



TSI HOLDINGS



2021-016

2021年7月5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 下地 毅
(東証第一部 コード番号 3608)
問 合 せ 先 広報・IR室長 山田 耕平
T E L 03(6748)0002

2022年2月期 第1四半期 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、7月5日付で「2022年2月期 第1四半期 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 GROUP

2022年2月期 第1四半期 決算説明会

5th July, 2021

現在は、依然不透明な先行き

Covid-19の感染影響長期化の中で、緊急事態宣言、店舗閉鎖/時短など、経営成績に直結するリスクファクターが依然として存在。

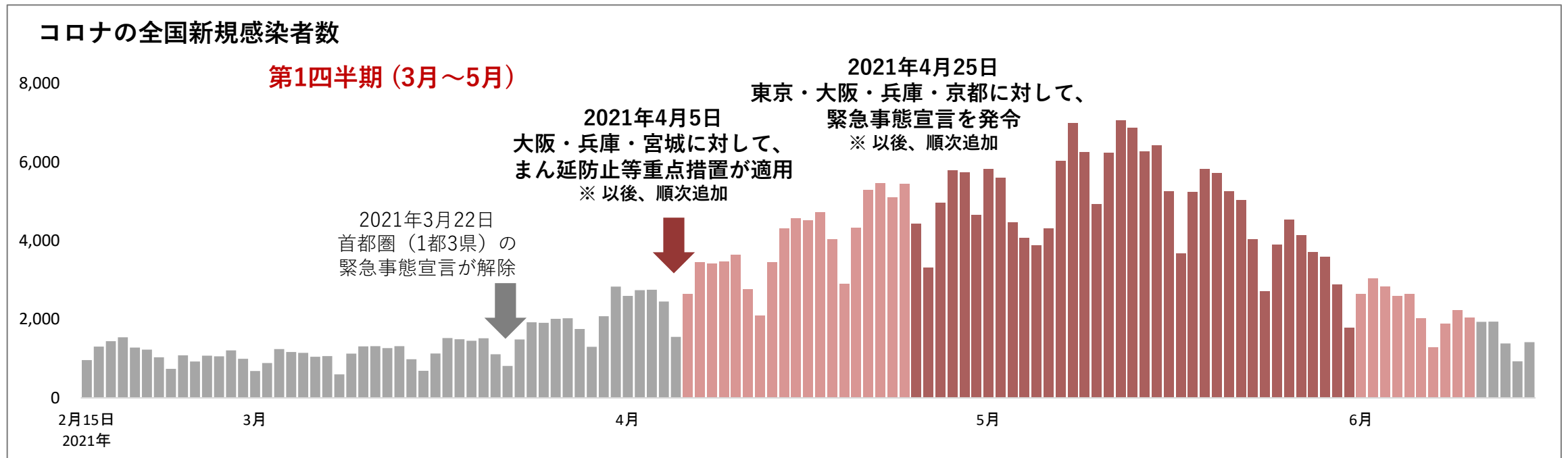
甘くはない市場回復の見通し

この後、ワクチン接種の開始を始め各種施策の効果が期待され、経済は今後確実に回復する。
但し、アパレル業界においては、その市場回復スピードは緩やかであり、当面は厳しい環境が継続する。

