

2025 年4月 14 日

各 位

会 社 名 株式会社TSIホールディングス  
代表者名 代表取締役社長 CEO 下地 毅  
(東証プライム市場 コード番号 3608)  
問 合 せ 先 経営戦略部 財務広報 IR 課 長谷川 俊介  
T E L 03(5785)6400

**2025 年 2 月期 通期決算説明会資料**

株式会社TSIホールディングスは、このたび、「2025 年 2 月期 通期決算説明会資料」を開示しましたのでお知らせいたします。

詳細につきましては、添付の資料をご参照ください。

以 上





# 2025年2月期 通期 決算説明会

株式会社TSIホールディングス（証券コード：3608）

2025.4.14





# AGENDA

- 1 2025年2月期 通期決算概況
- 2 チャネル別概況
- 3 ブランド別概況
- 4 中期経営計画の進捗
- 5 2026年2月期 通期連結業績計画
- 6 補足資料

Next Agenda

## 2025年2月期 通期決算概況





# 2025年2月期 通期 業績ハイライト

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。

非事業資産の売却により大幅な最終増益となり、純利益は修正開示並みの着地。営業利益は実質計画並み。

通期 売上高

1,566.0億円

修正計画比 99.7%

修正計画差 ▲3.9億円

通期 営業利益

16.3億円

修正計画比 81.8%

修正計画差 ▲3.6億円

通期 純利益

152.3億円

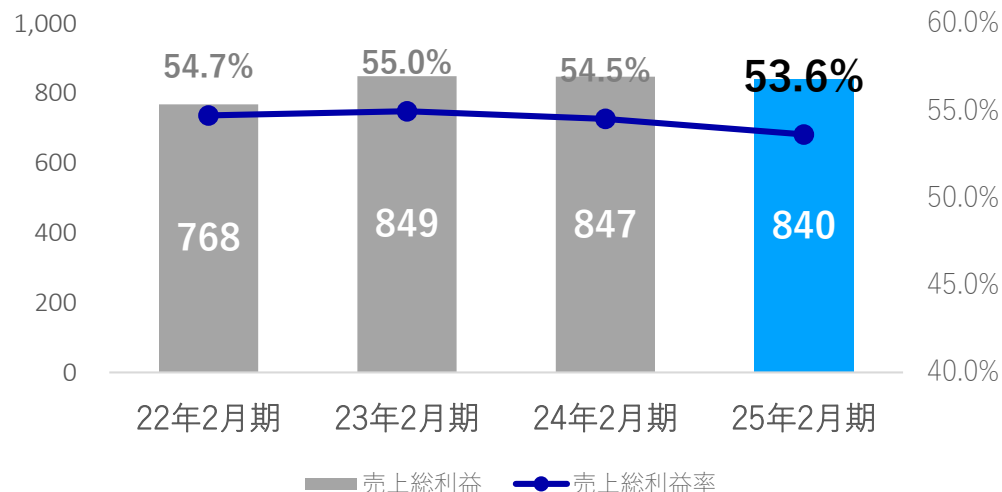
修正計画比 101.5%

修正計画差 +2.3億円

- 売上高は、ほぼ修正計画並み(前期差は+12.2億円)。国内事業、海外事業ともに収益構造改革の一環で低収益事業の撤退を進めたため計画を下回った。また、ストリート／カジュアル系ブランドが大きく計画を超過した一方で、売上上位の旗艦ブランドが全般的に伸び悩んだ。
- 売上総利益率は、前年より課題だった在庫適正化に向けた値引きや、継続的な仕入価格高騰による収益悪化を織り込んでおり、ほぼ計画並み。この部分への収益構造改革効果は先行したブランドから発現しているが、今年度より本格的に見込む。
- 販管費削減は計画通り行ったものの、不動産売却に関連する費用の一部が販管費計上となったため、営業利益はその分修正計画を下回る結果となった。
- 純利益は、資産売却益および収益構造改革による一過性費用を計上し、修正計画並みとなった。

# 2025年2月期 通期 業績推移

売上総利益  
**839.9**億円  
前期比 99.1%  
前期差 ▲7.3億円



## > 売上総利益

[悪化要因]

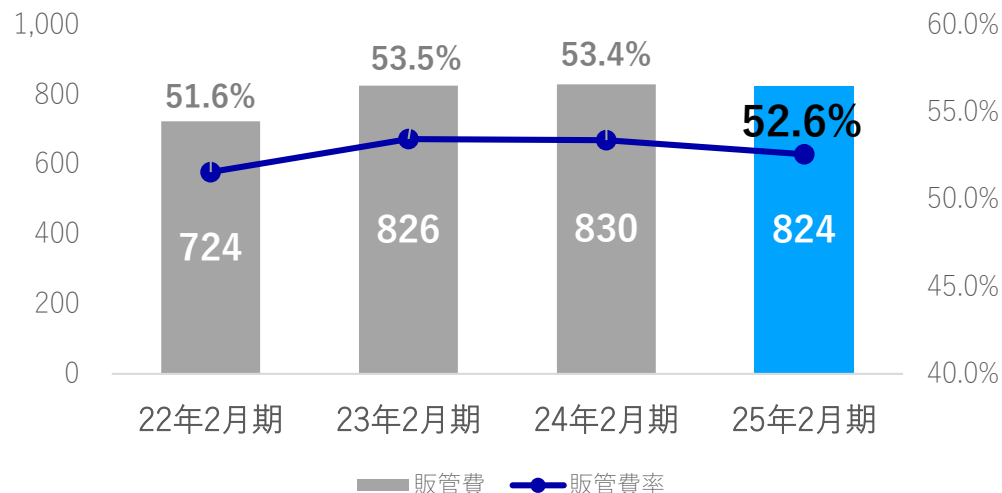
- 在庫適正化(継続事業) や早期在庫消化(撤退事業)に向けた値引販売および評価損の増加
- 為替悪化等による仕入原価高騰

[良化要因]

- 構造改革施策として仕入れ先集約や現地決済化、および適正な価格設定への取り組み
- 売上高の増加 (前期差+12.2億円)

⇒ 先行ブランドから収益構造改革を進行している一方で、原価高騰や一部ブランドの在庫消化をより踏み込んだ結果、粗利率は前期から悪化。

販管費  
**823.5**億円  
前期比 99.3%  
前期差 ▲6.0億円



## > 販管費

[悪化要因]

- 収益構造改革一過性費用の計上
- 資産売却関連費用の振替

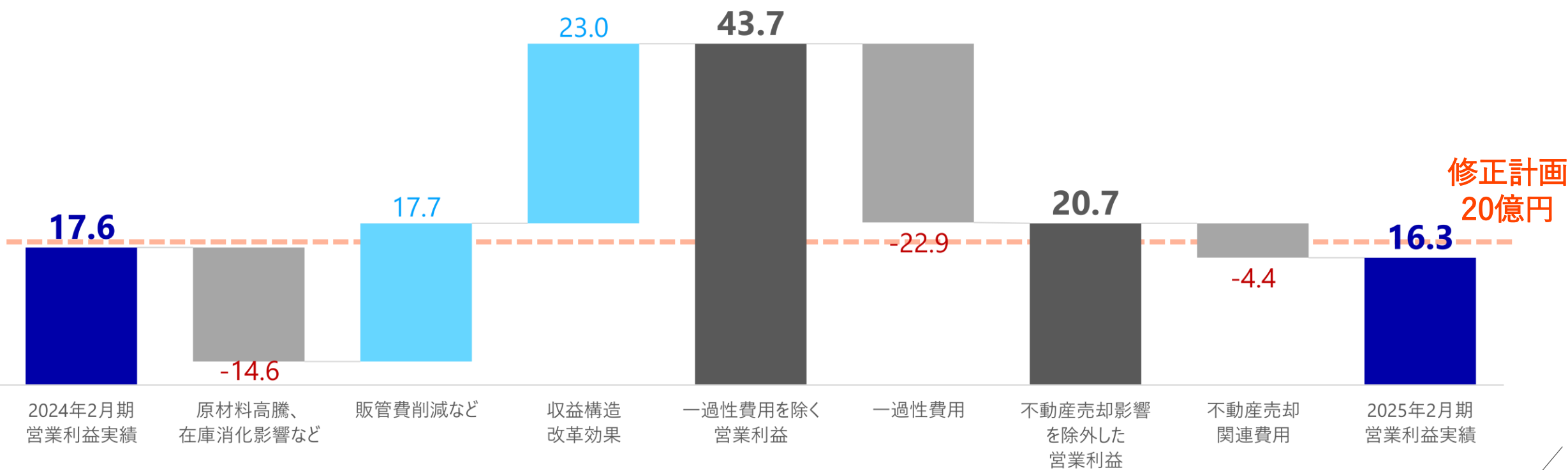
[良化要因]

