.8	3,124	2053.4
EBITDA ※	4,775	4.1	7,149	6.1	2,374	149.7

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費  
※ 2025年 9 月より㈱デイトナ・インターナショナルが連結しております。

# 2026年 2 月期 第 3 四半期業績ハイライト

## 第 3 四半期単体概況 (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期		2026.2期 第3四半期			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 <sup>※</sup> (百万円)	構成比 (%)	前期差 (百万円)	前期比 (%)
売上高	40,821	100.0	50,444	100.0	9,622	123.6
売上総利益	22,911	56.1	28,321	56.1	5,410	123.6
販管費	20,511	50.2	25,258	50.1	4,747	123.1
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	19,679	48.2	23,589	46.8	3,909	119.9
のれん償却費	86	0.2	539	1.1	452	621.9
減価償却費	744	1.8	1,129	2.2	384	151.6
営業利益	2,399	5.9	3,062	6.1	663	127.6
経常利益	2,642	6.5	3,623	7.2	980	137.1
特別利益	516	1.3	432	0.9	▲83	83.7
特別損失	1,658	4.1	693	1.4	▲965	41.8
税金等調整前四半期純利益	1,500	3.7	3,362	6.7	1,861	224.1
親会社株主に帰属する四半期純利益	951	2.3	1,971	3.9	1,019	207.1
EBITDA ※	3,231	7.9	4,731	9.4	1,500	146.4

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費  
※ 2025年 9 月より㈱デイトナ・インターナショナルが連結しております。

# 2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

## 販路別の売上高（累計）

（新収益認識基準）

		2025.2期 第3四半期累計		2026.2期 第3四半期累計			
		実績 (百万円)	構成比 (%)	実績※4 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
	百貨店	14,161	12.2	11,923	10.2	84.2	▲2.0pt
	非百貨店※1	54,915	47.3	58,354	50.0	106.3	+2.7pt
	自社サイト	10,710	9.2	10,522	9.0	98.2	▲0.2pt
	その他	13,706	11.8	16,873	14.5	123.1	+2.7pt
	EC(E-Commerce)	24,417	21.0	27,395	23.5	112.2	+2.5pt
	その他※2	14,115	12.2	12,833	11.0	90.9	▲1.2pt
	国内合計	107,609	92.7	110,507	94.8	102.7	+2.0pt
	EC(E-Commerce)	2,628	2.3	1,412	1.2	53.7	▲1.1pt
	海外合計※3	8,441	7.3	6,104	5.2	72.3	▲2.0pt
	EC(E-Commerce)	27,046	23.3	28,808	24.7	106.5	+1.4pt
総合計		116,051	100.0	116,611	100.0	100.5	-

※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 誤計上と連結消去を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㈱デイトナ・インターナショナルが連結しております。



# 2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

販路別の売上高（単体）  
（新収益認識基準）

		2025.2期 第3四半期単体		2026.2期 第3四半期単体			
		実績 (百万円)	構成比 (%)	実績※4 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
	百貨店	4,850	11.9	4,346	8.6	89.6	▲3.3pt
	非百貨店※1	19,730	48.3	24,561	48.7	124.5	+0.4pt
	自社サイト	3,551	8.7	5,029	10.0	141.6	+1.3pt
	その他	4,915	12.0	9,089	18.0	184.9	+6.0pt
	EC(E-Commerce)	8,466	20.7	14,119	28.0	166.8	+7.2pt
	その他※2	4,773	11.7	5,286	10.5	110.7	▲1.2pt
	国内合計	37,821	92.7	48,314	95.8	127.7	+3.1pt
	EC(E-Commerce)	852	2.1	316	0.6	37.1	▲1.5pt
	海外合計※3	3,000	7.3	2,129	4.2	71.0	▲3.1pt
	EC(E-Commerce)	9,319	22.8	14,436	28.6	154.9	+5.8pt
総合計		40,821	100.0	50,444	100.0	123.6	-

※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 誤計上と連結消去を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㈱デイトナ・インターナショナルが連結しております。