私たちのアプローチ

「既存経営手法による、待ちの姿勢」だけでは、更なる苦境に立たされる。
このことを念頭に、より強固な経営基盤創りと新たな事業チャレンジを継続して行く。

**3月業績は好調も、4月以降はコロナ感染影響拡大。
大都市圏を中心に本店する当社は、300を超える店舗（全体の約3割）が休業した上、
営業時間を短縮する店舗も多く、経営に大きな影響を受けた。**



4月25日 東京都・大阪府・兵庫県・京都府を対象とした緊急事態宣言 ⇒ 全国内アパレル店舗の約3割に相当する店舗が休業

5月12日 愛知県・福岡県を緊急事態宣言の対象に追加

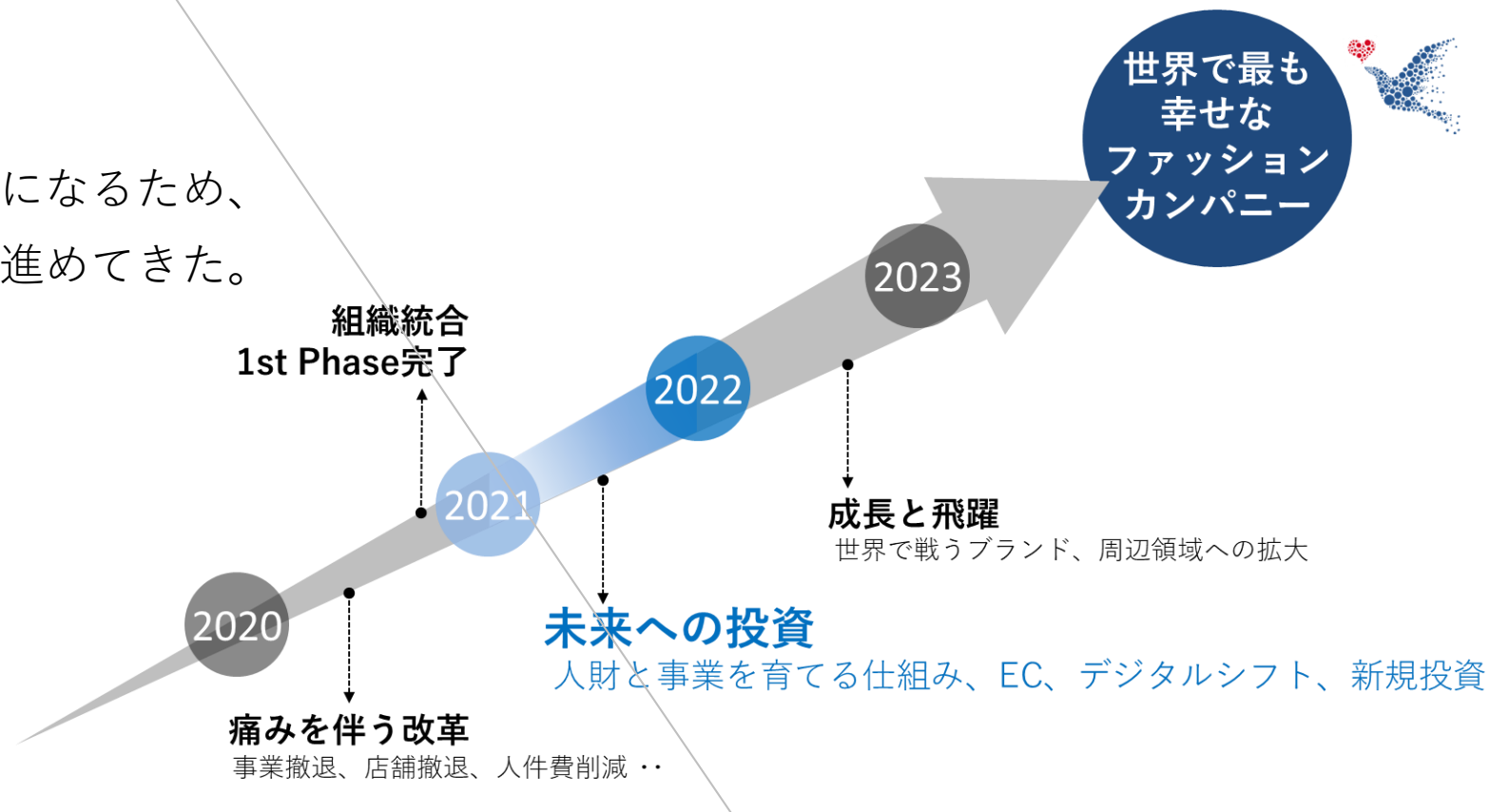
5月16日 北海道・岡山県・広島県を緊急事態宣言の対象に追加

5月23日 沖縄県を緊急事態宣言の対象に追加 ⇒ 平日：約1割、土日：約2割に相当する店舗が休業

今、私達は何をすべきか？ 私達はどこを目指すか？

ステークホルダー皆様の未来の幸福を高めるため、
新しい価値を生み出すため、
ここに留まることなくチャレンジを続けていく。

変化を続けていくため、
厳しい環境下でも利益を出せる企業体になるため、
第1四半期、丁寧かつ徹底的に改革を進めてきた。



※ TIP24 (TSI Innovation Program 2024) … 2021年2月期に発動した構造改革と未来戦略の社内プログラムの呼称



AGENDA

TSI HOLDINGS

- 1 2022年2月期 第1四半期決算概況
- 2 第1四半期 事業状況について
- 3 チャンネル別 事業概況について
- 4 環境課題に関する取組みについて
- 5 貸借対照表と今後の投資戦略について
- 6 通期予測について
- 7 補足資料



1

2022年2月期 第1四半期決算概況



厳しい市況下で、事業撤退、人件費・販管費削減を徹底。
 きめ細かなアクションの積み重ねで、
 売上高 前年同期比 **157.8%**、営業利益 **22.7億円**を達成。

売上高

342.1億円

前期比 157.8%
 前々期比 79.8%
 前期差 +125.3億円

営業利益

22.7億円

前々期比 118.8%
 前期利益差 +87.1億円

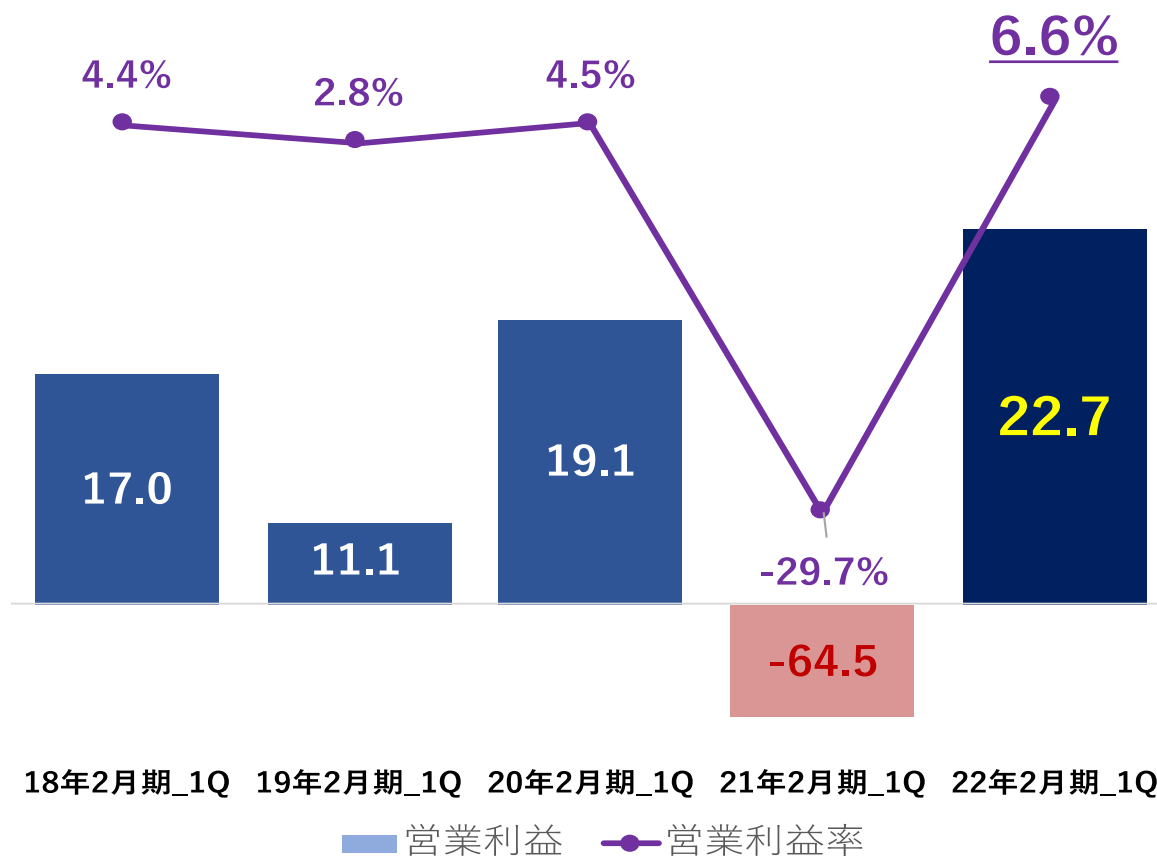
四半期純利益

24.3億円

前々期比 98.3%
 前期利益差 +128.8億円



構造改革による組織の効率化と、
経営コントロールの精緻化で収益改善。
第1四半期業績は直近5年間の最高益となった。



> 営業利益について

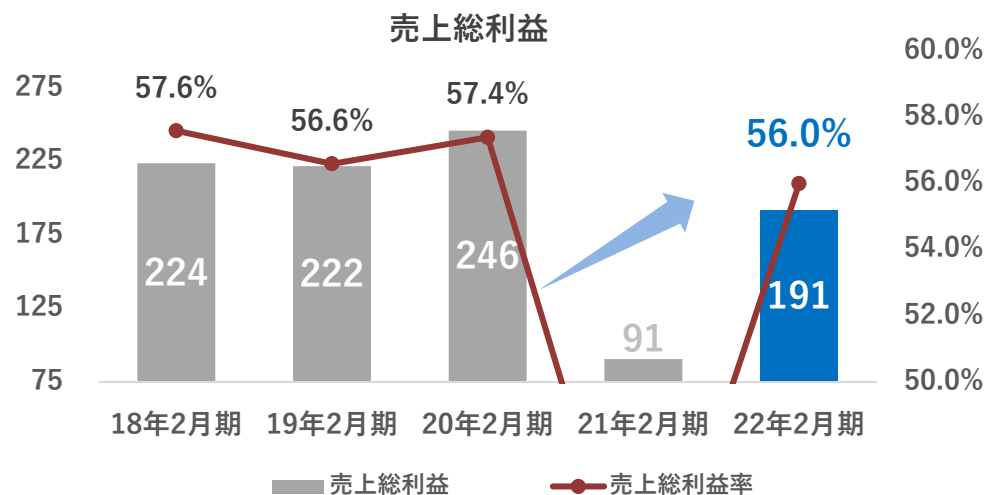
営業利益 **22.7億円** 利益率 **6.6%**

(予算 18億円 利益率 4.8%)