- 販促広告費、物流費、業務委託費の効率化
- 費用効率向上のスキームを策定し、諸経費を削減

⇒ 収益構造改革の一過性費用がある中、削減効果が進み、販管費率は0.8pt改善となった。一方で特別損失に見込んでいた費用が販管費計上となった。

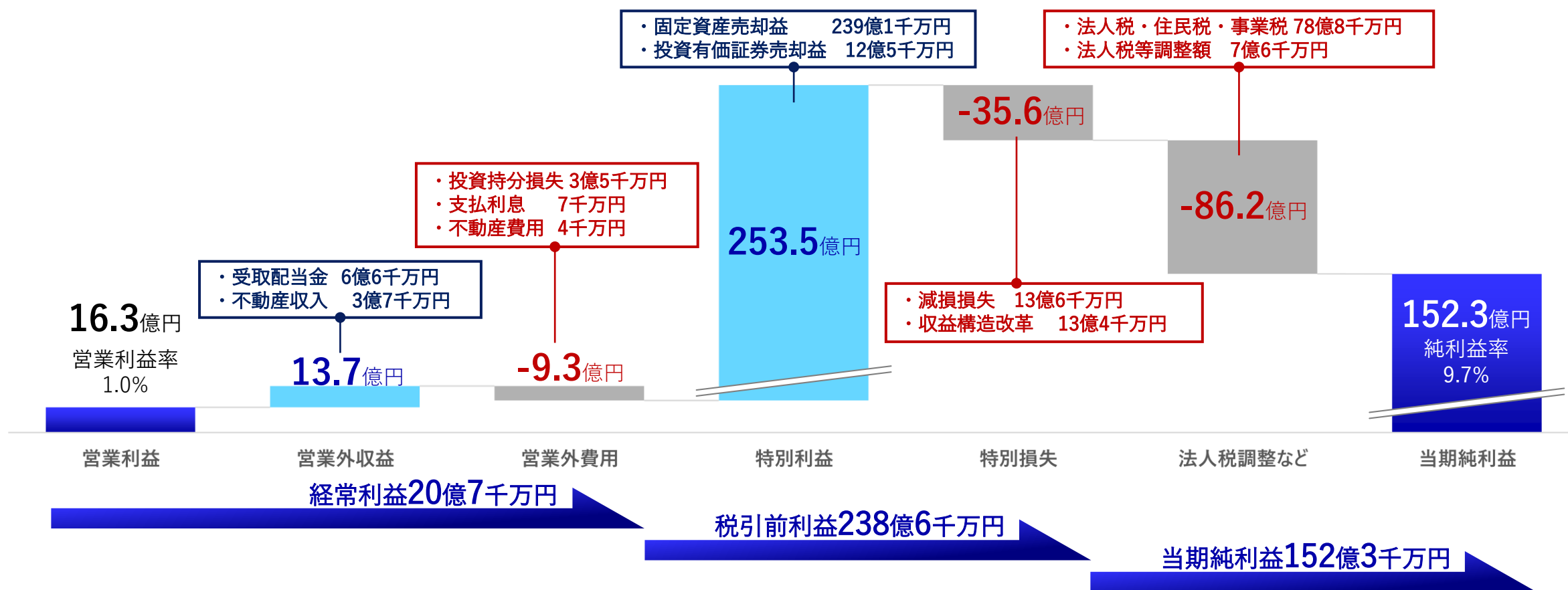
# 2025年2月期 通期 営業利益について

営業利益 20.0億円を計画する中、  
予算に対する収益構造改革効果の一部縮小と、不動産売却関連費用の影響により、  
営業利益 **16.3**億円 と修正計画からは **▲3.7**億円の着地となった。



# 2025年2月期 通期 純利益影響項目

不動産収入・受取配当金、持分法投資損失などの営業外損益4.4億円を加え、経常利益は20.7億円。事業譲渡に伴う減損損失や本社人員のスリム化に伴う収益構造改革費用などを計上したものの、不動産売却益240億円により特別損益は217.9億円となり、法人税等86.2億円を計上し、純利益は152.3億円 利益率9.7%となった。





# 貸借対照表について

|           |                 | 2024.2期<br>通期累計 |            | 2025.2期<br>第3四半期累計 |            | 2025.2期<br>通期累計 |            |              |            |              |            |
|-----------|-----------------|-----------------|------------|--------------------|------------|-----------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
|           |                 | 実績<br>(百万円)     | 構成比<br>(%) | 実績<br>(百万円)        | 構成比<br>(%) | 実績<br>(百万円)     | 構成比<br>(%) | 前期差<br>(百万円) | 前期比<br>(%) | 前回差<br>(百万円) | 前回比<br>(%) |
|           | 流動資産            | 70,877          | 53.1%      | 71,748             | 53.8%      | 86,273          | 61.1%      | 15,396       | 121.7%     | 14,525       | 120.2%     |
|           | うち現金及び預金        | 27,472          | 20.6%      | 22,014             | 16.5%      | 46,325          | 32.8%      | 18,853       | 168.6%     | 24,311       | 210.4%     |
|           | うち棚卸資産          | 28,052          | 21.0%      | 30,945             | 23.2%      | 25,909          | 18.4%      | ▲2,143       | 92.4%      | ▲5,036       | 83.7%      |
|           | 固定資産            | 62,586          | 46.9%      | 61,624             | 46.2%      | 54,885          | 38.9%      | ▲7,701       | 87.7%      | ▲6,739       | 89.1%      |
|           | うち投資有価証券        | 25,137          | 18.8%      | 25,042             | 18.8%      | 23,490          | 16.6%      | ▲1,647       | 93.4%      | ▲1,552       | 93.8%      |
|           | うち投資不動産         | 4,683           | 3.5%       | 4,872              | 3.7%       | 2,248           | 1.6%       | ▲2,435       | 48.0%      | ▲2,624       | 46.1%      |
|           | 資産合計            | 133,464         | 100.0%     | 133,373            | 100.0%     | 141,159         | 100.0%     | 7,695        | 105.8%     | 7,786        | 105.8%     |
|           | 流動負債            | 28,388          | 21.3%      | 33,526             | 25.1%      | 26,864          | 19.0%      | ▲1,524       | 94.6%      | ▲6,662       | 80.1%      |
|           | うち短期借入金         | 5,013           | 3.8%       | 9,583              | 7.2%       | 107             | 0.1%       | ▲4,906       | 2.1%       | ▲9,476       | 1.1%       |
|           | うち1年内返済予定の長期借入金 | 3,309           | 2.5%       | 1,752              | 1.3%       | 1,140           | 0.8%       | ▲2,169       | 34.5%      | ▲612         | 65.1%      |
|           | 固定負債            | 7,653           | 5.7%       | 6,471              | 4.9%       | 6,063           | 4.3%       | ▲1,590       | 79.2%      | ▲408         | 93.7%      |
|           | うち長期借入金         | 1,630           | 1.2%       | 731                | 0.5%       | 407             | 0.3%       | ▲1,223       | 25.0%      | ▲324         | 55.7%      |
|           | 負債合計            | 36,041          | 27.0%      | 39,998             | 30.0%      | 32,928          | 23.3%      | ▲3,114       | 91.4%      | ▲7,070       | 82.3%      |
|           | 純資産             | 97,422          | 73.0%      | 93,375             | 70.0%      | 108,230         | 76.7%      | 10,808       | 111.1%     | 14,855       | 115.9%     |
| うち自己株式(▲) | ▲7,605          | -5.7%           | ▲4,550     | -3.4%              | ▲6,160     | -4.4%           | 1,445      | 81.0%        | ▲1,610     | 135.4%       |            |
| 負債純資産合計   |                 | 133,464         | 100.0%     | 133,373            | 100.0%     | 141,159         | 100.0%     | 7,695        | 105.8%     | 7,786        | 105.8%     |

## > 現金及び預金

中期経営計画で掲げた非事業資産圧縮を進め、主として不動産売却によるキャッシュが増加。前期比168.6%、188.5億円増。

## > 棚卸資産

売上進捗に合わせた仕入管理の徹底と過年度品の消化が順調に進んだことで前期比92.4%、21.4億円の改善。

## > 投資有価証券

政策保有株をはじめとした投資有価証券の売却により、非事業資産を圧縮。前期から16.4億円の減少。

## > 自己株式（直近1年間取得累計約60億円）

24年4月以降、継続的に取得を実施し、10月末に消却。  
同年10月から取得した自己株式は25年3月に取得が完了し、4月に消却予定。  
前回からは16.1億円の減少。

Next Agenda

# チャンネル別概況





# 2025年2月期 通期 チャネル別売上概況

国内リアル店の売上高は、前期比101.7% +15.2億円。インバウンド需要を取り込むブランドがリアル店をけん引。百貨店は前期比93.8%と苦戦を強いられたが、構造改革による店舗純減（前年差▲35店舗）や売上のウェイトが高いゴルフブランドの在庫消化促進によるもの。

国内その他は、(株)READY TO FASHIONの通期寄与、(株)エス・グルーヴの継続拡大等により、前期比104.8% +9億円。一方、海外は為替影響による押し上げ要因があるものの米国子会社における卸事業の苦戦が影響し、前期比98.8%の着地。

|         |        | 2023年2月期<br>通期実績            | 2024年2月期※3<br>通期実績          | 2025年2月期<br>通期実績            | 前期比    |
|---------|--------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------|
| 国内小売    | 百貨店    | 195.5億円<br>(構成比：12.7%)      | 192.5億円<br>(構成比：12.4%)      | 180.5億円<br>(構成比：11.5%)      | 93.8%  |
|         | 非百貨店※1 | 670.2億円<br>(構成比：43.4%)      | 703.9億円<br>(構成比：45.3%)      | 731.1億円<br>(構成比：46.7%)      | 103.9% |
|         | EC     | 388.4億円<br>(国内小売EC化率：31.0%) | 347.1億円<br>(国内小売EC化率：27.9%) | 336.6億円<br>(国内小売EC化率：27.0%) | 97.0%  |
| 国内その他※2 |        | 161.1億円<br>(構成比：10.4%)      | 187.0億円<br>(構成比：12.0%)      | 196.0億円<br>(構成比：12.5%)      | 104.8% |
| 海外      |        | 129.1億円<br>(構成比：8.4%)       | 123.1億円<br>(構成比：7.9%)       | 121.6億円<br>(構成比：7.8%)       | 98.8%  |