# 2026年 2 月期 第 3 四半期業績ハイライト

## ブランド別の売上高（累計） （新収益認識基準）

	2025.2期 第3四半期累計			2026.2期 第3四半期累計			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 <sup>※1</sup>	-	-	-	11,897	10.2	49.5	-	-
2. MARGARET HOWELL	10,355	8.9	64.4	9,720	8.3	64.4	93.9	▲0.0pt
3. NANO universe	10,267	8.8	55.5	9,517	8.2	57.5	92.7	+2.1pt
4. PEARLY GATES <sup>※2</sup>	8,994	7.8	51.1	7,377	6.3	54.1	82.0	+3.0pt
5. NATURAL BEAUTY BASIC	8,154	7.0	64.6	7,199	6.2	65.4	88.3	+0.8pt
6. AVIREX	6,013	5.2	59.3	7,151	6.1	63.0	118.9	+3.7pt
7. STUSSY	4,719	4.1	54.7	4,631	4.0	51.0	98.1	▲3.6pt
8. HUF	6,097	5.3	51.1	4,299	3.7	61.5	70.5	+10.4pt
9. New Balance Golf	3,872	3.3	47.8	4,032	3.5	50.2	104.1	+2.4pt
10. Schott	2,193	1.9	52.9	2,784	2.4	60.7	127.0	+7.8pt
TOP10 計	60,670	52.3	56.9	68,613	58.8	57.7	113.1	+0.9pt
その他 計	51,696	44.5	52.6	47,940	41.1	53.1	92.7	+0.5pt
継続ブランド 計	112,366	96.8	54.9	116,554	100.0	55.9	103.7	+0.9pt
廃止ブランド 等	3,685	3.2	47.2	57	0.0	87.4	1.6	+40.2pt
合計	116,051	100.0	54.7	116,611	100.0	55.9	100.5	+1.2pt

※1 2025年9月より㈱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「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。

# 2026年 2 月期 第 3 四半期業績ハイライト

## ブランド別の売上高（単体） （新収益認識基準）

1.	FREAK'S STORE <sup>※1</sup>
2.	MARGARET HOWELL
3.	NANO universe
4.	PEARLY GATES <sup>※2</sup>
5.	NATURAL BEAUTY BASIC
6.	AVIREX
7.	STUSSY
8.	HUF
9.	New Balance Golf
10.	Schott
TOP10 計	
その他 計	
継続ブランド 計	
廃止ブランド 等	
合計	

2025.2期 第 3 四半期単体		
売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上総利益率 (%)
-	-	-
3,493	8.6	57.9
3,838	9.4	57.7
2,887	7.1	53.9
2,828	6.9	65.9
2,451	6.0	61.0
1,598	3.9	50.7
1,973	4.8	51.5
1,277	3.1	50.8
1,071	2.6	54.4
21,420	52.5	57.0
18,732	45.9	55.4
40,152	98.4	56.3
669	1.6	46.1
40,821	100.0	56.1

2026.2期 第 3 四半期単体			前期比	
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)
11,897	23.6	49.5	-	-
3,687	7.3	65.1	105.6	+7.2pt
3,501	6.9	60.0	91.2	+2.3pt
2,636	5.2	57.3	91.3	+3.4pt
2,611	5.2	67.2	92.4	+1.3pt
3,160	6.3	62.2	128.9	+1.2pt
1,571	3.1	50.1	98.3	▲0.5pt
1,642	3.3	73.1	83.2	+21.6pt
1,502	3.0	51.9	117.7	+1.0pt
1,327	2.6	61.6	123.9	+7.2pt
33,539	66.5	57.2	156.6	+0.2pt
16,893	33.5	54.0	90.2	▲1.4pt
50,432	100.0	56.1	125.6	▲0.2pt
11	0.0	199.8	1.7	+153.6pt
50,444	100.0	56.1	123.6	+0.0pt

※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「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。