> 主要因

- ① ゴルフ・アスレジャー・ストリートなどの好調事業を更に拡大
- ② 適正値引による旧品販売により消化促進。
→歩留りを維持しつつ在庫を圧縮
- ③ 仕入抑制、販管費削減を実施

売上総利益
191.4億円
 前期比 211.4%
 前々期比 77.8%
 前期差 +100.8億円

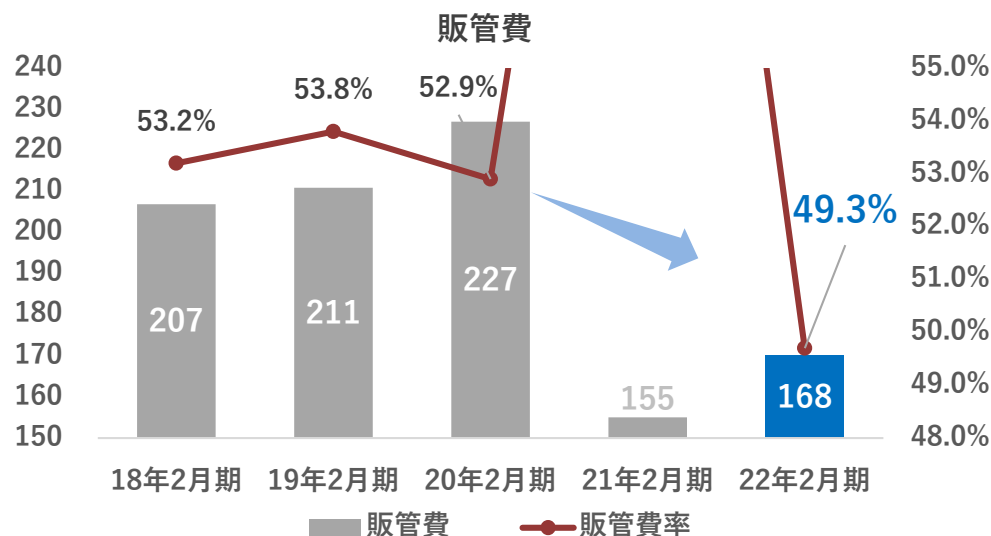


> 売上総利益

- 仕入は前期比82%程度に抑制
- 前期に販売機会を得られなかった商品をプロパーでの消化を促進
- 適正歩留り販売による在庫消化率向上

⇒ 昨年対比で**100億円**の利益改善

販管費
168.7億円
 前期比 108.8%
 前々期比 74.3%
 前期差 +13.6億円



> 販管費

- 構造改革による不採算事業撤退
- 固定費の削減、変動費の見直し
→ 費用削減の徹底
- 社員賞与の業績見合いでの削減

⇒ 一昨年対比で**59億円**改善

営業外収益は、為替差益・受取配当金・不動産収入等により 4.5億円。

特別損益は、有価証券売却益、事業売却益により 5.1億円。

コロナ影響による臨時休業損失 ▲5.9億円。 四半期 純利益 24.3億円 利益率 7.1%を計上

営業利益

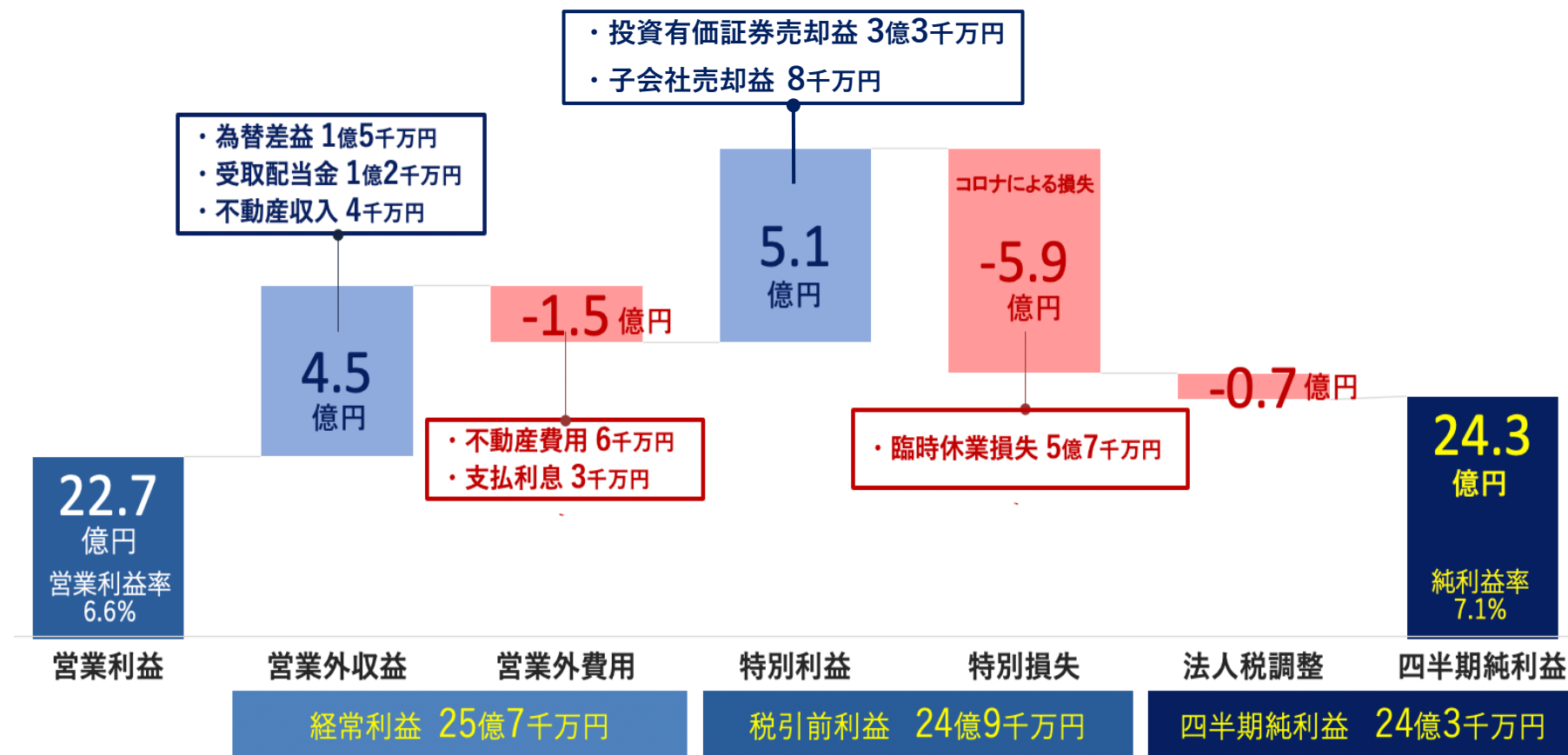
22.7億円

前々期比 118.8%
前期差 +87.1億円

四半期純利益

24.3億円

前々期比 98.3%
前期差 +128.8億円



2

第1四半期 事業状況について

PROPORTION

好調なゴルフ・アスレジャー・ストリートブランドが利益を牽引。
一方で、オケーション需要や都心出店中心の都市型ブランドは、
未だ厳しい環境下にある。



GOLF・STREET ATHLEISURE	実績	予算差
売上高	138.6億円	+14.5億円
営業利益	20.4億円	+14.1億円



OCCASION SELECT	実績	予算差
売上高	126.2億円	▲38.8億円
営業利益	▲3.6億円	▲10.8億円

全社利益は好調事業が収益の要となっている。

※ 一部主力事業を抜粋

個性が際立ち、顧客エンゲージメントの高いブランドが極めて好調。
3ブランドともに一昨年対比で売上を大きく成長させ、全社業績を牽引。

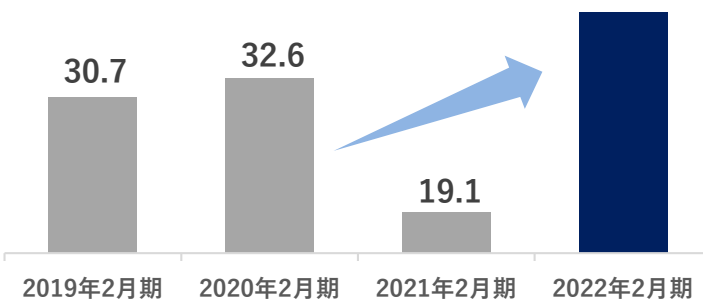
PEARLY GATES

ゴルフ市場の盛り上がりに合わせて定期的なコンテンツ発信と商品力で新客拡大。



第1四半期 売上高

39.2億円



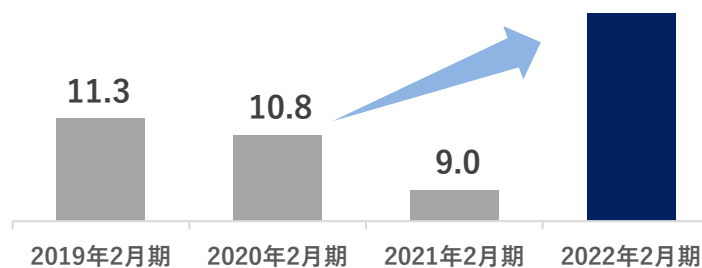
HUF

親和性の高いアーティストやゲームのキャラクターとコラボし、ジャンルを跨いだ経済圏を拡大。



第1四半期 売上高

14.9億円



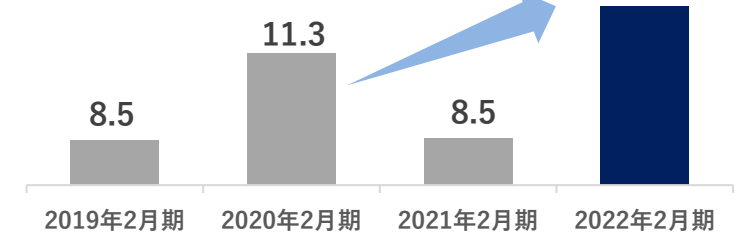
