



TSI HOLDINGS



2019-009

2019年4月11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 上田谷真一
(東証第一部 コード番号 3608)
問 合 せ 先 管理本部 広報室長 山田 耕平
T E L 03(6748)0002

2019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、4月11日付で「2019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



TSI HOLDINGS

2019年2月期 通期 決算説明会

2019.4.11



I 2019年2月期 通期 決算概況



損益の概況

	2018.2期 通期		2019.2期 通期					
	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 (%)	開示予想差 (百万円)	開示予想比 (%)
売上高	155,457	100.0	165,009	100.0	9,552	106.1	1,010	100.6
売上総利益	84,297	54.2	87,093	52.8	2,795	103.3	-	-
販管費	82,128	52.8	84,802	51.4	2,674	103.3	-	-
販管費（のれん償却費・減価償却費 除）	77,579	49.9	79,935	48.4	2,356	103.0	-	-
のれん償却費	422	0.3	918	0.6	495	217.3	-	-
減価償却費	4,126	2.7	3,948	2.4	▲178	95.7	-	-
営業利益	2,168	1.4	2,290	1.4	121	105.6	790	152.7
経常利益	3,788	2.4	3,912	2.4	123	103.2	1,112	139.7
特別利益	3,521	2.3	365	0.2	▲3,155	10.4	-	-
特別損失	3,630	2.3	3,208	1.9	▲422	88.4	-	-
税金等調整前当期純利益	3,679	2.4	1,069	0.6	▲2,610	29.1	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	3,219	2.1	▲203	-0.1	▲3,423	-6.3	▲1,804	-12.7
EBITDA ※	6,718	4.3	7,157	4.3	439	106.5	-	-

※EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

※株式会社上野商会の株式取得日は2018年10月26日ですが、みなし取得日を2018年11月30日としております。

そのため損益計算書については2019年12月からの業績を反映しております。

ブランドの概況

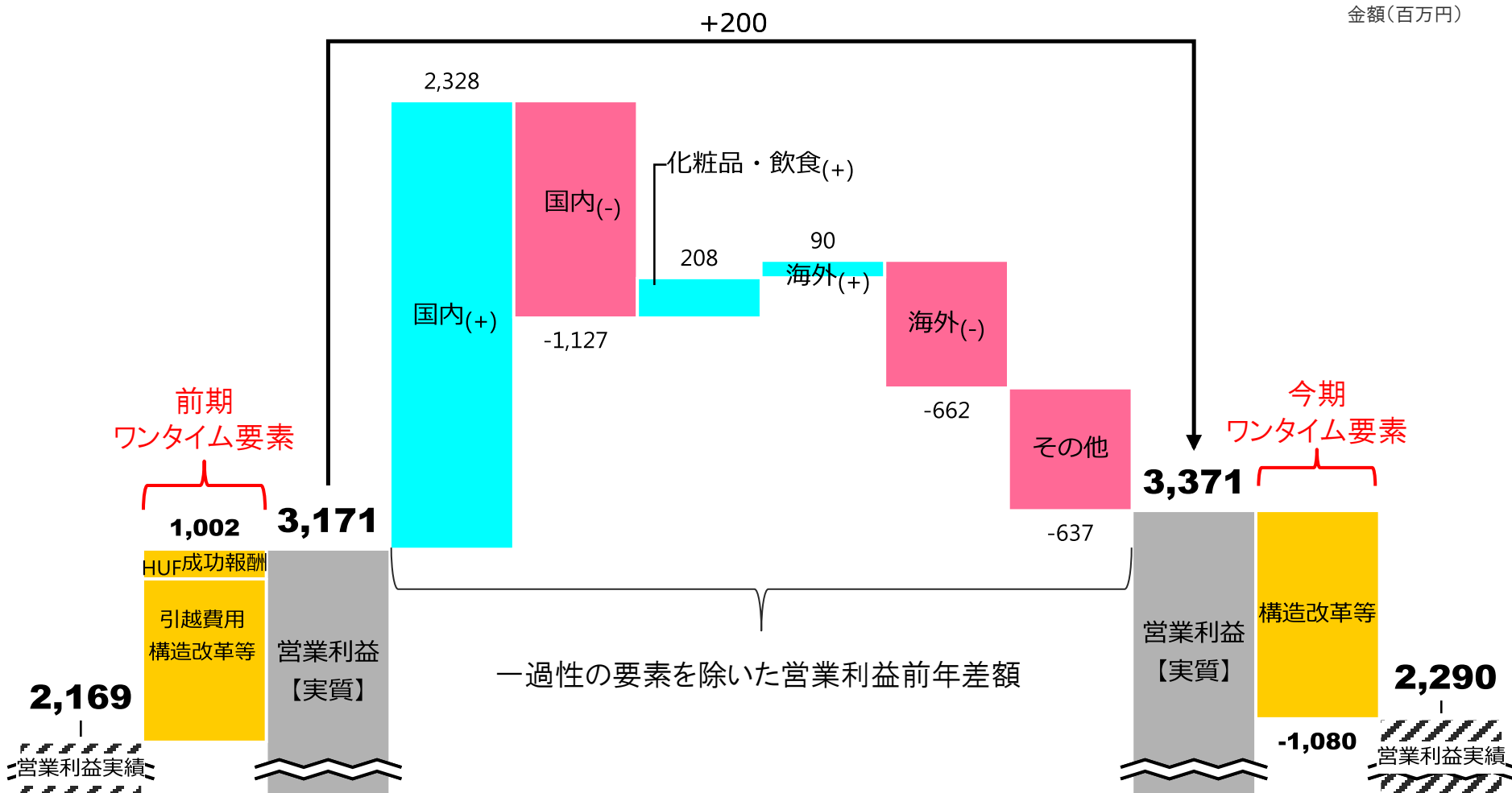
	2018.2期 通期			2019.2期 通期			前期比	前期比	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上総利益率 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上総利益率 (%)	売上高 (百万円)	売上高 (%)	売上総利益率 (pt)
1. nano・universe	26,030	16.7	50.7	28,349	17.2	47.1	+2,319	108.9	▲3.6pt
2. NATURAL BEAUTY BASIC	16,043	10.3	58.2	15,583	9.4	57.7	▲460	97.1	▲0.5pt
3. MARGARET HOWELL	14,258	9.2	58.5	14,361	8.7	58.4	+103	100.7	▲0.1pt
4. PEARLY GATES	11,838	7.6	50.3	12,173	7.4	51.0	+335	102.8	+0.7pt
5. ROSE BUD	7,531	4.8	45.1	6,869	4.2	43.7	▲662	91.2	▲1.4pt
6. STUSSY ※1	6,612	4.3	69.0	5,607	3.4	69.2	▲1,005	84.8	+0.2pt
7. HUF ※2	434	0.3	66.4	5,159	3.1	47.9	+4,725	1,186.1	▲18.5pt