# 2026年 2 月期 第 3 四半期業績ハイライト

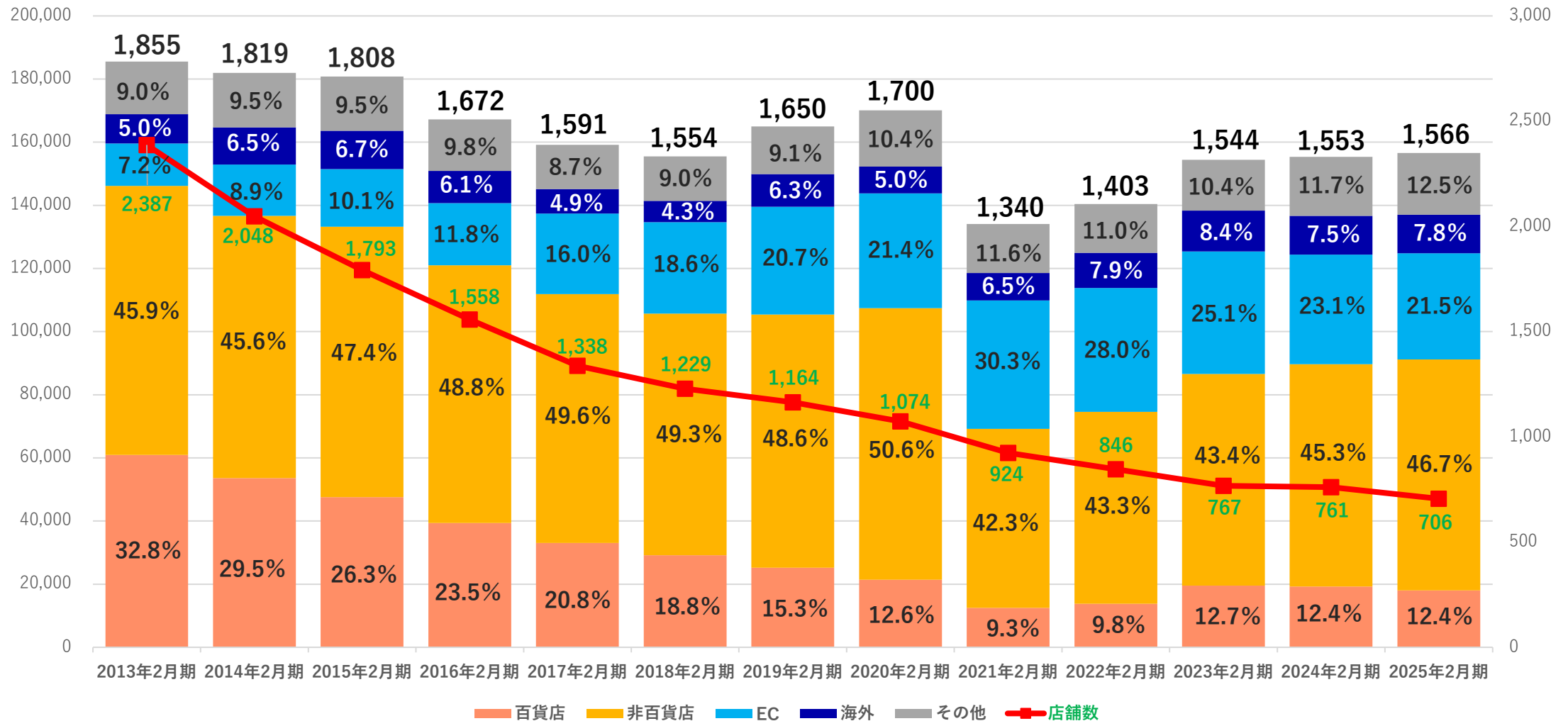
## 店舗数の状況

		2025.2期 第3四半期	2025.2期 期末	出店※	退店	2026.2期 第3四半期	前年同期差	前期末差
アパレル	国内	729	688	+103	▲42	749	20	61
	海外	29	18	+2	▲4	16	▲ 13	▲ 2
	合計	758	706	+105	▲46	765	7	59
飲食	国内	6	1	+4		5	▲ 1	4
コスメ	国内	31	32	+1	▲1	32	1	0
総計		795	739	+110	▲47	802	7	63