UNDEFEATED

NIKE社との協業やオリジナル商品でオンリーワンのブランドバリューを創出。



第1四半期 売上高

12.8億円



新たなブランドの創出、音楽、アート、カルチャーとの融合 立ち止まることなく、新たな顧客価値を発信。

MARGARET HOWELL



設立50周年、展示会開催

確固たるものづくりの50年の軌跡を振り返るエキシビション。
これまでほとんど公開されることのない豊富な資料がマーガレット・ハウエル自身のコメントとともに展示。

hueLe Museum



「飯島望未×ハラミちゃん」 初のTVCM放映

3月にオープンした「hueLe Museum」が初のTVCM。
世界的バレエダンサーの飯島望未さんとポップスピアニストのハラミちゃんによる異色コラボが話題に。

ROSE BUD



新ブランド【mag.by c】デビュー

新たなストアブランドをローンチ。
トレンドに囚われすぎずワードローブのお気に入りになれる様なアイテムを新たに展開。

3

チャンネル別 事業概況について



百貨店構成比9.6%、非百貨店(FB・路面)構成比41.8%と縮小の一方(一昨年対比)で、ECチャネル、非アパレルは堅調に推移。

海外事業は、米国・欧州売上が撤退分を補填し、再成長のフェーズに転換。

		2020年2月期 第1四半期実績	2021年2月期 第1四半期実績	2022年2月期 第1四半期実績	チャネル別成長	
					一昨年対比	昨年対比
国内小売	百貨店	60億2千万円 (構成比：14.0%)	17億5千万円 (構成比：8.1%)	33億0千万円 構成比：9.6%	54.8%	188.3%
	非百貨店※1	225億1千万円 (構成比：52.5%)	70億3千万円 (構成比：32.4%)	143億1千万円 構成比：41.8%	63.6%	203.3%
	EC	79億5千万円 (国内小売EC化率：21.8%)	91億8千万円 (国内小売EC化率：51.1%)	94億8千万円 国内小売EC化率：35.0%	119.3%	103.3%
国内その他※2	42億2千万円 (構成比：9.8%)	25億1千万円 (構成比：11.6%)	49億3千万円 構成比：14.4%	116.9%	196.6%	
海外※3	21億8千万円 (構成比：5.1%)	12億1千万円 (構成比：5.6%)	21億9千万円 構成比：6.4%	100.3%	181.2%	

※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 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、海外売上高に計上しています。

特に自社EC事業に注力し、売上一昨年対比 205.9%。
海外ECは、コロナ終息予測を受けて、米国「TACTICS」・欧州「Margaret Howell」が好調。第1四半期としては、初のEC売上 100億円超えを達成した。