8. HUMAN WOMAN	4,754	3.1	54.7	4,849	2.9	55.8	+95	102.0	+1.0pt
9. PROPORTION BODY DRESSING	4,541	2.9	55.7	4,449	2.7	55.2	▲92	98.0	▲0.5pt
10. JILL by JILLSTUART	4,331	2.8	62.6	4,342	2.6	61.0	+11	100.3	▲1.6pt
TOP10 計	96,377	62.0	54.7	101,746	61.7	53.2	+5,369	105.6	▲1.5pt
その他 計	53,586	34.5	53.3	61,326	37.2	52.4	+7,740	114.4	▲0.9pt
継続ブランド 計	149,964	96.5	54.2	163,072	98.8	52.9	+13,108	108.7	▲1.3pt
廃止ブランド 等	5,493	3.5	55.8	1,936	1.2	43.8	▲3,557	35.3	▲12.0pt
合計	155,457	100.0	54.2	165,009	100.0	52.8	+9,552	106.1	▲1.4pt

※1 前期は影響が軽微である事から「HUF」を含んでおりましたが、今期より海外の「HUF Holdings, LLC」が加わるため別々に集計しております。

※2 前期は国内のみ、今期は国内と海外の連結消去後の数値になります。

2019.2月期の振り返り-営業利益前期比較-

■ 前期ならびに今期のワンタイム要素を除いた同一基準比較での営業利益は 3,171M→3,371M と 200M の増益



前期総括

「トレンドが回復すれば復調する」は幻想。
今のうちにビジネスモデルを転換して行く必要がある。

セールを
余儀なくされる
ビジネスは限界

高ロイヤルティブランドは、
自分のペースでプロパー
販売ができた
(マーガレット・ハウエル/
アドーア/ヒューマンウーマン
/パーリーゲイツ等)