※ 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。(64店舗)

# 当社の特徴(1) 販路別売上高割合・店舗数推移

- ・ 経営統合当初は2,000店舗以上あったが、これまでの構造改革により足元700店舗まで減少。
- ・ 3割以上あった百貨店比率は、約1割まで減少した分、EC化率が増加している。



## 当社の特徴(2) リアル店舗とECの融合によるオムニチャネル

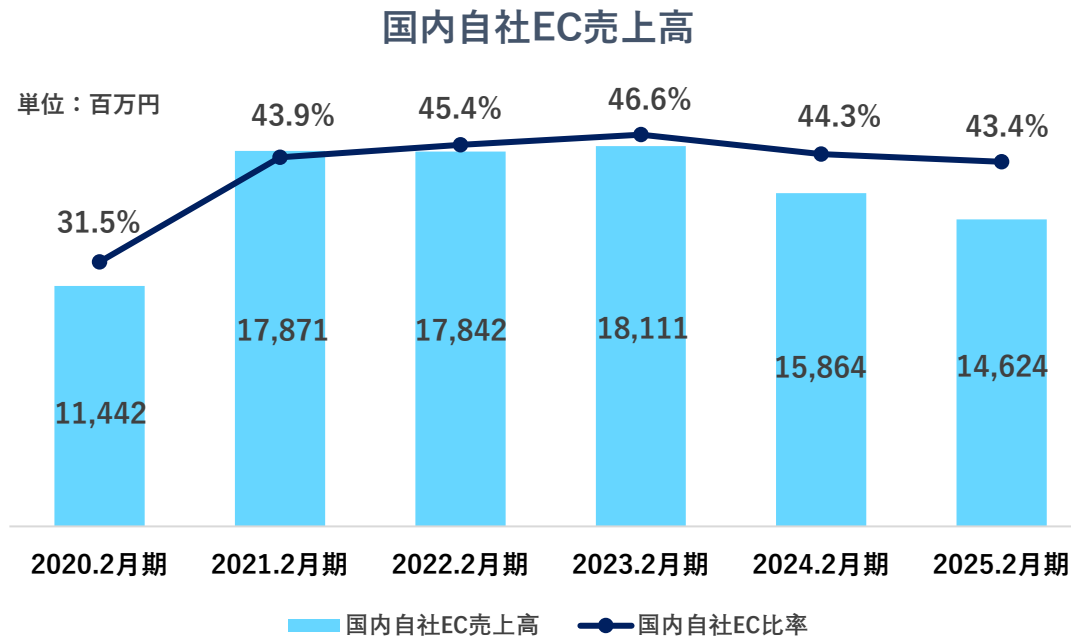
- 2025年2月期の国内EC売上高は全体の27.0%を占め、業界平均を上回るEC化率で推移している。  
(参考：2024年「衣服・服飾雑貨等」の平均EC化率23.38%[[経済産業省HP](#)より])
- リアル店舗との相互送客効果が高い自社EC比率は43.4%。
- 2025年2月期の自社ECは費用対効果見直しのための販促費抑制や、リニューアルのためのクローズに伴い在庫をリアル店に寄せた影響などにより同92.2%となり、国内EC売上高は前期比97.0% ▲10.5億円と前年を割った。

### EC売上高概況

	2023.2期※ <sup>2</sup> 通期	2024.2期※ <sup>3</sup> 通期	2025.2期※ <sup>3</sup> 通期	前々期比	前期比
国内自社EC売上高 (自社EC比率)	181.1億円 (46.6%)	158.6億円 (45.7%)	146.2億円 (43.4%)	80.8% (▲3.2pt)	92.2% (▲2.3pt)
国内EC売上高 (国内EC化率)※ <sup>1</sup>	388.4億円 (31.0%)	347.1億円 (27.9%)	336.6億円 (27.0%)	86.7% (▲4.0pt)	97.0% (▲0.9pt)
海外EC売上高 (海外EC化率)	39.7億円 (30.8%)	39.4億円 (32.0%)	41.0億円 (33.8%)	103.4% (3.0pt)	104.3% (1.8pt)
EC売上高合計 (EC化率)※ <sup>1</sup>	428.1億円 (31.0%)	386.5億円 (28.3%)	377.7億円 (27.6%)	88.2% (▲3.4pt)	97.7% (▲0.7pt)