	2020年2月期実績	2021年2月期実績	2022年2月期実績	前々期比	前期比
国内EC売上高 (EC化率)* ₁	79億5千万円 (21.8%)	91億8千万円 (51.1%)	94億8千万円 (35.0%)	119.3% (+13.2pt)	103.3% (▲16.1pt)
国内自社EC売上高 (EC売上構成比)	21億6千万円 (27.1%)	38億9千万円 (42.3%)	44億4千万円 (46.8%)	205.9% (+19.7pt)	114.3% (+4.5pt)
海外EC売上高 (EC化率)* ₂	1億1千万円 (5.1%)	1億9千万円 (16.0%)	8億6千万円 (39.4%)	769.6% (+34.3pt)	446.6% (+23.4pt)
EC売上高合計 (EC化率)* ₁	80億6千万円 (20.9%)	93億7千万円 (48.9%)	103億5千万円 (35.3%)	128.4% (+14.5pt)	110.4% (▲13.6pt)

※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、海外売上高に計上しています。

ショップスタッフのデジタル化による効果と進捗



June 22, 2021

INSTYLE

of MIX.Tokyo STAFF

ファッションと私の、気になる関係。

人気ブランドが集まる「MIX.Tokyo」には、
つい真似したくなるようなファッションセンスを
持ったスタッフがたくさんいます。
ファッションを軸に彼女たちの素顔に迫るこの企画。
リニューアルして生まれ変わった「MIX.Tokyo」を代表する、
各ブランドの人気スタッフをご紹介します。

STAFF FEATURE #03

JILLSTUART / 新宿ルミネ店

HEIGHT_163cm

INSTAGRAM ▶

スタッフコーディネートコンテンツの強化

会いたいスタッフにいつでも会える

前四半期期間に対し投稿数311%とコンテンツを
拡充し今後の販売基盤を強化。

オンライン接客の拡大

いつでもどこからでもご相談

オンライン接客を経由したお客
様のCVRはEC通常と比較して約
30倍以上。ブランドによっては、
自社EC売上の15%を占める。



ナノユニバース流 DXの取り組み

デジタルを活用した実店舗の進化

力量をスコア化し、販売スタッフを活性化



店舗スタッフの販売偏差値をスコア化。本部スタッフがスコアチェック、指導を行い成長を後押し。店舗スタッフの行動変容を起こす。

EC起点での店舗送客、エンゲージメント強化



EC上で店舗での試着を予約するサービス。試着予約サービスを申し込み、実際に店舗で接客受けた顧客は55%。そのうち、試着後に購入した顧客は80%に達した。



4

環境課題に関する取組みについて



FLOAL

ファッション×テクノロジーによる課題解決

環境にも顧客にもメリットを与える商品開発



デジタルを活用したエシカルな提案

「FLOML」は石垣島の島藍農園とコラボレートして、天然の植物染料染めを提案。数年後に染め替えることを前提に商品ユースサイクルをデザイン。販売時に3Dデータ画像を用いることで、サンプル製作等の工程を極小化。販売手法もエコにこだわった。



CLO 3Dデータによる受注



地球温暖化抑制へのチャレンジ

「SONY」と「PEARLY GATES」がコラボウェアラブルサーモデバイス「REON POCKET2」対応の専用ウェアを7月1日より発売。テレワークで出勤が減っても変化のない空調エネルギーの無駄を省き、温暖化の抑制につなげていく。



作り手の責任 捨てられるものを、生まれ変わらせる 未来の地球環境の為に良い選択を！



廃棄食材をファッションに再活用

「human woman」は、食事を作るときに出る野菜の端材など、捨てられていくものを天然の染料にした FOOD TEXTILEを活用。



環境問題への取組、土壌・水質の改善

「NATURAL BEAUTY BASIC」は綿100%アイテムをオーガニックコットンへ変更。28品番、カットソーアイテムの30%を切替。



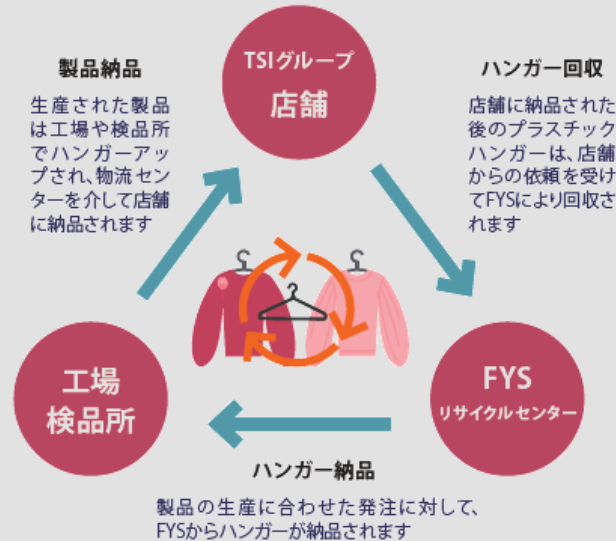
サプライチェーン全体でCO2削減を目指す

TSIサステナブルプロジェクトチーム組成により
事業を支える内部環境の改善にも全力で取り組む



プラスチックの削減 ハンガーのリユース

納品用ハンガー：廃棄500万本⇒ゼロに向けて



環境省「産業廃棄物処理」の広域認定を取得しているFYS社のハンガーに統一。
全国店舗から回収分別後、クリーニングしてリユース。

資材合理化によるCO2削減

配送段ボールの型数：33型⇒15型へ



商品納品時に使用する段ボールをTSIグループ統一仕様に変更し、コーポレートブランディングを強化。
同時に、使用品番を集約することによる、生産時の環境負荷低減を実現。



5

貸借対照表と今後の投資戦略について



TSI HOLDINGS

2021 Early Spring Collection

:Tropical Vibes

Based on the season's concept of "tropical vibes", these styles are inspired by the jungle and latin culture. Giving more strong in golf apparel, for all the players who "swing everyday".

Swing everyday

Jack Bunny!!

引続き財務体質は健全な状態を維持。
DXインフラ・新規事業開発に向けた投資を活性化させ、
資金の有効活用を図る。

	2021.2期 第1四半期累計		2021.2期 通期累計		2022.2期 第1四半期累計					
	実績 (百万円)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	前期差 (百万円)	前期比 (%)	前回差 (百万円)	前回比 (%)
流動資産	67,865	43.2%	82,714	53.0%	76,430	51.1%	8,565	112.6%	▲6,284	92.4%
うち現金及び預金	25,681	16.3%	49,871	32.0%	42,817	28.6%	17,136	166.7%	▲7,054	85.9%
うち棚卸資産	27,159	17.3%	18,400	11.8%	18,793	12.6%	▲8,366	69.2%	393	102.1%
固定資産	89,278	56.8%	73,373	47.0%	73,164	48.9%	▲16,114	82.0%	▲209	99.7%
うち投資有価証券	25,724	16.4%	28,873	18.5%	29,440	19.7%	3,716	114.4%	567	102.0%
うち投資不動産	16,587	10.6%	4,980	3.2%	4,974	3.3%	▲11,613	30.0%	▲6	99.9%
資産合計	157,143	100.0%	156,088	100.0%	149,594	100.0%	▲7,549	95.2%	▲6,493	95.8%
流動負債	46,223	29.4%	35,970	23.0%	28,357	19.0%	▲17,866	61.3%	▲7,613	78.8%
うち短期借入金	14,595	9.3%	152	0.1%	153	0.1%	▲14,442	1.0%	1	100.5%
うち1年内返済予定の長期借入金	8,878	5.6%	8,915	5.7%	8,699	5.8%	▲179	98.0%	▲216	97.6%
固定負債	29,577	18.8%	22,688	14.5%	20,890	14.0%	▲8,687	70.6%	▲1,798	92.1%
うち長期借入金	23,046	14.7%	16,082	10.3%	14,390	9.6%	▲8,656	62.4%	▲1,692	89.5%
負債合計	75,799	48.2%	58,658	37.6%	49,246	32.9%	▲26,553	65.0%	▲9,411	84.0%
純資産	81,344	51.8%	97,430	62.4%	100,348	67.1%	19,004	123.4%	2,918	103.0%
負債純資産合計	157,143	100.0%	156,088	100.0%	149,594	100.0%	▲7,549	95.2%	▲6,493	95.8%