機能等での特徴が出せれば
プロパー販売できた
(ナノ・ユニバースの
西川ダウン等)

原価率の上昇は
プロパー消化率
向上に繋がる

素材・原価で妥協すると
プロパー消化が下がる
(ナチュラルビューティー/
ナチュラルビューティー
ベースシック等)

素材・原価率を
上昇させたブランドは
逆にプロパー消化率向上
(アドーア/ナノ・ユニバース等)

トレンド変化
には簡単に
勝てなかった

脱フェミニン・カジュアル化等の
トレンド変化(プロポーション
ボデイドレッシング/アプワイ
ザー・リッシュ/ナチュラルビュー
ティーベースシック等)

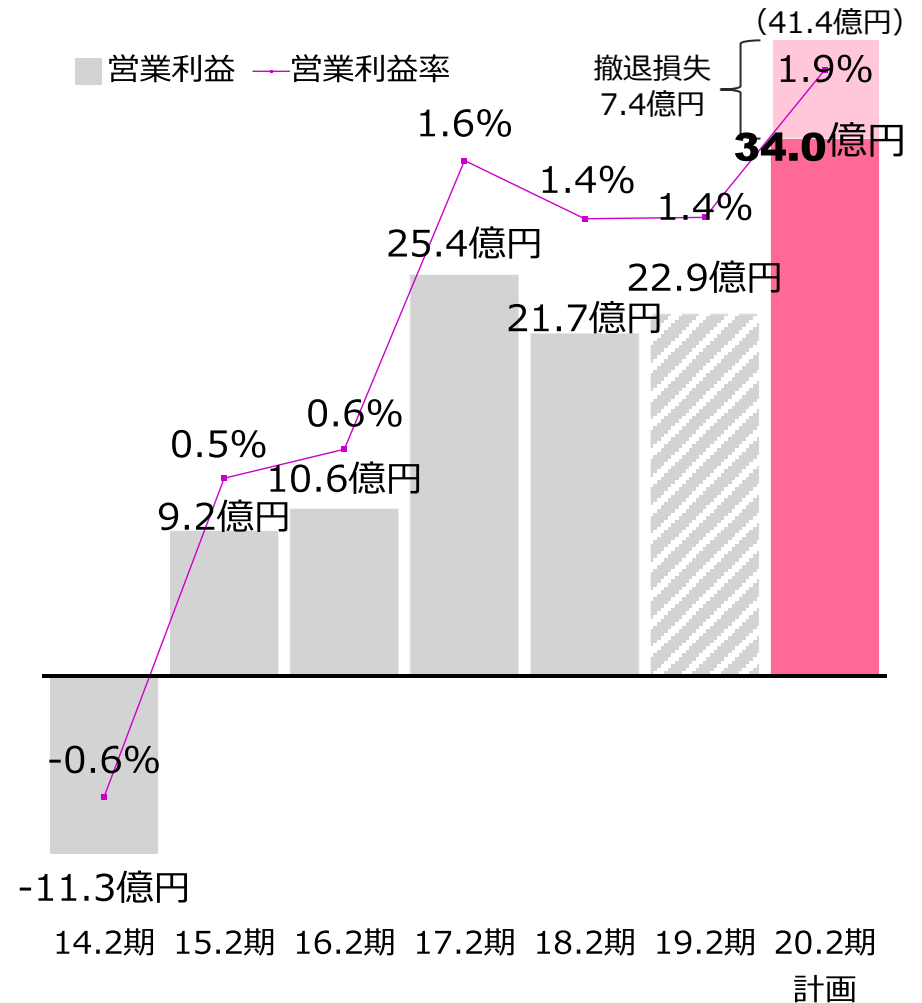
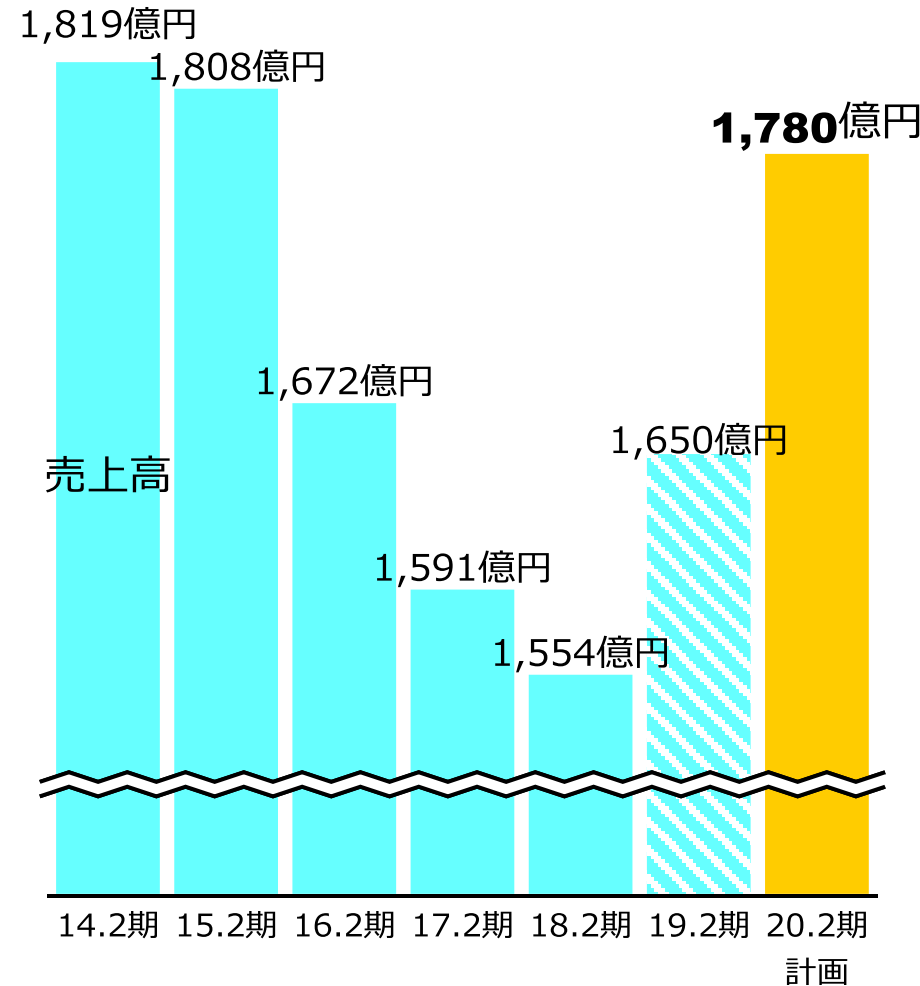
店頭が強い
ブランドは
高パフォーマンス

