
 下地 毅 社長 CEO	株式会社 TSI ホールディングス(3608)
	 TSI HOLDINGS GROUP

企業情報

市場	東証プライム市場
業種	繊維製品(製造業)
代表取締役社長	下地 毅
所在地	東京都港区赤坂 8-5-27
決算月	2 月
HP	https://www.tsi-holdings.com/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
1,195 円	63,438,793 株		75,809 百万円	3.7%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
70.00 円	5.9%	132.17 円	9.0 倍	1,704.79 円	0.7 倍

*株価は 5/12 終値。26 年 2 月期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
23 年 2 月	154,456	2,329	3,859	3,063	35.21	10.00
24 年 2 月	155,383	1,760	3,758	4,849	59.97	15.00
25 年 2 月	156,606	1,636	2,076	15,230	210.02	65.00
26 年 2 月	167,085	4,325	5,440	3,793	60.48	40.00
27 年 2 月(予)	200,000	7,500	7,200	7,700	132.17	70.00

*単位:百万円、円。予想は会社側予想。

株式会社 TSI ホールディングスの 26 年 2 月期決算概要、27 年 2 月期業績予想などをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2026年2月期決算概要](#)
 - [3. 2027年2月期業績予想](#)
 - [4. 中期経営計画「TSI Innovation Program 2027」における構造改革の進捗](#)
 - [5. 下地社長に聞く](#)
 - [6. 今後の注目点](#)
- [<参考:コーポレートガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 26年2月期は増収で、構造改革効果が発現し大幅増益となった。売上高は前期比6.7%増の1,670億円。既存事業は苦戦したものの、株式会社デイトナ・インターナショナル及び株式会社ウォーターフロントの連結寄与により増収。営業利益は同164.4%増の43億円。売上総利益も同8.9%増加し、プライシングと仕入原価低減効果のほか、過年度在庫処分が一巡し、在庫評価損引当が減少したため、売上総利益率は同1.1ポイント改善。販管費も同5.8%増加したが、構造改革効果の発現で物流費や広告販促費など改革対象費目の効率が改善した結果、大幅な増益となった。既存主力ブランドの苦戦により売上高・営業利益とも予想を下回った。
- 2027年2月期も増収、大幅増益を見込んでいる。売上高は前期比19.7%増の2,000億円の予想。既存事業の成長に加え、M&Aしたデイトナ・インターナショナル、ウォーターフロントが通期で貢献する。営業利益は同73.4%増の75億円の計画。増収効果に加え、今期も構造改革効果が発現する。配当は基本配当55.00円/株に特別配当15.00円/株を加えた70.00円/株を予定。予想配当性向は基本配当で41.6%、配当合計で53.0%。TIP27で当初目標としたDOE4%を達成する見込み。
- 構造改革の進展により、中期経営計画TIP27最終年度(27年2月期)の目標として設定した指標に対し、売上高、純利益、ROE、DOEについては達成の見込みだが、既存事業が売上目標に対して約100億円程度下振れしており、現時点では十分な水準までの回復を見込めないため営業利益目標を100億円から75億円に下方修正した。
- 下地社長に、現在の事業概況、TIP27の進捗状況、株主投資家へのメッセージ等を伺った。「ここまでの約2年間、様々な課題を抽出して構造改革を進め、2026年2月期をもって一旦改革は終了しました。ブランドポートフォリオの精査が進む中で、強いブランド群が非常にいい形で変化を産み出し、お客様に受け入れられるようになりました。前期後半から既存店売上高も徐々に回復基調にあり、全社的に機運が変わってきたこと、構造改革の成果が顕在化していることを実感しています。」「デイトナ社をグループ化したのは、これまでアパレル企業として事業展開してきた当社が、これからは小売業のマインドを持った企業として、より高い収益性を追求するというスタンスに転換していくという決意の現れであるをご理解ください。また、個別のブランドは皆様ご存じであるけれど、『TSIは知らない』『統合ECサイト mix.Tokyoは知らない』というのが現状ですから、『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。』というパーパスの下、個別ブランドのブラッシュアップはもちろんですが、『TSIブランド』を魅力的なものに創り上げてまいります。是非引き続き当社を応援していただきたいと思っております。」とのことだ。
- 当初計画していた構造改革の打ち手は、想定通りほとんどの項目が2026年2月期をもって完了した。改革着手時は人員のスリム化も行ったため、従業員満足度調査の評価ポイントは大きく低下したが、構造改革が順調に進捗する中、ポイントは底打ち・回復傾向にある。デイトナ・インターナショナルのグループ化により、「仕入れた商材は全て売り切り、より高い収益性を追求する」小売業のマインドを持った企業へのトランスフォーメーションを推進する同社の今後注目していきたい。