> 現預金

- コロナ禍の手元資金適正水準の300～350億円は問題なく確保。
- 市場成長性を見極めつつ投資実行へ。

※ 現預金の減少額については、法人税20億円の支払いや長期借入金17億円の返済等によるもの。

> 棚卸資産

- 旧品消化を優先させた仕入抑制で、在庫を大幅圧縮
- 在庫は前期比69.2%、83億円改善。

> 借入金

- 短期借入枠 150億円は空枠として維持。

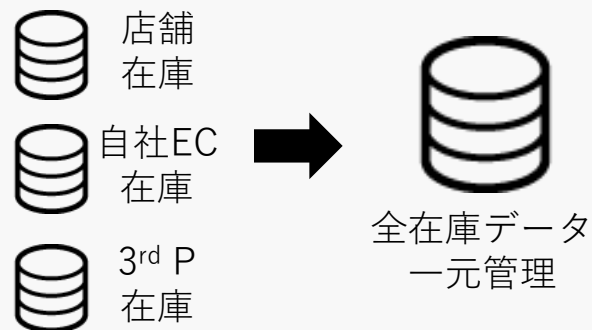
> 自己資本比率

- 自己資本比率 67%

デジタル投資によってSCMとCRMを強化。 非連続市場に対応できる収益力を高める。

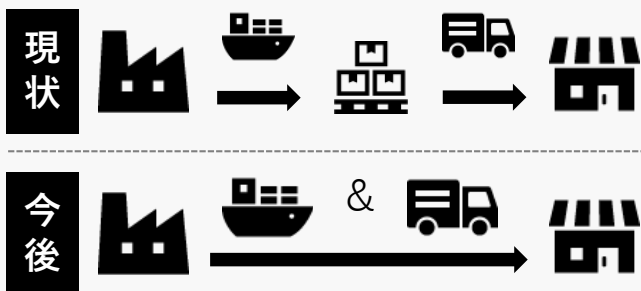
在庫一元化

これまでチャンネル別に分かれていた在庫データの一元化に向けシステム改修に着手。在庫管理を一元化することで販売機会ロスを削減。



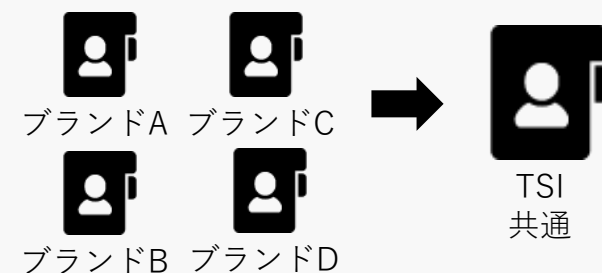
店舗直送

在庫の一元化に合わせて物流の考え方も刷新。生産拠点から店舗に直送できるシステムを構築して、物流費を低減。



CRM統合

CRMの統合にも着手。グループでのスケールを生かした会員獲得・顧客エンゲージメント拡大戦略で、LTVを向上させる。



グローバル戦略の再考

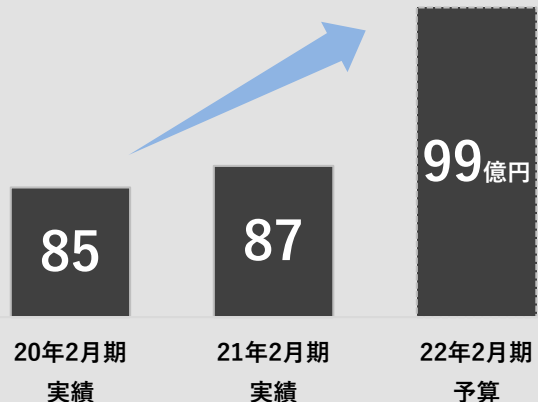
グローバルで通用する戦略に上書きし、再度チャレンジして行く。

世界的Covid-19の影響で
グローバル化に急ブレーキがかかった。

一部海外においては、アフターコロナの
ムードも垣間見えており、
再度、グローバル戦略の見直しをはかる。

海外売上高

直近3年間の売上はM&A効果により順調に成長



※ 予算動向については順調に推移



USA

- 「HUF」アメリカの立て直し
- 「TACTICS」を活用した米国EC拡大
- ゴルフセグメントのハワイ進出と本土のホールセールス拡大

UK & EU

- 「MARGARET HOWELL」の再成長
- 「and Wander」の欧州卸&越境EC拡大

CHINA

- 東之上の機能変更(EC/調達)
- 「AVIREX」、「Arpege」上海の戦略見直し
- 「HUF」CHINAの進出、
「TACTICS」のビジネスモデル適用検討
- 「Urth-Café」のASIA展開検討、
「Laline」のCHINA展開検討