※1 非百貨店：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 誤計上を一部修正しております(国内EC、国内その他、海外)。連結売上高には影響ございません。

# 2025年2月期 通期 EC売上実績

限定/コラボ商材を強化した3rdECは前期比101.0%と堅調だが、  
 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。  
 海外は為替影響による押し上げもあるが、外貨ベースでも前年を超えて復調にある。

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

ブランド公式オンラインストアを統合

着たいがあつまる。

2/20(木)にリニューアルOPEN。  
 これまでは安定稼働に向けたテストランニング  
 フェーズだったが、今後は大型販促なども打ち  
 出しながら攻勢を強める。

※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 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。  
 ※3 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。



Next Agenda

# ブランド別概況



# 2025年2月期 通期 主力ブランドの個別概況

在庫適正化と店舗の在り方の見直しで一時的な減収となったブランドもある一方、コンテンツ強化が奏功したブランドも見られた。これら戦略的な取り組みにより、ブランド基盤の健全化と持続的成長に向け、重要な布石を打つ期となった。

## PEARLY GATES

前期比 92.9%



在庫適正化に向け、積極的にセールを実施。結果、その反動で売上は伸び悩んだ。

足下はPokémonコラボが既存客のみならず、国内外の新規客へリーチし好評。3月には上海・台湾に新店がオープンと海外出店も進めており、インバウンドを含めた海外戦略も進めていく。

## MARGARET HOWELL

前期比 99.3%

収益性向上に向けた低収益店舗の撤退・集約により店舗数は純減も、既存店の売上が伸長。総じて、リアル店は好調に推移した。一方で、ECは十分な成長を達成することが出来なかった。

今後は、引き続き店舗戦略を推進。旗艦店を中心にライフスタイルに寄り添った商品提案でファンの拡大を目指す。

## NANO universe

前期比 102.2%

サイトリニューアルの影響で自社ECの流入数が一時的に減少したものの、全体としては堅調な売上を維持し、価格戦略の見直しや調達効率の最適化などにより収益性の改善を達成。

今後は利益体質を維持しながら、売上の拡大に重点を置く。

## AVIREX®

前期比 108.8%

売上・粗利ともに前年を上回る実績を達成しており、収益性高く好調を維持している。

2025年はブランド誕生から50年という節目の年でもあり、長年のご愛顧に感謝を込め、更なる価値創造に取り組んでいく。



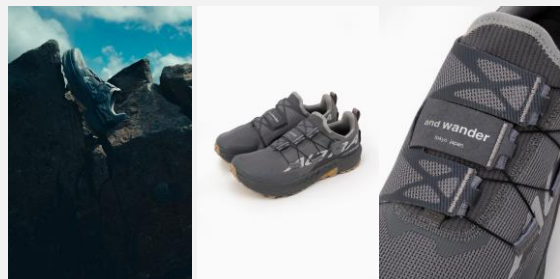
# 2025年2月期 通期 成長・好調ブランドの状況

## and wander

売上前期比**137.5%**と堅調に推移。

「ALTRA」や「Gramicci」とのコラボが好評を集め、またスペイン発ファッションブランドとの初コラボが話題になるなど、ブランドならではのテイストが詰まったコレクションは多くの注目を浴びている。

さらに「and wander」のデザイナーが「Hypebeast100」に2年連続で選出され、今期の新規出店計画も控えるなど、飛躍が期待されるブランド。



▲「ALTRA」とのコラボシューズ

## Schott N.Y.C.

2024年4月にTikTokアカウントを開設。YouTubeでもブランドとの親和性が高い著名人とのコラボ商品のメイキング動画を発信するなど、SNSコンテンツが拡充。さらに、若者層からの支持が厚い「YOUNGER SONG」とのコラボは、ブランドの持つ伝統と新たな感性を融合させた取り組みとして注目された。

既存ファンのみならず新たなファン層の醸成にも繋がっており、売上前期比**127.6%**と好調を維持。



▲ ケンドーコバヤシとの企画動画（数十万回再生）



▲ 「YOUNGER SONG」とのコラボは、限定店舗で好評につきオンラインストアでも販売

## wagona

2024年秋に「human woman」から誕生した新ライフウェアブランド。

2024年10月と2025年3月にはPOP UP STORE “旅するように暮らす展”を開催。3月は「wagona」のコレクション販売だけでなく、作家のクラフト作品の展示・販売や、占星術から2025年を読み解くお茶会など、ブランドコンセプトに紐づく体験型イベントを企画し、好評を博した。

ブランドの世界観が深い共感を呼び、コアファンとの絆を深めながら、認知を着実に広げている。



▲ CASICAで3月に開催した「旅するように暮らす展#2」



Next Agenda

# 中期経営計画の進捗

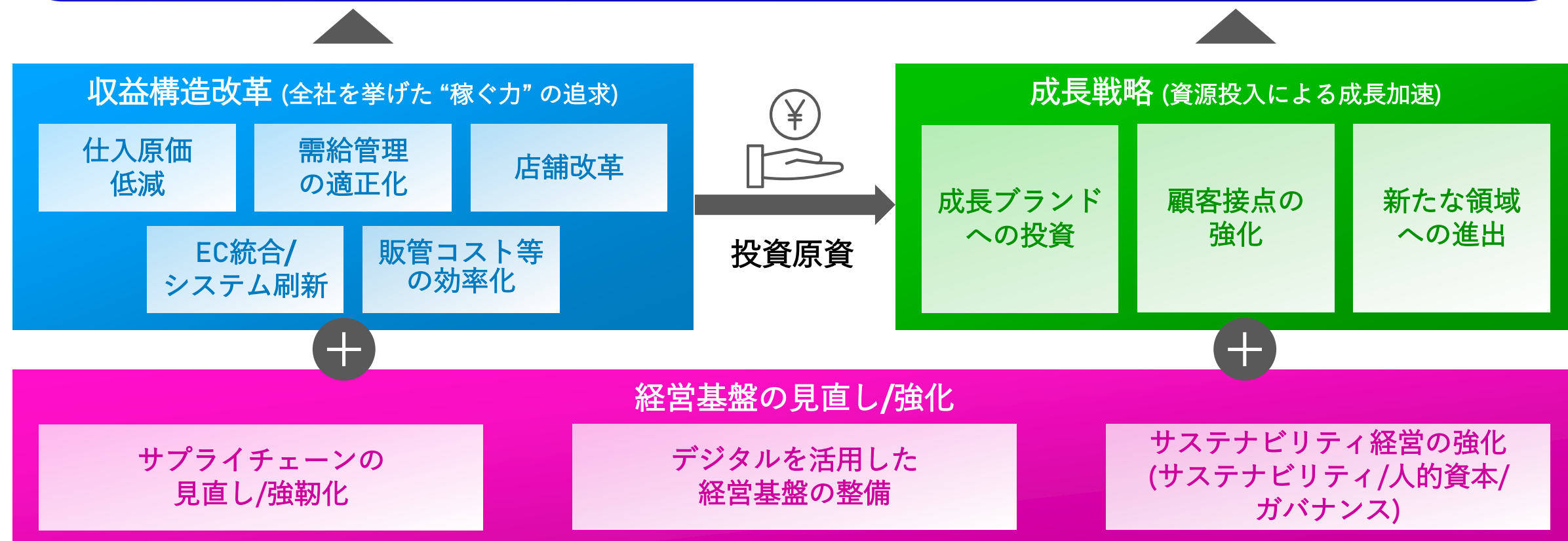


# TSIグループの変革 - 中期経営計画 (TIP27) -

(再掲)

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



# 中期経営計画における構造改革

(再掲)

| 改革項目        | 課題                                    | 具体的な打ち手                                                      | 完了時期        | 改善効果<br>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<br>▶ 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             | ▶ 26/2までに完了 | 約30億              |
| 需給管理の適正化    | ▶ 旧来の上代設定手法の踏襲<br>▶ 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<br>▶ 上代設定や販促・セール施策の見直し<br>▶ 需要予測による生産型数・数量の最適化 | ▶ 27/2までに完了 | 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<br>▶ ブランド横断/エリアでの配置最適化<br>▶ 不採算店舗の統廃合・大型店舗出店 | ▶ 26/2までに完了 | 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<br>▶ 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      | ▶ 25/2までに完了 | 約5億               |
| 販管コスト等の効率化  | ▶ 非効率な費目予算の策定<br>▶ ブランド間での機能分散        | ブランド横断の収益・費用管理<br>▶ 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        | ▶ 26/2までに完了 | 約25億              |