1. 会社概要

50を超えるブランドを展開するアパレル企業。ブランドごとにターゲット(性別、年齢、嗜好など)を明確に定め、幅広い顧客層に対し、製品を提供している。「環境・社会」「市場」「生活者」の観点から、変革を進め、アパレル only 企業から脱し、社会へのバリューを企業成長に繋げながら、ファッションがもたらすエンターテインメントで、プロダクト提供にとどまることなく独創的な提供価値を創出する「ファッションエンターテインメント創造企業」を目指している。

【1-1 沿革】

アパレル業界を取り巻く環境が厳しさを増す中、株式会社東京スタイルと株式会社サンエー・インターナショナルが互いの強みを活かし持続的な成長を図るべく、2011年6月、株式移転により株式会社 TSI ホールディングスを設立。東京証券取引所に株式を上場した。2022年4月、市場再編に伴い東証プライム市場に移行した。

【1-2 経営理念】

以下のような、経営理念、ビジョン、パーパス、グループ行動基準を掲げ、「ファッションエンターテインメント創造企業」を目指している。

経営理念	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。
ビジョン	時代の流れを先取りする、最高のクリエイションとライフスタイル提案を通じて、世界で最も愛されるグローバルグループを目指します。
パーパス	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。
グループ行動基準	<ol style="list-style-type: none"> 1.公正・公平の精神と誠実さを大切に、情熱と責任を持って仕事に取り組みます。 2.常に問題意識を持ち、自己研鑽に努め、柔軟な発想で積極的にチャレンジします。 3.一人ひとりの個性を尊重し、コミュニケーションに努め、自分の役割を実行してチームに貢献します。 4.心からのおもてなしで、お客様に感動と喜びをお届けし、お客様満足の向上に努めます。 5.ステークホルダーそれぞれの立場を尊重して相互利益の実現を図り、持続的な会社の成長に貢献します。 6.社会と自然環境に心から感謝し、事業を通じて社会の発展に貢献します。

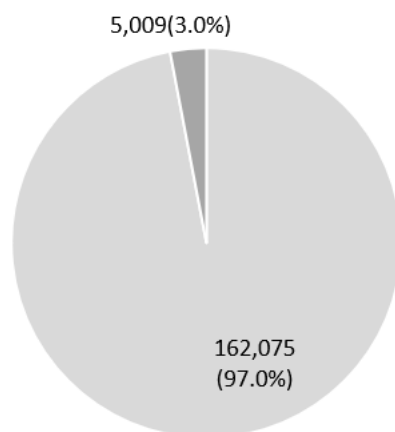
【1-3 事業内容】

持株会社である同社、連結子会社 21 社及び持分法適用会社 1 社でグループを構成。

「アパレル関連事業」では、主に衣料品の企画、製造、販売、ライセンスブランド事業及び生産・物流事業を、「その他の事業」では、販売代行及び人材派遣事業、店舗設計管理事業及び飲食事業等を行っている。

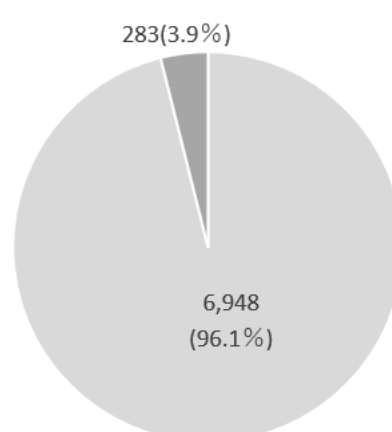
セグメント売上構成 (26年2月期、単位：百万円)

セグメント利益構成 (26年2月期、単位：百万円)



■ アパレル関連事業 ■ その他

* 外部顧客への売上高



■ アパレル関連事業 ■ その他

* 調整前利益合計に対する構成比

BRIDGE REPORT







(1)ブランド

現在 50 を超えるブランドを展開。ブランドごとにターゲット(性別、年齢、嗜好など)を明確に定め、幅広い顧客層に対し、製品を提供している。

売上高上位 10 ブランドの売上高構成比は約 6 割。粗利率は約 50-65%。

* 主要ブランド概要

ブランド	対象	コンセプト
パーリーゲイツ 	女性・男性	OUT ON THE WEEKEND(週末は都市を離れて) 「もっと気軽にもっと楽しくゴルフをしよう」というコンセプトのもと、年齢や性別など、あらゆる枠組みを超えた、新しいゴルフウェアとゴルフ本来の素晴らしさを提案。
ナノユニバース 	女性・男性	「色気を纏わせる」をコンセプトに、洗練されたデザイン・高品質な機能素材を通じて、お客様の魅力を引き出し、自信を創出するスタイルを提供。
マーガレット・ハウエル 	女性・男性	1970 年、英国デザイナーのマーガレット・ハウエルが自宅にて製作をスタート。服は一時的な流行ではなく生活の一部であり、素材、作り、スタイルを大切にする。ウェアからホームプロダクト、カフェまで幅広く展開する。
ナチュラルビューティー ベーシック 	女性	その女性の持つ、自然の美しさを基本に。 いつまでも美しく、自分らしく、女性らしく、上品に、シンプルに、今を生きる女性のためのファッションストアブランド。
アヴィレックス 	男性	1975 年に米空軍正式指定業者として誕生。数々のフライトジャケットをタウンユースとして復刻。長年培った技術を駆使して生まれるミリタリーアイテムは優れた機能性とデザイン性ゆえに世界各国の人たちに愛用されている。