ASEAN

- TSI-ASIA撤退、戦略の再検討

KOREA

- 「MARGARET HOWELL」(MHL)の事業拡大

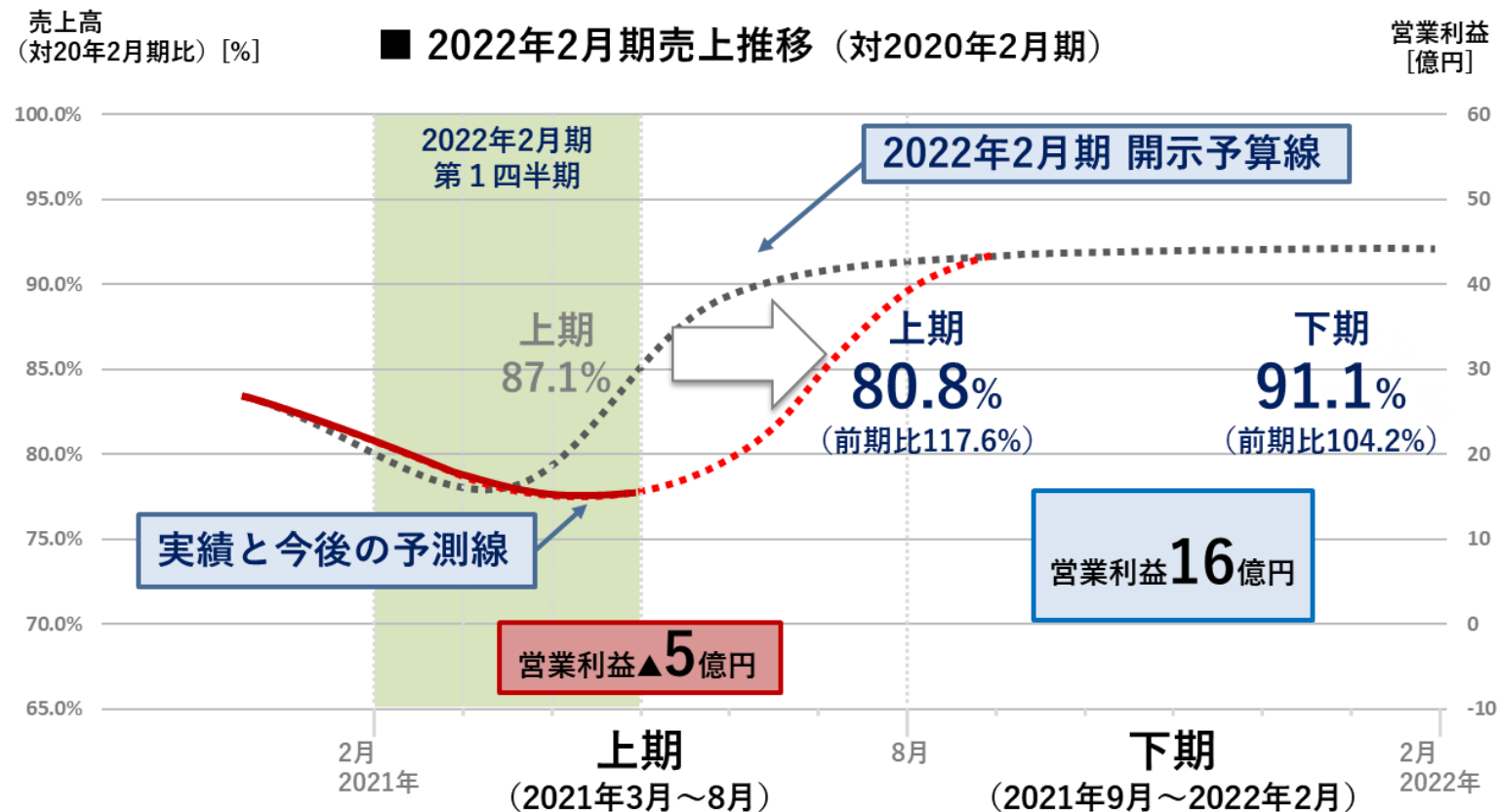


6

通期予測について



緊急事態宣言長期化の影響により、計画よりも売上回復が鈍く、
 上期売上見込は前々期比 87.1%から80.8%に下振れ。
 しかし、売上総利益率良化、販管費抑制により、第1四半期は良いスタートをきれた。そのため、上期営業利益は開示予算通りの達成を見込む。



通期売上予算
 (前々期比)

89.6%

通期売上見込
 (前々期比)

86.6%

(前期比：109.8%)

通期営業利益予算

11億円

第2四半期は、セールシーズンと端境期が中心となるため、利益を吐き出す時期となるのが従来からの傾向。利益が取れるビジネスモデルへの完全移行を断行して行くが、時間を要する。第1四半期と同様に丁寧な経営を行い上期営業利益予算 ▲5億円 達成を見込む。

	1Q 予算	1Q 実績	上期予算
売上高	376億0千万円	342億1千万円	713億0千万円
売上総利益	210億0千万円 (構成比：55.9%)	191億4千万円 (構成比：56.0%)	380億0千万円 (構成比：53.3%)
販管費	192億0千万円 (構成比：51.1%)	168億7千万円 (構成比：49.3%)	385億0千万円 (構成比：54.0%)
営業利益	18億0千万円 (利益率：4.8%)	22億7千万円 (利益率：6.6%)	▲5億0千万円 (利益率：-%)



引き続き精緻な経営コントロールによって、
事業の健全性を高めて行くとともに、

サプライチェーン改革、
デジタル店舗開発、新たなサービス、
新たなコンテンツ開発等によって、
ビジネスの先進化を実現して行く。

この市場に留まることなく、新たな事業創出に向け活動を開始する



世界で最も幸せな ファッションカンパニーを 目指します。

株主、顧客・社会・そして社員の
幸せを創造する企業になる。





7

補足資料



第1四半期概況

	2021.2期 第1四半期累計		2022.2期 第1四半期累計			
	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	21,682	100.0	34,215	100.0	12,532	157.8
売上総利益	9,058	41.8	19,145	56.0	10,087	211.4
販管費	15,504	71.5	16,872	49.3	1,368	108.8
販管費（のれん償却費・減価償却費除）	14,545	67.1	15,950	46.6	1,404	109.7
のれん償却費	192	0.9	194	0.6	2	101.3
減価償却費	766	3.5	727	2.1	▲38	94.9
営業利益	▲6,445	-29.7	2,273	6.6	8,718	-
経常利益	▲6,094	-28.1	2,578	7.5	8,672	-
特別利益	67	0.3	514	1.5	447	761.6
特別損失	3,320	15.3	597	1.7	▲2,722	18.0
税金等調整前四半期純利益	▲9,346	-43.1	2,495	7.3	11,842	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲10,454	-48.2	2,431	7.1	12,885	-
EBITDA ※	▲5,486	-25.3	3,195	9.3	8,682	-

販路別の売上高

	2021.2期 第1四半期累計		2022.2期 第1四半期累計			
	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	1,752	8.1	3,299	188.3	9.6	+1.6pt
非百貨店 ^{※1}	7,033	32.4	14,311	203.5	41.8	+9.4pt
自社サイト	3,886	17.9	4,442	114.3	13.0	▲4.9pt
その他	5,295	24.4	5,042	95.2	14.7	▲9.7pt
EC(E-Commerce)	9,181	42.3	9,484	103.3	27.7	▲14.6pt
その他 ^{※2}	2,508	11.6	4,931	196.6	14.4	+2.8pt
国内合計	20,474	94.4	32,027	156.4	93.6	▲0.8pt
EC(E-Commerce)	193	0.9	862	446.4	2.5	+1.6pt
海外合計 ^{※3}	1,207	5.6	2,187	181.2	6.4	+0.8pt
EC(E-Commerce)	9,374	43.2	10,347	110.4	30.2	▲13.0pt
総合計	21,682	100.0	34,215	157.8	100.0	-