店頭が強い小売型
ブランドは、相対的に
パフォーマンスが良かった
(ナノ・ユニバース/上野商会
/アンディフィーテッド等)

Ⅱ 2020年2月期 計画



売上高1,780億円、営業利益34億円



2020年2月期損益計画

- 売上高1,780億円(前期比107.9%)、営業利益34億円(前期比148.4%)を計画

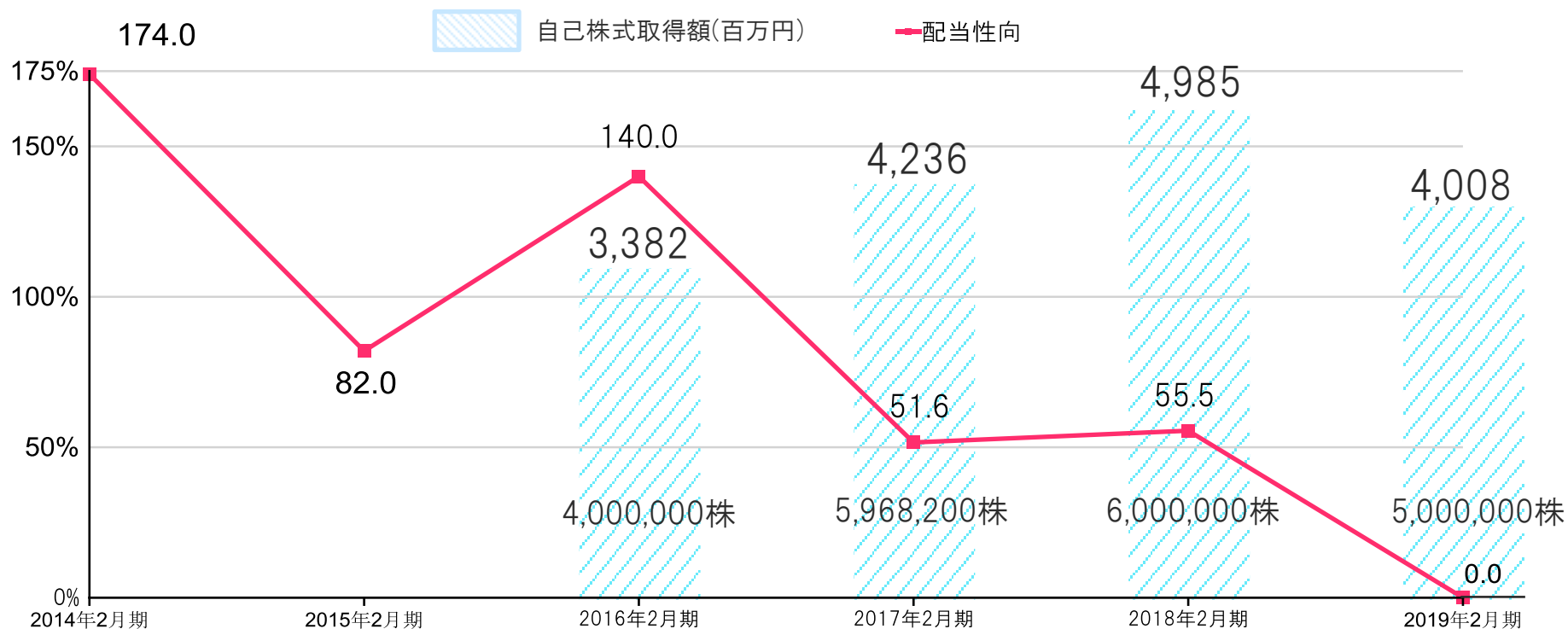
	上期			下期			通期		
	2019.2月期実績 (百万円)	2020.2月期計画 (百万円)	前期比 (%)	2019.2月期実績 (百万円)	2020.2月期計画 (百万円)	前期比 (%)	2019.2月期実績 (百万円)	2020.2月期計画 (百万円)	前期比 (%)
売上高	75,194	84,000	111.7	89,815	94,000	104.7	165,009	178,000	107.9
営業利益	-186	-600	—	2,477	4,000	161.5	2,290	3,400	148.4
経常利益	713	100	14.0	3,198	4,900	153.2	3,912	5,000	127.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	-362	2,300	—	158	1,700	1074.0	-204	4,000	—

Ⅲ 補足資料



株主還元方針

- ▶ 配当に関しては今後も安定配当を継続
- ▶ 自己株式の取得については継続して機動的に実施



▶ 前期の自己株式取得の実績

開示年月日	自己株数	取得総額(総額上限)	取得年月日
2018/4/13	2,000,000 株	1,693 百万円	4月16日～6月19日
2018/7/6	3,000,000 株	2,315 百万円	7月9日～10月2日
2019/4/10	2,000,000 株	2,000百万円	4月11日～7月11日