計: 約100億円



# 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。



今期5億円超を  
創出見込

※ 2024年2月期対比

# 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



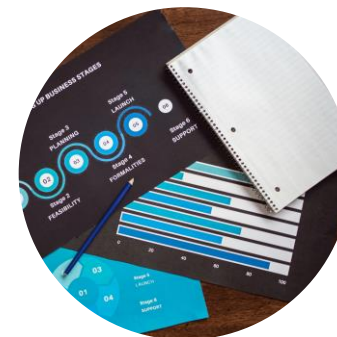
競合/自社/顧客の観点から、調査・分析を行い、プライシングの余地を把握

## 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

今期5億円超を  
創出見込

※ 2024年2月期対比

# 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。

今期5億円超を  
創出見込

※ 2024年2月期対比

- ・ 最適人数定義
- ・ 個店人員最適化

個店の業績を見ながら、平日/週末の繁閑差、正社員比率等を踏まえ、最適人員数を定義

## 共通販売員制度の導入

個店

採用コントロールにより、  
個店の販売員を適正水準に保つ

店舗群

共通販売員の導入により、  
一時的な繁忙にも対応

## 新たなキャリアパスの創出

共通販売員として  
特定スキルを磨き込み、  
エキスパートとして  
複数のブランドで活躍



バックヤードの  
エキスパート



接客の  
エキスパート



育成の  
エキスパート



SNS/配信の  
エキスパート



# 構造改革 | EC統合 / システム刷新

## 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

- ✓ 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

■ 今期5億円超を創出見込

※ 2024年2月期対比



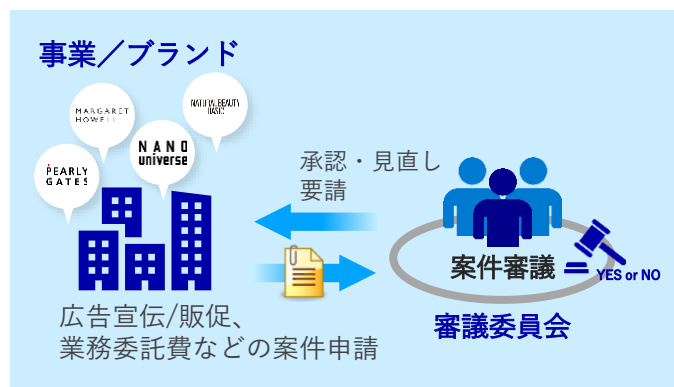
# 構造改革 | 販管費コスト等の効率化

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

## 今期10億円超を創出見込

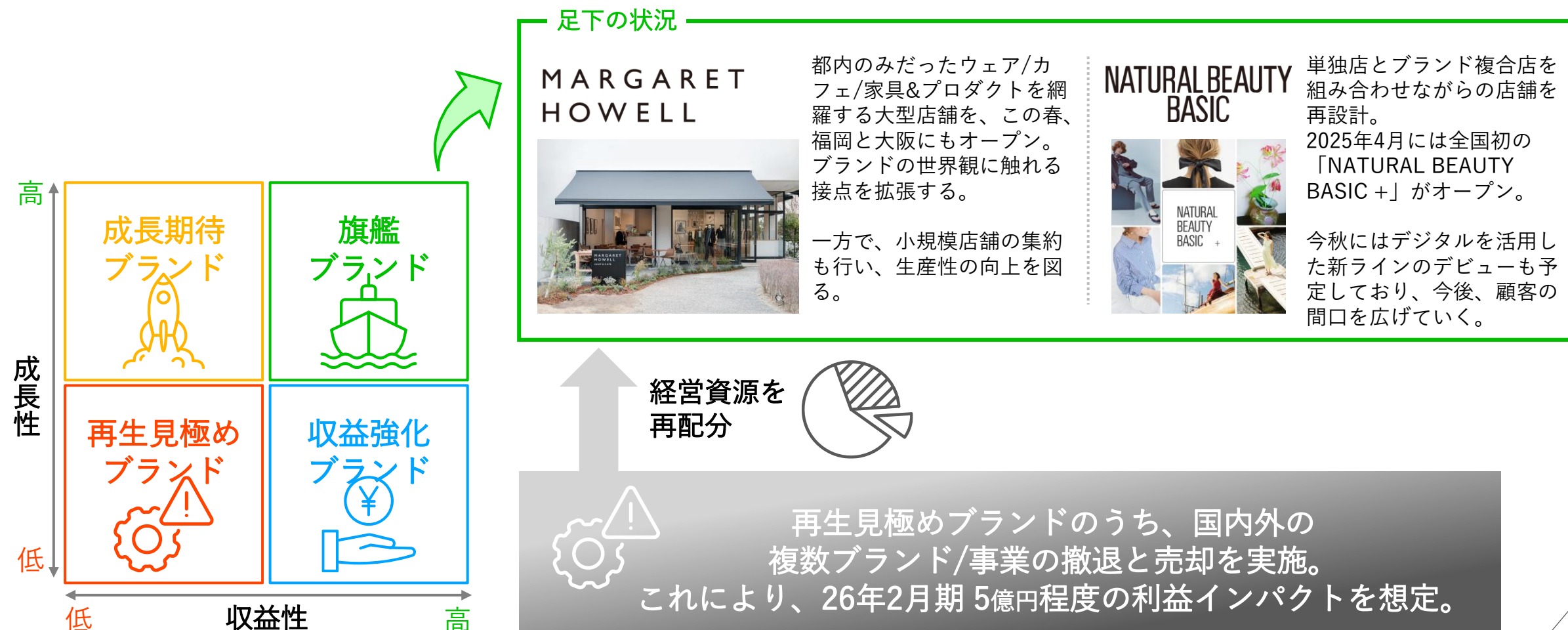
※ 2024年2月期対比

# 成長戦略 | ブランドポートフォリオの明確化

各ブランドの方針を定義し、一部ブランドは撤退（廃止/譲渡）を決定。

継続ブランドにおいては、全ブランドの中期経営計画を策定したことにより、収益目標と戦略方向性が明確化。

全体としての成長と収益の最大化を目指し、2026年2月期以降、強化ブランドへの資本投下を本格化していく。

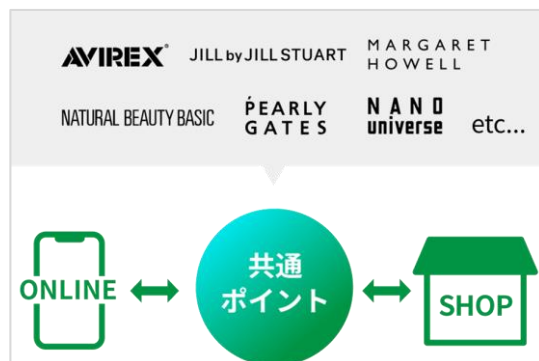




# 成長戦略 | 顧客接点の強化（OMOの推進）

ブランド公式オンラインストア「mix.tokyo」を基盤に、お客様に合ったブランド横断での新たな価値を提案する。

## メンバーズサービスの統一



mix.tokyo メンバーズに統一し、サービスを共通化したことで利便性が向上。今後もサービスプログラムを拡充し、新規顧客の獲得と既存会員の活性化を図る。

## 顧客接点を各ブランドからTSIのブランド全体に拡張



個性的でバラエティ豊かなブランド群であることを活かし、シーン別のコーディネートにAI診断するサービスもスタート。  
お客様との多面的な繋がりを目指す。

## 新たなエンターテインメントの価値をブランド横断で提案



お客様とのタッチポイントを増やし、ブランドをより好きになる体験・新たな発見を提供するコミュニティ・イベント等も企画・提供していく。

サービスレベルの向上と優良会員の醸成を目指す

# 経営基盤の見直し/強化 | サステナビリティ経営に向けた取り組み

CDP  
Discloser  
2024

- ・ 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

※ Bスコアは、8段階あるうちの上位から3番目にあたり、「自社の環境リスクや環境について把握し、行動している」と評価されたことを示すものとなる

## 地球環境 サステナブルファッションの推進 ・ 脱プラスチック化と紙資源の削減

温室効果ガス削減目標達成に向けて、低環境負荷素材の使用も推進。



◀ 「MARGARET HOWELL」より Brewed Protein™ fiber Collectionを展開

ショッピングバッグの脱プラスチック化と消費削減を目的とした有料化を実施。



## 人間 数値目標と具体的な アクションの開始

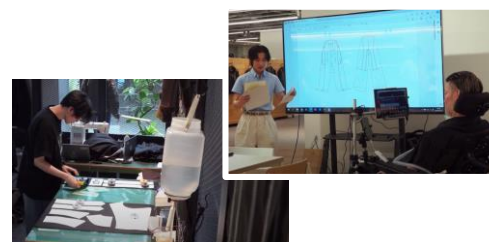
### 直近の主な活動内容

- ・ マテリアリティとして捉えている人的資本項目のKGI・KPIを策定
- ・ サステナビリティ推進に向けた全社必須研修、ワークショップが始動

更なる課題の深掘り・施策の詳細化を進めながら、KPI達成に向けた継続的な研修や教育も実施していく。

## 社会 MOVE WEARプロジェクト を通じた社会貢献

社内コンペで選定されたメンバーを中心に、ユニバーサルデザインウェアを作成。



今後も、ダイバーシティ&インクルージョンの観点から社会的および身体的に困窮している方たちが少しでも笑顔になる支援活動を続けていく。

## ガバナンス サプライチェーン デューデリジェンスの実施

### プロセスとこれを支える手段



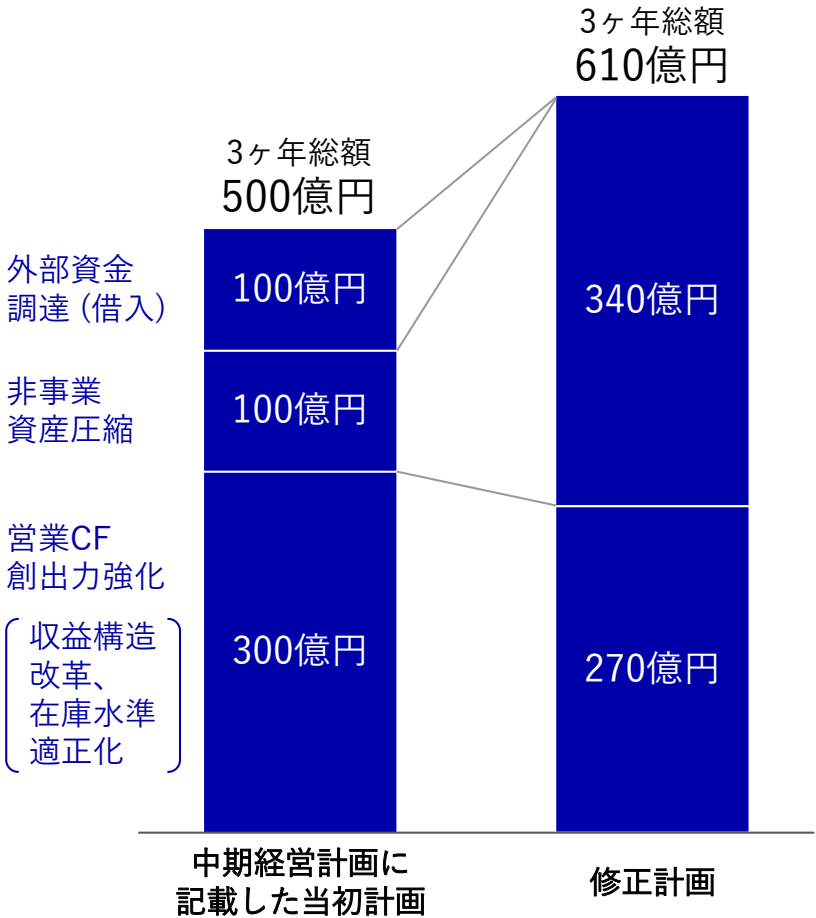
SAQ(自己評価質問票)を活用し、書面監査を実施。今後は、実地監査も実施していく予定。