※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、アウトレット等

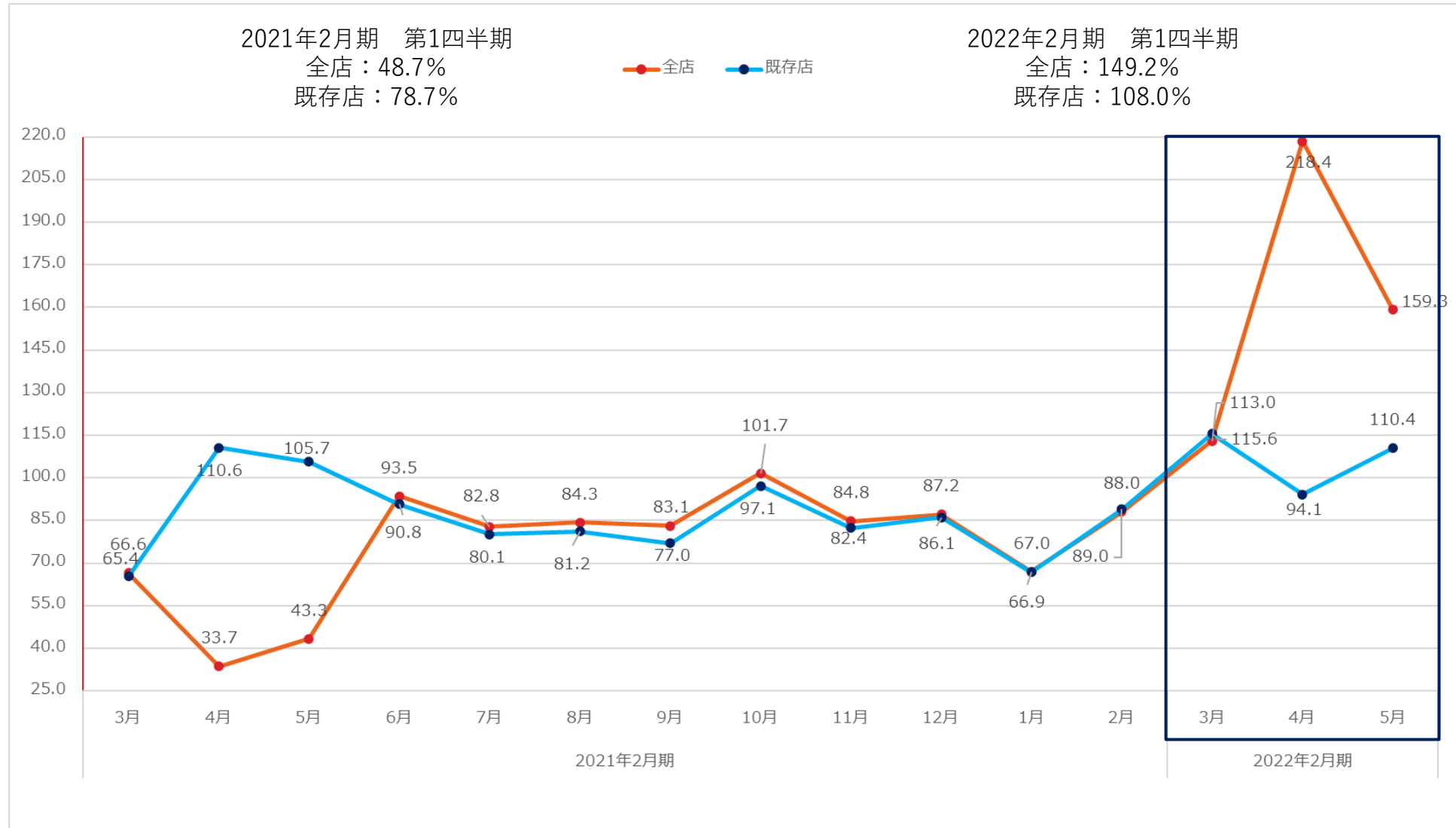
※2 その他：卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業

※3 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、海外売上高に計上しています。

ブランド別の売上高

	2021.2期 第1四半期累計			2022.2期 第1四半期累計			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. nano・universe	3,188	14.7	40.6	3,945	11.5	54.7	123.8	+14.1pt
2. PEARLY GATES	1,911	8.8	40.5	3,920	11.5	62.4	205.2	+21.9pt
3. NATURAL BEAUTY BASIC	2,031	9.4	34.0	2,777	8.1	63.3	136.7	+29.2pt
4. MARGARET HOWELL	1,269	5.9	53.4	2,590	7.6	65.8	204.0	+12.4pt
5. HUF	901	4.2	43.6	1,485	4.3	48.1	164.7	+4.5pt
6. AVIREX	892	4.1	56.3	1,302	3.8	62.7	146.0	+6.4pt
7. UNDEFEATED	854	3.9	37.9	1,283	3.7	42.9	150.2	+5.1pt
8. STUSSY	707	3.3	60.3	997	2.9	68.4	140.9	+8.1pt
9. PROPORTION BODY DRESSING	680	3.1	50.7	860	2.5	64.0	126.5	+13.3pt
10. ROSE BUD	627	2.9	39.4	826	2.4	48.3	131.7	+8.9pt
TOP10 計	13,064	60.3	43.5	19,989	58.4	58.9	153.0	+15.4pt
その他 計	7,911	36.5	40.5	14,196	41.5	52.1	179.4	+11.6pt
継続ブランド 計	20,976	96.7	42.4	34,186	99.9	55.9	163.0	+13.5pt
廃止ブランド等	705	3.3	24.5	28	0.1	133.6	4.1	+109.1pt
合計	21,682	100.0	41.8	34,215	100.0	56.0	157.8	+14.2pt

国内 既存店・全店 売上高の推移



店舗数の状況

		2021.2期 第1四半期	2021.2期 期末			2022.2期 第1四半期	前年同期差	前期末差
				出店	退店			
ア パ レ ル	国内	1,000	872	+13	▲13	872	▲128	0
	海外	73	52	-	▲3	49	▲24	▲3
	合計	1,073	924	+13	▲16	921	▲152	▲3
飲 食	国内	9	9	-	-	9	0	0
コ ス メ	国内	27	33	+4	▲5	32	5	▲1
総計		1,109	966	+17	▲21	962	▲147	▲4

上期・下期 損益計画

	上期 計画	下期 計画	通期 計画
売上高	713億0千万円 (前期比：126.7%)	811億0千万円 (前期比：104.2%)	1,524億0千万円 (前期比：113.7%)
販管費	385億0千万円 (構成比：54.0%)	414億0千万円 (構成比：51.0%)	799億0千万円 (構成比：52.4%)
営業利益	▲5億0千万円 (利益率：-%)	16億0千万円 (利益率：2.0%)	11億0千万円 (利益率：0.7%)
当期純利益	1億7千万円 (利益率：0.2%)	14億9千万円 (利益率：1.8%)	16億6千万円 (利益率：1.1%)



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。