国内 既存店・全店売上高の推移

2018.2期 通期

全店: 97.2%

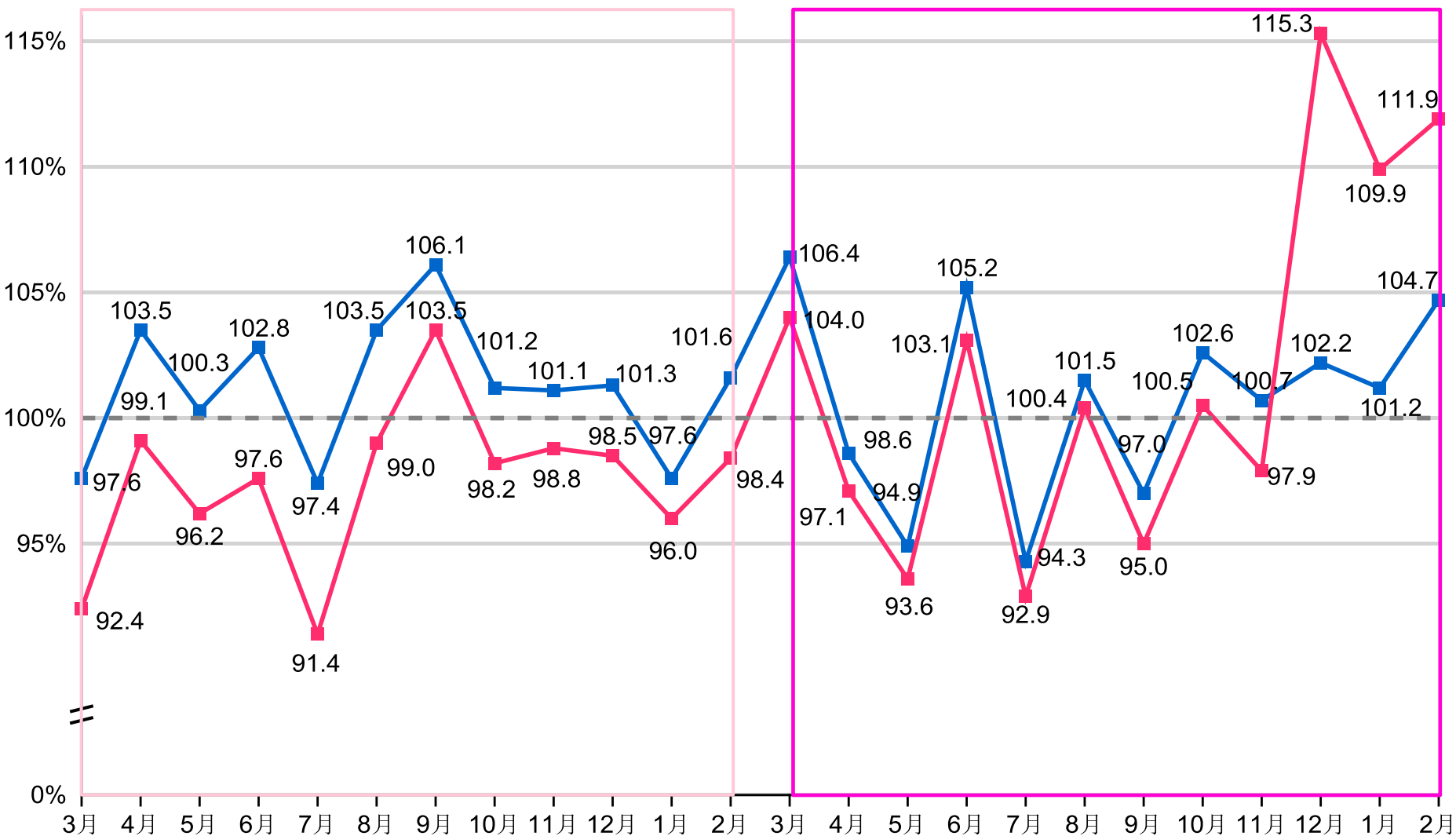
既存店: 100.8%

2019.2期 通期

全店: 101.8%

既存店: 100.6%

全店 既存店



販路別売上高

	2018.2期 通期		2019.2期 通期			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	前期比 (%)	構成比 (%)	構成比前期差 (pt)
百貨店	29,156	18.8	25,202	86.4	15.3	▲3.5pt
非百貨店 ^{※1}	76,581	49.3	80,203	104.7	48.6	▲0.7pt
EC(E-Commerce)	28,932	18.6	34,138	118.0	20.7	+2.1pt
海外	6,741	4.3	10,367	153.8	6.3	+1.9pt
その他 ^{※2}	14,045	9.0	15,097	107.5	9.1	+0.1pt
合計	155,457	100.0	165,009	106.1	100.0	-

※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

店舗数の状況

		2018.2期 期末	出店 ※2	退店	2019.2期 期末
国内	店舗数	1,052	+178	▲209	1,021
	前期末差	▲75			▲31
海外	店舗数	177	+24	▲58	143
	前期末差	▲5			▲34
合計	店舗数	1,229	+202	▲267	1,164
	前期末差	▲80			▲65

※1 2018.2期 期末の前期末差は、2018.2期 第3四半期末との比較

※2 株式会社上野商会の2019年2月期末の店舗数(国内90店舗、海外16店舗)を出店に含んでおります

留意事項

本資料に記載されている将来に関する記述は、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。