※<sup>1</sup> EC化率について、国内その他売上（卸や社販等）を除き算出  
 ※<sup>2</sup> 為替基準日を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。  
 ※<sup>3</sup> 誤計上を一部修正しております(国内ECその他、国内EC合計、国内その他、国内外EC合計、海外EC)。連結売上高には影響ございません。

### 自社EC比率





# 当社の特徴(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76.4%と財務基盤は盤石

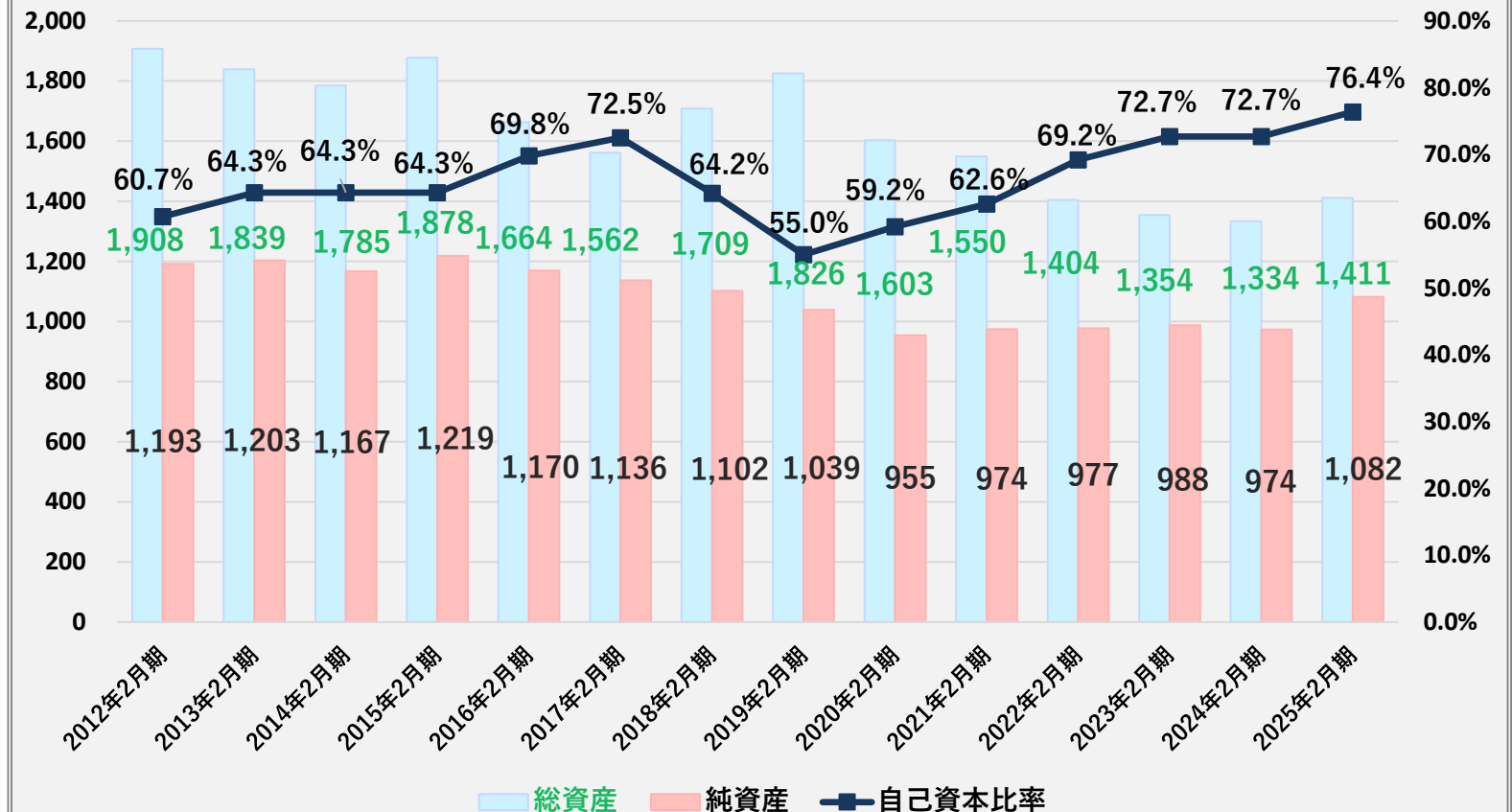
■ ネット金融資産 681億円  
 現預金 463億円  
 有価証券 234億円  
 有利子負債 16億円