# 財務資本政策 | 資源配分の方針

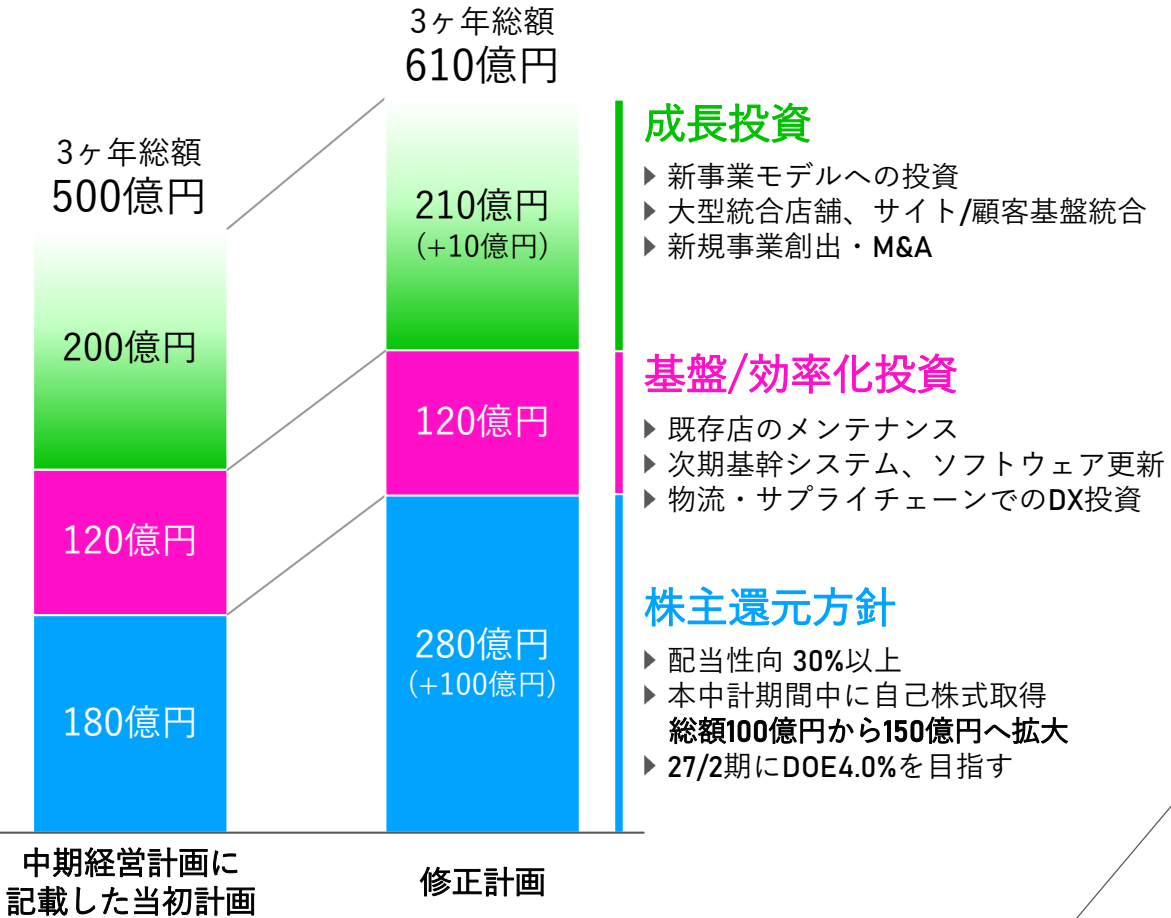
(再掲)

