

ブリッジサロン会場 質疑応答 ライブ視聴者・会場参加者からの質問

2024年10月26日開催（3608）TSIホールディングス

お時間によりお答えいただけなかったご質問へのご回答

店舗売上とEC売上の比率を教えてください。

- 直近上期における販路別売上は、百貨店・ファッションビルなどのリアル店舗が約5割、EC売上が約3割、国内における卸売上と海外売上がそれぞれ1割ずつとなっております。

ブランド数はまだ増やすのですか？

それとも集約化を進め利益率の高いブランドに集約されるのですか。

- 構造改革の一環として、当社は成長性と収益性の観点からポートフォリオを見直し、ブランドを分類しました。既存ブランドの中で「再生見極めブランド」に位置付けられたもののうち、収益改善が難しいと判断したブランドについては撤退を決定し、成長性や利益率が高いブランドにリソースと投資を集約していきます。
- また、既存ブランドを活用したサブブランドの立ち上げや、M&Aなどを通じて新たな市場セグメントへの進出を図り、将来的な売上成長を目指します。
- そのため、ブランド数としては集約と並行して入れ替えを加速させる考え方です。

特に注力していく年齢層、ブランドなどはありますか？

- 当社は、幅広い年齢層に支持される個性的なブランドを多く抱えているため、ターゲット層も非常に多岐にわたります。そのため、年齢で区切るよりも、当社ブランドの個性を支持してくださるお客様にさらなるブランド価値の向上を訴求していく方針です。
- ブランドとしては、規模の大小にかかわらず、成長期待と位置づけたブランド群に、積極的に経営資源を投入して成長ポテンシャルを高めていく計画です。例えば海外への進出余地の高い「アンドワンダー」や、直近で著しい成長を見せる「ル フィル」などは、POPUPや新規出店により、さらなる規模拡大を図っています。

各ブランドの利益率には大きな差は無いのでしょうか？

利益率の差はどの位あるのでしょうか？

- 当社のブランドでは、自社で企画・生産から販売までを行うブランド、ライセンス権を与えられて営業しているブランド、また他社から仕入れた製品を中心に販売するセレクトブランドがございます。

- 自社で企画から販売を行うブランドは、原価や販売価格を自社でコントロールできるため利益率が比較的高く、一方で他社から仕入れる商品については、その範囲が限定されるため、利益率は相対的に低くなる傾向があります。
- 個別ブランドの利益は公表しておりませんので、数値は差し控えさせていただきます。

25年2月期～27年2月期にかけて利益率がかなり上昇してますがその要因は何ですか。

- 当社では収益構造改革の一環として、利益率向上に向けたさまざまな効率化施策を実施しております。具体的には、「仕入先の集約による仕入原価の低減」や「販売価格の適正化」により、粗利を改善します。また、「販管コストの効率化」や「店舗改革による店舗人件費率の適正化」に加え、「ECサイト統合によるオペレーションの共通化」を通じて運営コストを大幅に削減します。これらの施策により、25年2月期から27年2月期にかけて着実に収益性を向上させる見込みです。

人材の確保はどのようにされていますか？

- 新卒採用やアルバイト採用といった従来の採用手法に加え、ヘッドハンティングやダイレクトリクルーティングなどを通じて、幅広く優秀人材の採用に努めております。

オリンピックやスポーツに協力、CM等は考えていませんか。

- 当社はこれまで、スケートボードの国際大会「X Games」への協賛、「ジャックバニー ジュニアゴルフツアー」の主催など、当社のブランド価値に合致するスポーツイベントへの参画を行ってまいりました。
- また、昨年は当社が掲げる企業理念を込めたコーポレートPRとして、プロゴルファーの上田桃子選手と原英莉花選手を起用したTVCMを放映しました。
- 今後もブランドイメージや市場戦略に合致するものがあれば前向きに検討してまいります。

アパレルで潰れる会社と伸びる会社の違いを教えてください。

- 顧客ニーズやトレンドへの対応力は特に重要であり、当社のように直営店舗を持つビジネスにおいては、店頭の声をいかに商品づくりにフィードバックできるかがキーだと考えております。
- また、それと並んでブランド価値の向上です。ブランドがお客様に提供する付加価値とは何なのかを常に考え続け、アップデートし続けることと、併せて適正な在庫コントロールを行うことが重要です。

PBR1 倍までどの位の期間がかかるか教えてください。

- PBR や ROE への対策として、今回の中期経営計画を策定しました。
最終年度までに PBR1倍以上を目指す収益性や財務・資本政策を遂行する予定です。
- ただし、市場の評価は一定期間前倒して織り込むことが予想されますので、まずは今期の計画をしっかりと達成することと、2期目にあたる来期の計画水準・達成可能性をしっかりと市場の皆さまにお示しすることで、早期の PBR1倍達成を目指してまいります。

2025 年 2 月期予想当期純利益が 40 億円ですが、株式を売却しましたか。

- 2025 年 2 月期予想の営業利益が 20 億円に対し、当期純利益が 40 億円となっているのは、非事業資産の売却益を想定しています。
- 売却するタイミングにつきましては、随時交渉を進めており、市場を見極めながら随時縮減を図っていきます。