■ 純資産 1,082億円  
 (2025年2月期末時点)

成長投資(新規事業/M&A)  
 非事業資産の圧縮  
 株主還元の強化

総資産・純資産と自己資本比率の推移

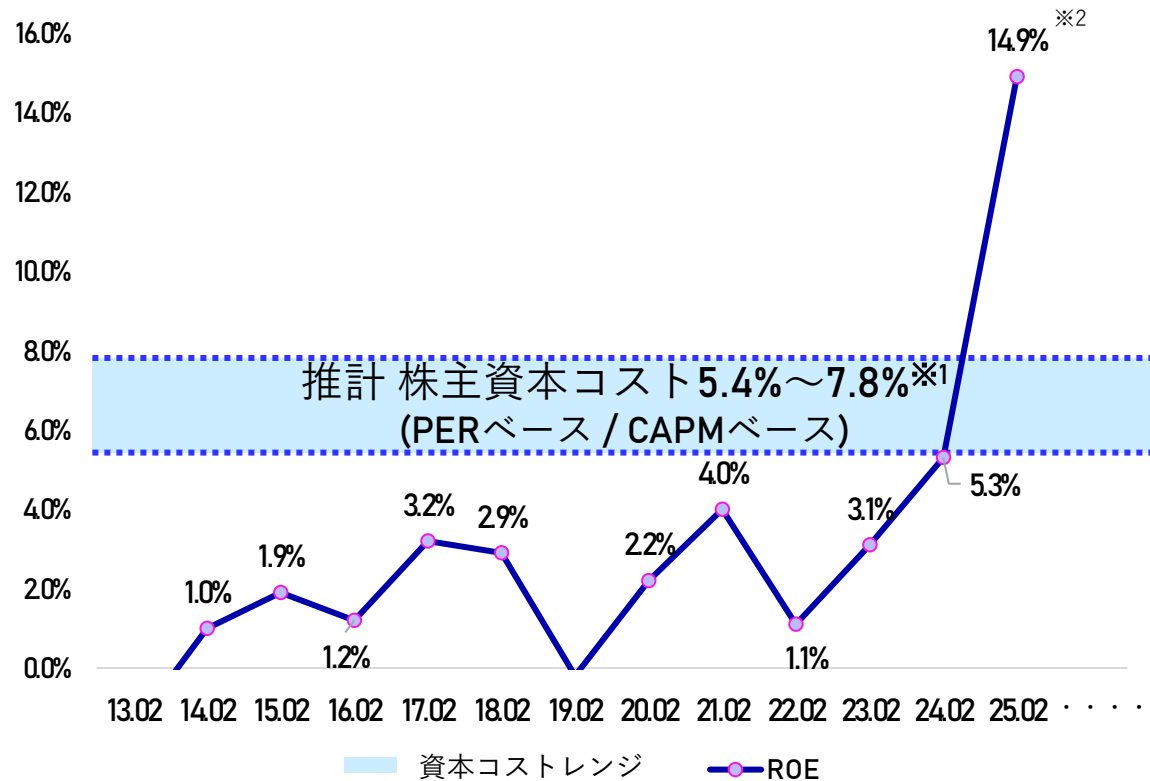
単位：百万円



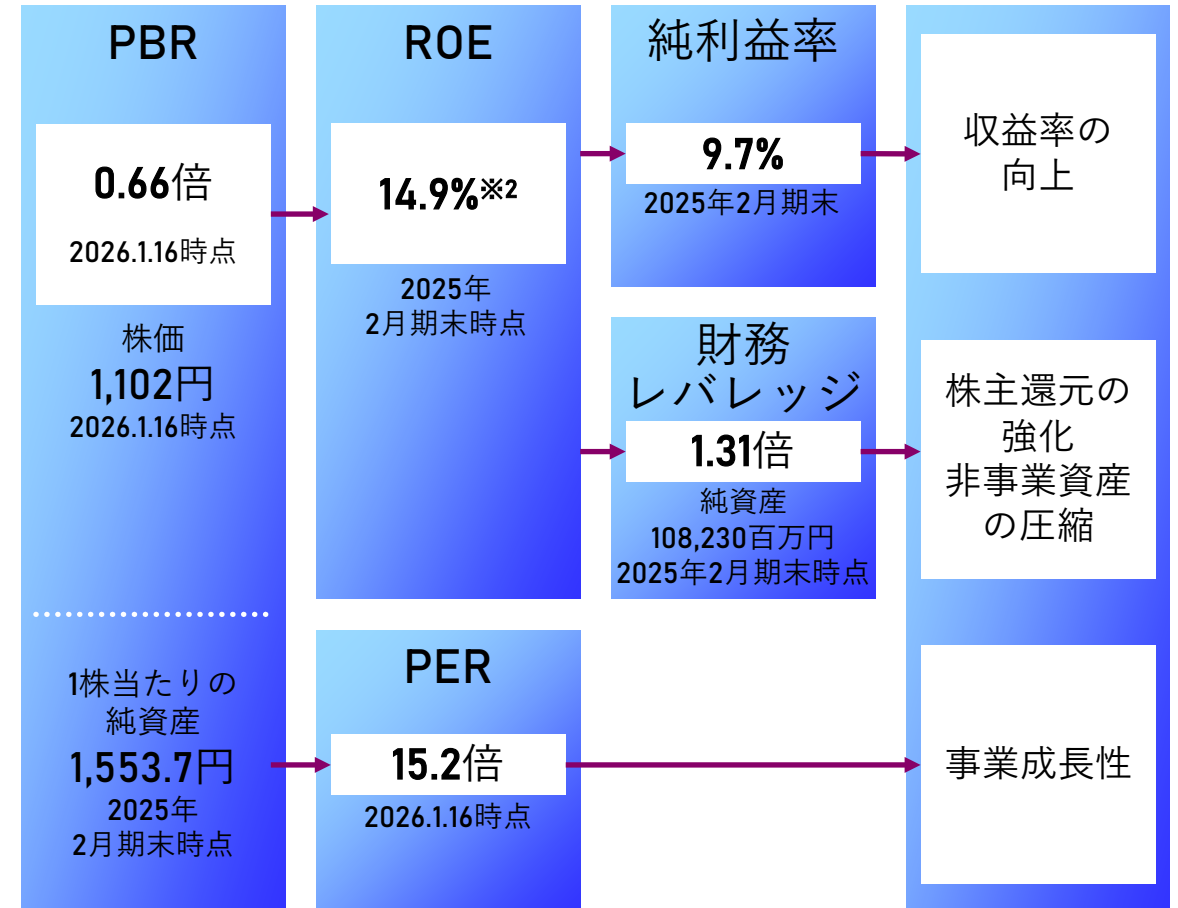
# 財務戦略・資本政策を通じて目指す姿 | PBR1倍超えの実現

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を拡大することでPBR1倍を実現していく。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。

## 当社ROE推移と現状の資本コスト (レンジ)



※1 金融機関算定 ※2 25/02期は不動産売却益240億円を特別利益に計上





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。