不動産売却により中計3ヶ年におけるキャッシュ創出額が110億円増額。増額した資源を成長投資・株主還元に分け、更なる強化をはかる。

## キャッシュ創出



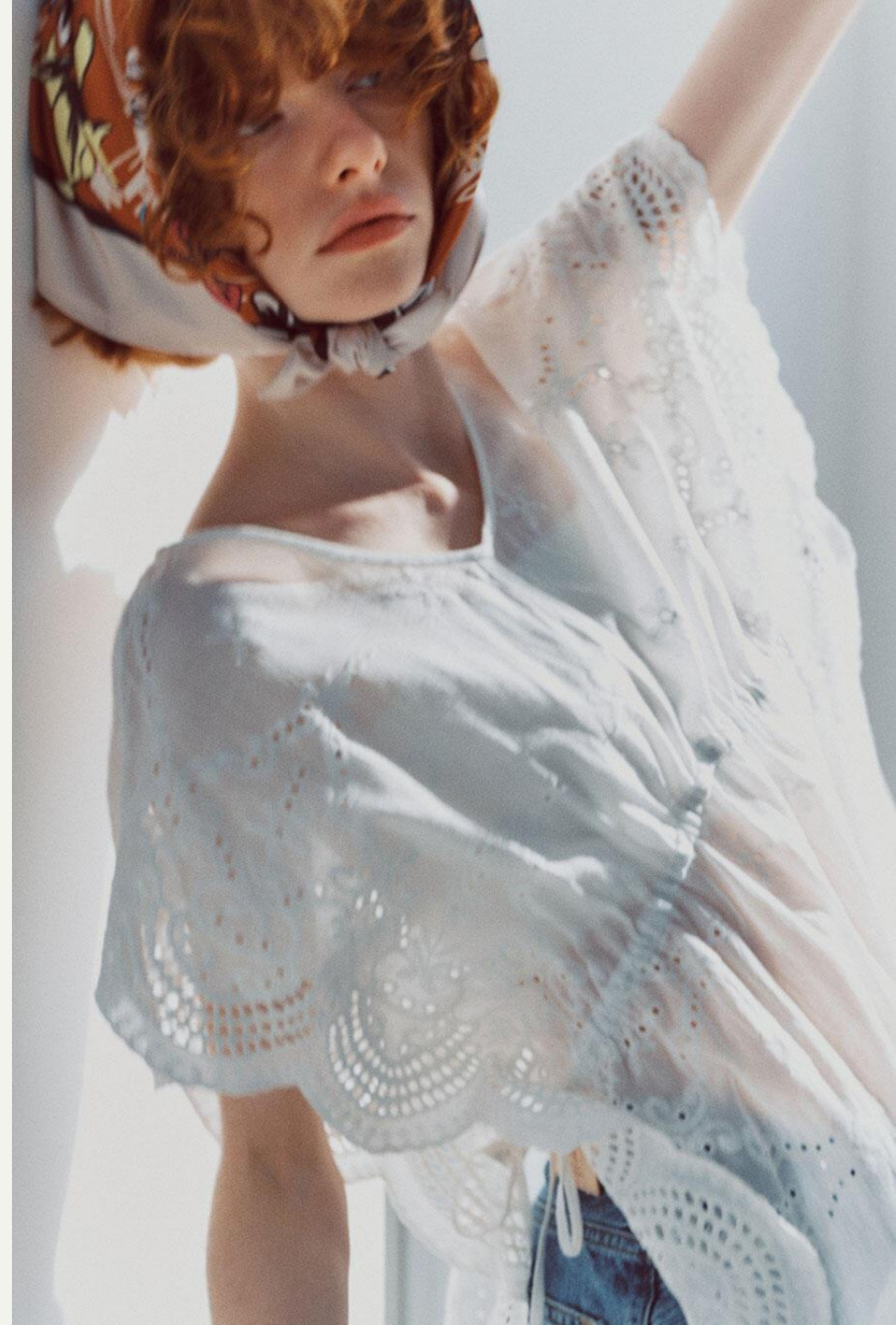
## 資源配分





Next Agenda

## 2026年2月期 通期連結業績計画



# 2026年2月期 通期 損益計画

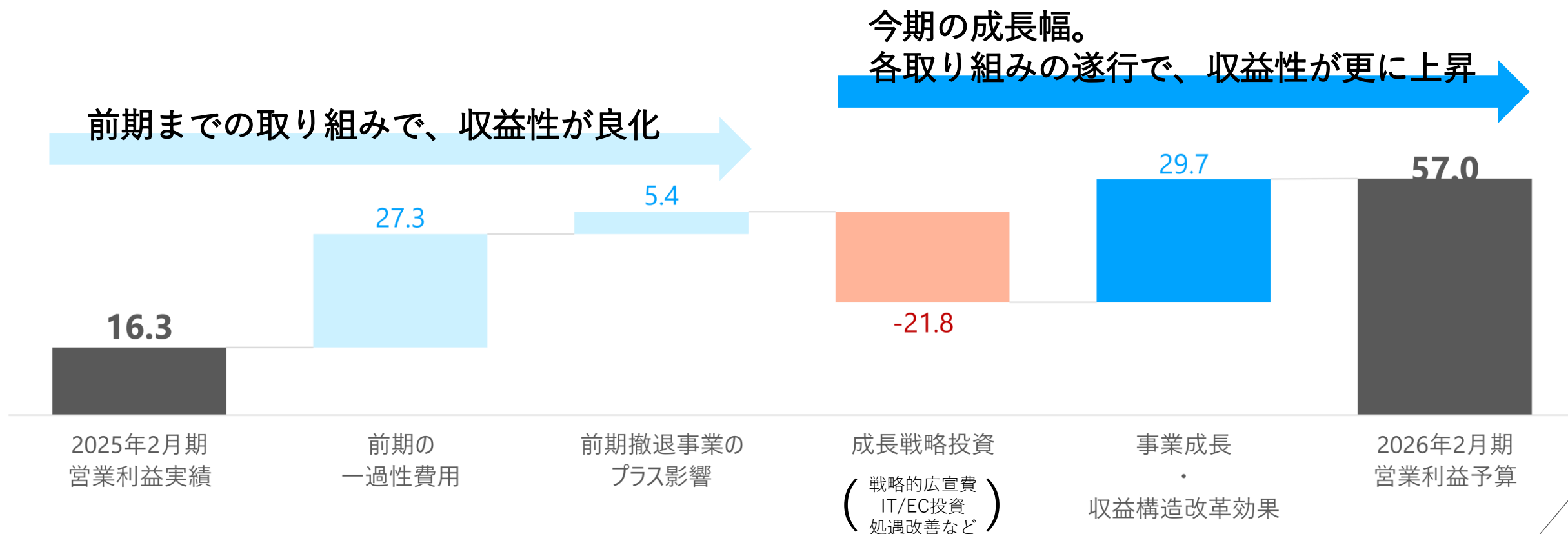
売上高は、事業撤退の影響もあり **1,530.0億円 / 前期比 97.7%**。  
営業利益は、収益構造改革の効果発現により **57.0億円 / 前期比 348.4%**。  
なお、経常利益は **60.0億円 / 前期比 288.9%**、当期純利益 **42.0億円** の見込み。

|       | 2024年2月期実績                 | 2025年2月期実績                 | 2026年2月期計画               | 増減額      | 増減率                     |
|-------|----------------------------|----------------------------|--------------------------|----------|-------------------------|
| 売上高   | 1,553億8千万円<br>(前期比：100.6%) | 1,566億0千万円<br>(前期比：100.8%) | 1530億0千万円<br>(前期比：97.7%) | ▲36.0億円  | ▲2.3%                   |
| 営業利益  | 17億6千万円<br>(利益率：1.1%)      | 16億3千万円<br>(利益率：1.0%)      | 57億0千万円<br>(利益率：3.7%)    | +40.6億円  | +248.4%<br>(構成比：+2.7pt) |
| 経常利益  | 37億5千万円<br>(利益率：2.4%)      | 20億7千万円<br>(利益率：1.3%)      | 60億0千万円<br>(利益率：3.9%)    | +39.2億円  | +188.9%                 |
| 当期純利益 | 48億4千万円<br>(利益率：3.1%)      | 152億3千万円<br>(利益率：9.7%)     | 42億0千万円<br>(利益率：2.7%)    | ▲110.3億円 | ▲72.4%                  |

# 2026年2月期 通期 損益計画 営業利益差について

2025年2月期実績 16.3億円から、前期一過性費用の減少と前期撤退事業のプラス影響に加え、事業成長による売上高拡大や収益構造改革の追加効果などを含め、

2026年2月期計画は営業利益 **57.0**億円と設定する。

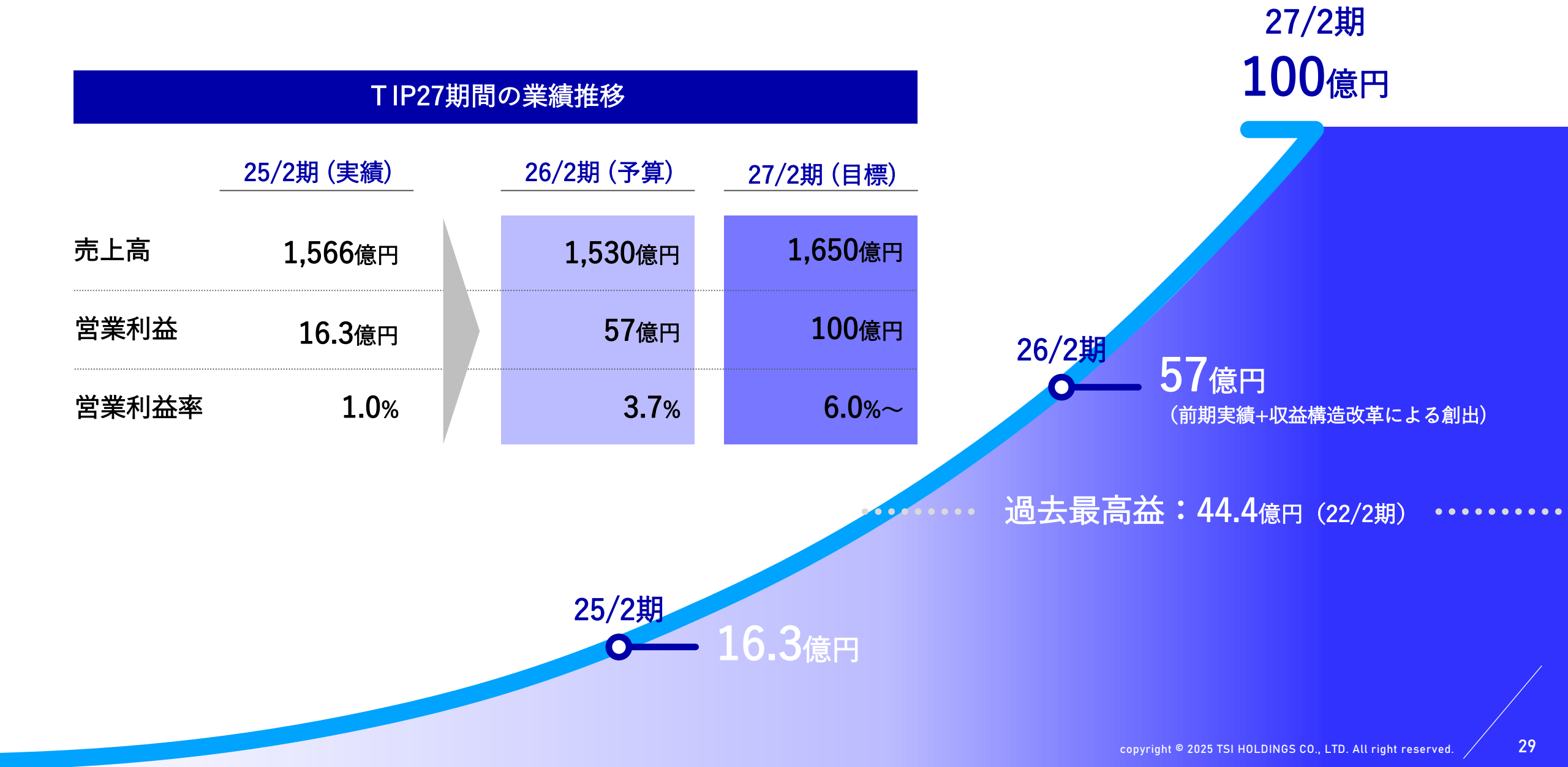




# 今後の見通し

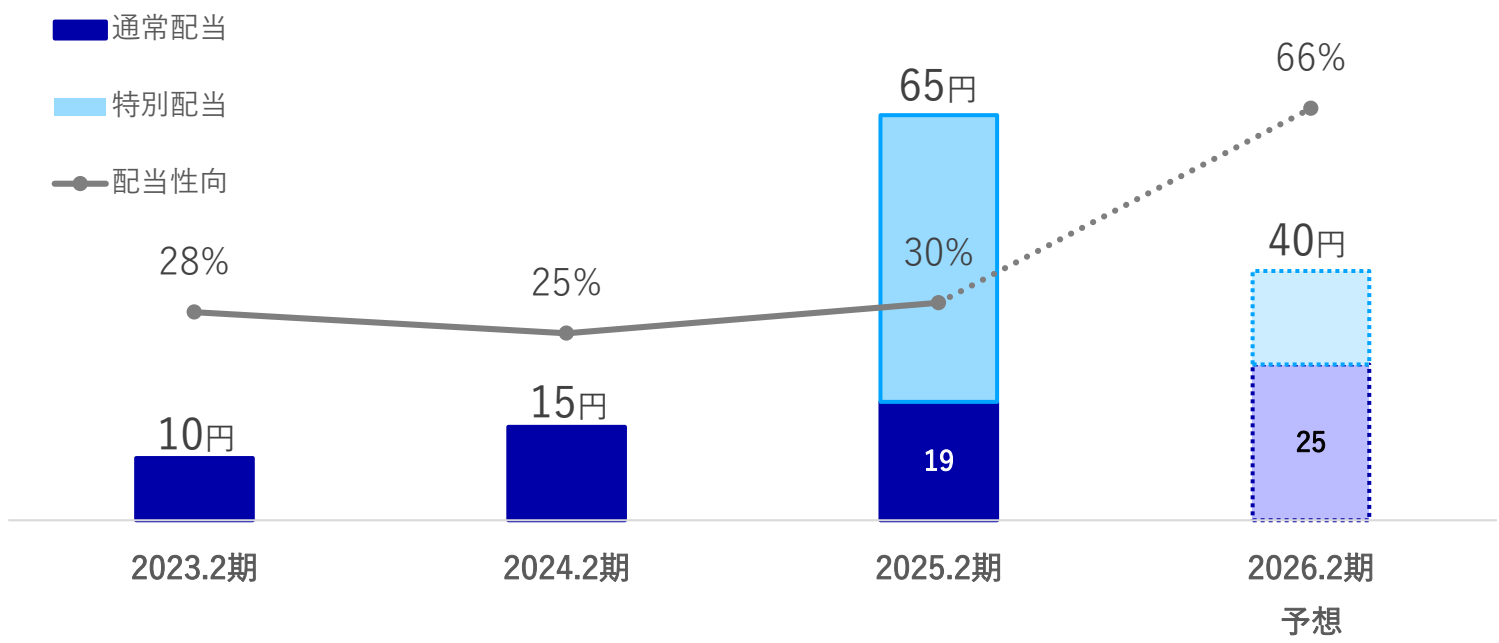
## TIP27期間の業績推移

|       | 25/2期 (実績) | 26/2期 (予算) | 27/2期 (目標) |
|-------|------------|------------|------------|
| 売上高   | 1,566億円    | 1,530億円    | 1,650億円    |
| 営業利益  | 16.3億円     | 57億円       | 100億円      |
| 営業利益率 | 1.0%       | 3.7%       | 6.0%~      |



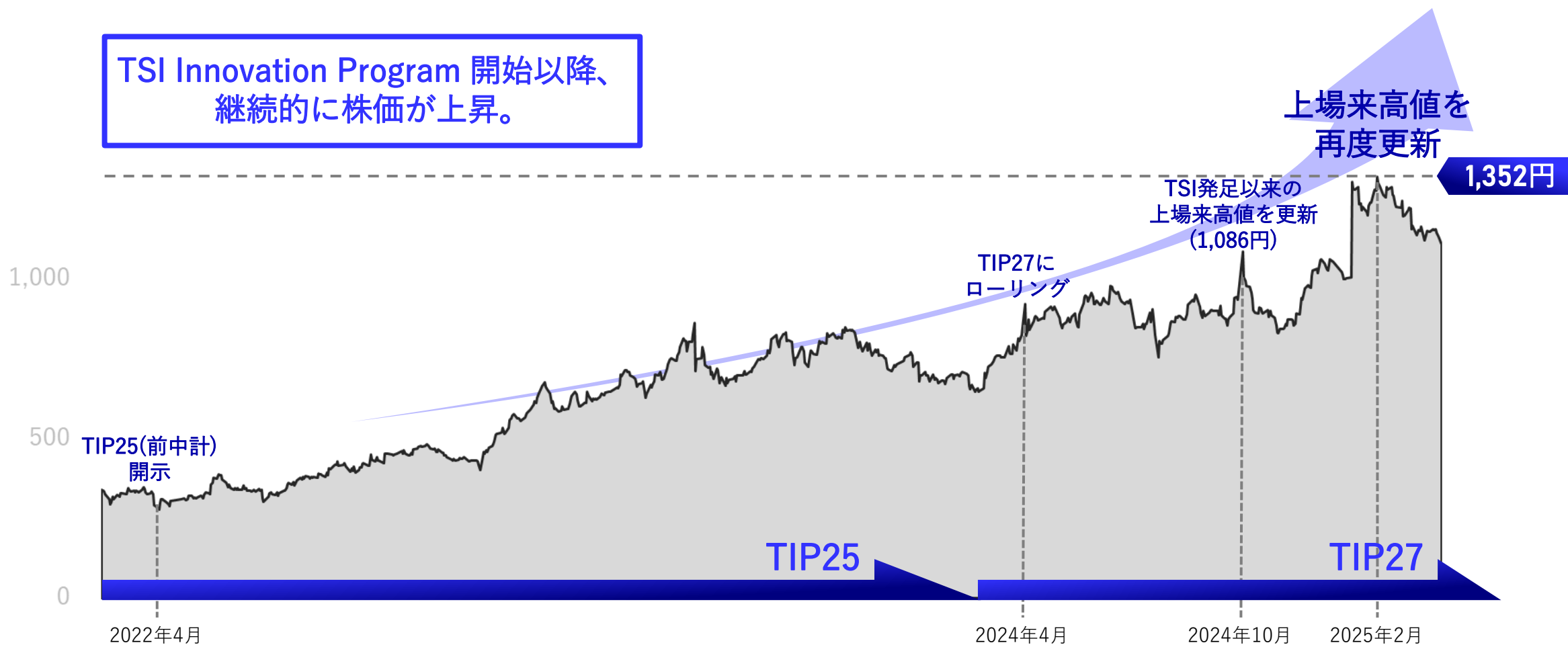
# 配当予想について

還元方針として配当性向30%以上を指標とし、2027年2月期までは特別配当を加算いたします。  
今期は前回開示の方針に沿い、基本配当25円（配当性向41.3%）に特別配当15円を加えた40円（同66.1%）といたします。  
なお、2027年2月期にDOE 4 %以上を目指すこととしております。



|                 |     |     |              |              |
|-----------------|-----|-----|--------------|--------------|
| 配当金<br>(うち特別配当) | 10円 | 15円 | 65円<br>(46円) | 40円<br>(15円) |
| 配当性向            | 28% | 25% | 30%          | 66%          |

# 直近の株価推移





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



# 2025年2月期 第4四半期業績ハイライト

## 第4四半期概況

|                     | 2024.2期<br>第4四半期 |            | 2025.2期<br>第4四半期 |            |              |            |
|---------------------|------------------|------------|------------------|------------|--------------|------------|
|                     | 実績<br>(百万円)      | 構成比<br>(%) | 実績<br>(百万円)      | 構成比<br>(%) | 前期差<br>(百万円) | 前期比<br>(%) |
| 売上高                 | 40,526           | 100.0      | 40,555           | 100.0      | 28           | 100.1      |
| 売上総利益               | 20,527           | 50.7       | 20,529           | 50.6       | 2            | 100.0      |
| 販管費                 | 20,990           | 51.8       | 21,071           | 52.0       | 81           | 100.4      |
| 販管費（のれん償却費・減価償却費 除） | 20,135           | 49.7       | 20,035           | 49.4       | ▲100         | 99.5       |
| のれん償却費              | 94               | 0.2        | 149              | 0.4        | 54           | 157.0      |
| 減価償却費               | 759              | 1.9        | 887              | 2.2        | 127          | 116.8      |
| 営業利益                | ▲462             | ▲1.1       | ▲541             | ▲1.3       | ▲79          | 117.1      |
| 経常利益                | 113              | 0.3        | ▲398             | ▲1.0       | ▲512         | ▲351.1     |
| 特別利益                | 821              | 2.0        | 24,366           | 60.1       | 23,544       | 2964.7     |
| 特別損失                | 1,457            | 3.6        | 1,567            | 3.9        | 109          | 107.5      |
| 税金等調整前四半期純利益        | ▲522             | ▲1.3       | 22,400           | 55.2       | 22,923       | ▲4289.7    |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益    | 1,559            | 3.8        | 15,070           | 37.2       | 13,511       | 966.6      |
| EBITDA ※            | 391              | 1.0        | 494              | 1.2        | 102          | 126.2      |

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費



# 2025年2月期 通期業績ハイライト

## 通期概況(累計)

|                     | 2024.2期<br>通期累計 |            | 2025.2期<br>通期累計 |            |              |            |
|---------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|--------------|------------|
|                     | 実績<br>(百万円)     | 構成比<br>(%) | 実績<br>(百万円)     | 構成比<br>(%) | 前期差<br>(百万円) | 前期比<br>(%) |
| 売上高                 | 155,383         | 100.0      | 156,606         | 100.0      | 1,222        | 100.8      |
| 売上総利益               | 84,729          | 54.5       | 83,995          | 53.6       | ▲733         | 99.1       |
| 販管費                 | 82,968          | 53.4       | 82,359          | 52.6       | ▲609         | 99.3       |
| 販管費（のれん償却費・減価償却費 除） | 79,371          | 51.1       | 78,726          | 50.3       | ▲645         | 99.2       |
| のれん償却費              | 451             | 0.3        | 479             | 0.3        | 27           | 106.1      |
| 減価償却費               | 3,145           | 2.0        | 3,154           | 2.0        | 8            | 100.3      |
| 営業利益                | 1,760           | 1.1        | 1,636           | 1.0        | ▲124         | 92.9       |
| 経常利益                | 3,758           | 2.4        | 2,076           | 1.3        | ▲1,681       | 55.3       |
| 特別利益                | 2,243           | 1.4        | 25,350          | 16.2       | 23,107       | 1130.0     |
| 特別損失                | 1,944           | 1.3        | 3,567           | 2.3        | 1,622        | 183.5      |
| 税金等調整前四半期純利益        | 4,057           | 2.6        | 23,860          | 15.2       | 19,802       | 588.0      |
| 親会社株主に帰属する当期純利益     | 4,849           | 3.1        | 15,230          | 9.7        | 10,380       | 314.0      |
| EBITDA ※            | 5,357           | 3.4        | 5,269           | 3.4        | ▲88          | 98.4       |

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

# 2025年2月期 通期業績ハイライト

## 販路別の売上高

|     |                    | 2024.2期<br>通期累計           |            | 2025.2期<br>通期累計           |            |            |                |
|-----|--------------------|---------------------------|------------|---------------------------|------------|------------|----------------|
|     |                    | 実績 <sup>※3</sup><br>(百万円) | 構成比<br>(%) | 実績 <sup>※3</sup><br>(百万円) | 構成比<br>(%) | 前期比<br>(%) | 構成比前期差<br>(pt) |
|     | 百貨店                | 19,258                    | 12.4       | 18,059                    | 11.5       | 93.8       | ▲0.9pt         |
|     | 非百貨店 <sup>※1</sup> | 70,390                    | 45.3       | 73,113                    | 46.7       | 103.9      | +1.4pt         |
|     | 自社サイト              | 15,864                    | 10.2       | 14,624                    | 9.3        | 92.2       | ▲0.9pt         |
|     | その他                | 18,851                    | 12.1       | 19,045                    | 12.2       | 101.0      | +0.0pt         |
|     | EC(E-Commerce)     | 34,716                    | 22.3       | 33,669                    | 21.5       | 97.0       | ▲0.8pt         |
|     | その他 <sup>※2</sup>  | 18,706                    | 12.0       | 19,602                    | 12.5       | 104.8      | +0.5pt         |
|     | 国内合計               | 143,071                   | 92.1       | 144,445                   | 92.2       | 101.0      | +0.2pt         |
|     | EC(E-Commerce)     | 3,942                     | 2.5        | 4,109                     | 2.6        | 104.3      | +0.1pt         |
|     | 海外合計               | 12,312                    | 7.9        | 12,160                    | 7.8        | 98.8       | ▲0.2pt         |
|     | EC(E-Commerce)     | 38,658                    | 24.9       | 37,779                    | 24.1       | 97.7       | ▲0.8pt         |
| 総合計 |                    | 155,383                   | 100.0      | 156,606                   | 100.0      | 100.8      | -              |

※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 新収益基準の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)。 連結売上高には影響ございません。

# 2025年2月期 通期業績ハイライト

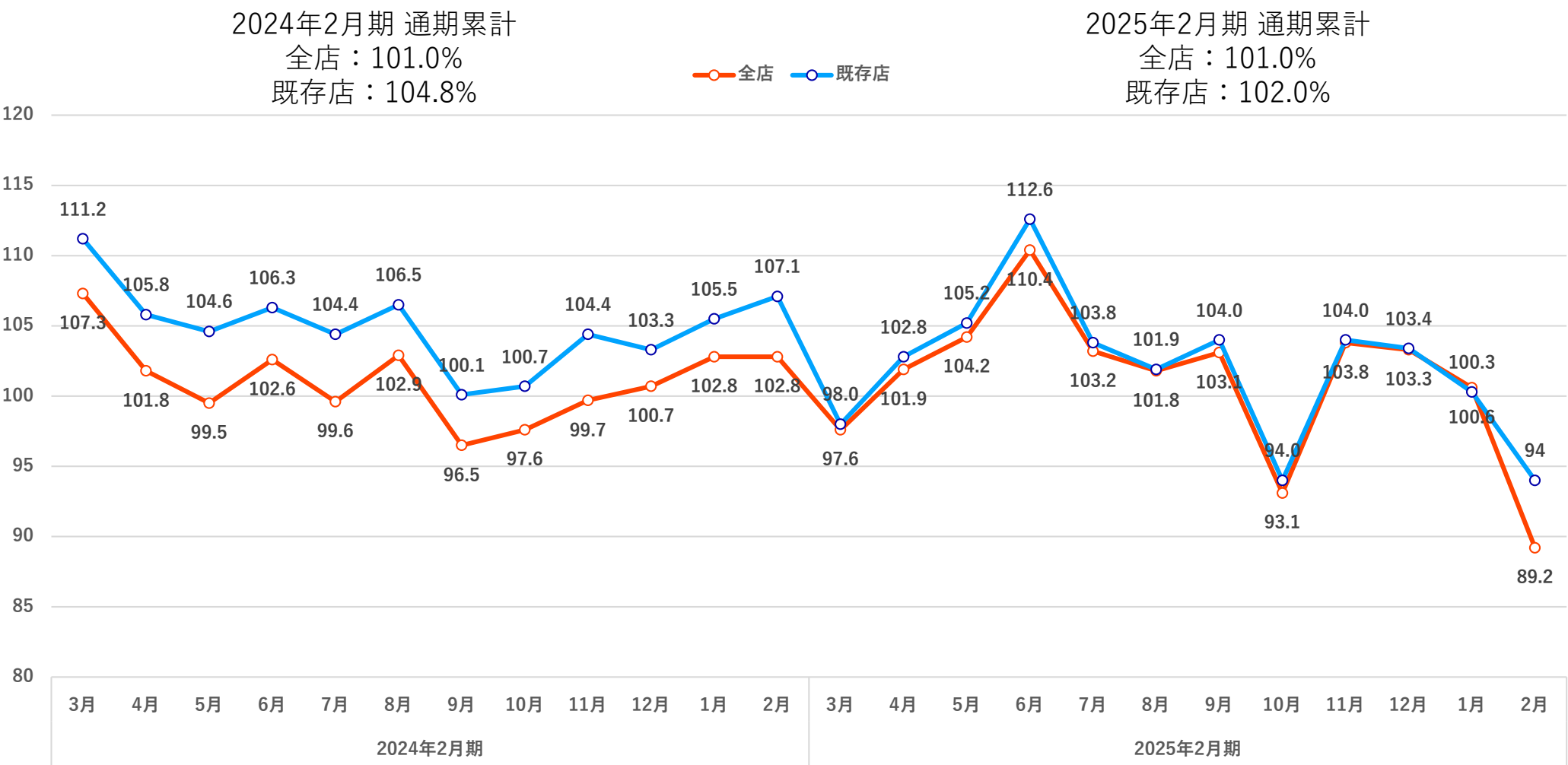
## ブランド別の売上高

|                         | 2024.2期<br>通期累計 |            |               | 2025.2期<br>通期累計 |            |               | 前期比        |                |
|-------------------------|-----------------|------------|---------------|-----------------|------------|---------------|------------|----------------|
|                         | 売上高<br>(百万円)    | 構成比<br>(%) | 売上総利益率<br>(%) | 売上高<br>(百万円)    | 構成比<br>(%) | 売上総利益率<br>(%) | 売上高<br>(%) | 売上総利益率<br>(pt) |
| 1. PEARLY GATES         | 16,111          | 10.4       | 54.5          | 14,965          | 9.6        | 50.2          | 92.9       | ▲4.3pt         |
| 2. NANO universe        | 14,268          | 9.2        | 50.6          | 14,586          | 9.3        | 54.8          | 102.2      | +4.2pt         |
| 3. MARGARET HOWELL      | 14,133          | 9.1        | 62.3          | 14,038          | 9.0        | 63.0          | 99.3       | +0.7pt         |
| 4. NATURAL BEAUTY BASIC | 11,108          | 7.1        | 64.2          | 10,428          | 6.7        | 63.9          | 93.9       | ▲0.2pt         |
| 5. AVIREX               | 8,125           | 5.2        | 57.1          | 8,841           | 5.6        | 57.7          | 108.8      | +0.6pt         |
| 6. HUF                  | 8,843           | 5.7        | 53.2          | 8,369           | 5.3        | 52.9          | 94.6       | ▲0.3pt         |
| 7. STUSSY               | 5,387           | 3.5        | 62.8          | 6,043           | 3.9        | 53.9          | 112.2      | ▲8.9pt         |
| 8. new balance golf     | 4,714           | 3.0        | 49.0          | 4,989           | 3.2        | 46.7          | 105.8      | ▲2.3pt         |
| 9. human woman          | 4,297           | 2.8        | 64.3          | 4,081           | 2.6        | 62.7          | 95.0       | ▲1.7pt         |
| 10. Schott              | 2,717           | 1.7        | 59.0          | 3,469           | 2.2        | 56.1          | 127.6      | ▲2.9pt         |
| TOP10 計                 | 89,709          | 57.7       | 57.2          | 89,814          | 57.4       | 56.4          | 100.1      | ▲0.8pt         |
| その他 計                   | 62,070          | 39.9       | 51.8          | 64,397          | 41.1       | 49.6          | 103.7      | ▲2.2pt         |
| 継続ブランド 計                | 151,779         | 97.7       | 55.0          | 154,212         | 98.5       | 53.7          | 101.6      | ▲1.4pt         |
| 廃止ブランド 等                | 3,604           | 2.3        | 51.7          | 2,394           | 1.5        | 52.6          | 66.4       | +0.9pt         |
| 合計                      | 155,383         | 100.0      | 55.0          | 156,606         | 100.0      | 53.6          | 100.8      | ▲1.3pt         |



# 2025年2月期 通期業績ハイライト

国内 既存店・全店 売上高の推移



# 2025年2月期 通期業績ハイライト

## 店舗数の状況

|                  |    | 2024.2期<br>期末 | 出店  | 退店   | 2025.2期<br>期末 | 前期末差 |
|------------------|----|---------------|-----|------|---------------|------|
| ア<br>パ<br>レ<br>ル | 国内 | 731           | +45 | ▲88  | 688           | ▲ 43 |
|                  | 海外 | 30            | +4  | ▲16  | 18            | ▲ 12 |
|                  | 合計 | 761           | +49 | ▲104 | 706           | ▲ 55 |
| 飲<br>食           | 国内 | 6             | -   | ▲5   | 1             | ▲ 5  |
| コ<br>ス<br>メ      | 国内 | 31            | +2  | ▲1   | 32            | 1    |
| 総計               |    | 798           | +51 | ▲110 | 739           | ▲ 59 |



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。