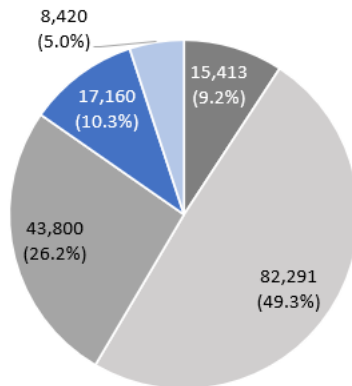
BRIDGE REPORT



(2)販売チャネル

リアル店舗とECを通じて国内・海外でアパレル商品の販売を行っている。

チャネル別売上構成（26年2月期、単位：百万円）



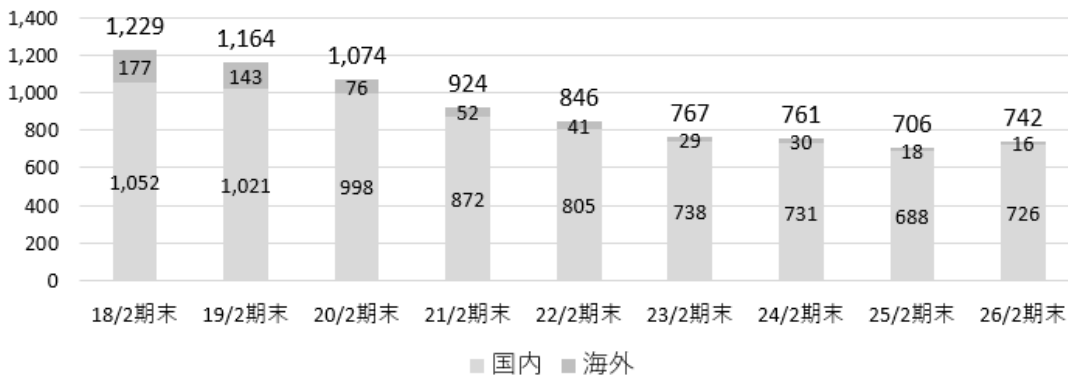
■百貨店 ■非百貨店 ■国内EC ■国内その他 ■海外

*非百貨店はファッションビル、駅ビル、アウトレット等。その他は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。

リアル店舗数は26年2月期末で777店舗(海外含む)。うちアパレルが742店舗。

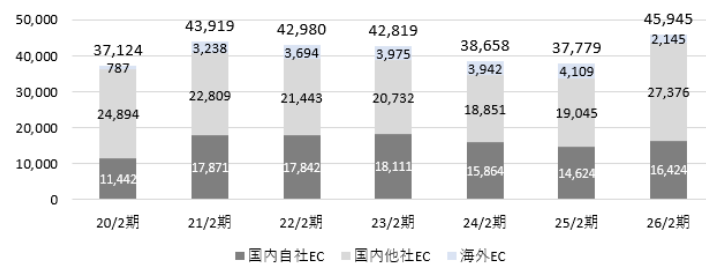
事業構造改革に伴い不採算店舗の閉鎖を進めているが、「ファッションエンターテインメント企業」として、ブランドの世界観を発信し、顧客を楽しませる、ワクワクさせるための拠点としてのリアル店舗の重要性に変わりはないと考えており、スクラップ&ビルドを進めながら顧客支持の高いブランド中心に店舗を展開。大型店舗や一等地への魅力的な出店により、店舗事業の収益構造を改革する。

アパレル店舗数の推移

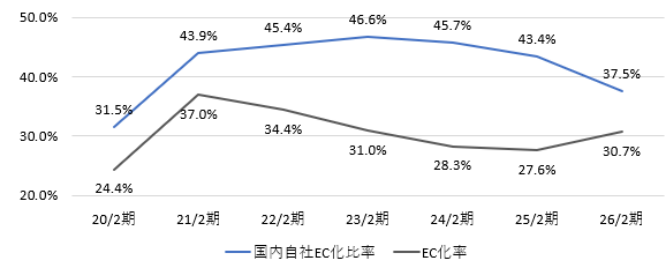


EC売上高は21年2月期をピークに減少していたが、26年2月期はピークを更新した。ただ、これはM&Aによる部分が大きく、3期連続して低下している自社サイト比率の復調が課題である。

EC売上高推移 (単位：百万円)



EC化率の推移



*EC化率については、国内その他売上（卸や社販等）を除き算出

BRIDGE REPORT



【1-4 特長・強み・競争優位性】

時代性を伴ったカテゴリーやブランドの発見・発掘、育成が同社の得意分野。

アスレジャー、ウェルネス、アウトドア、ストリートといった分野が、趣味嗜好のニーズをとらえ、インバウンドも取り込み、メンズのブランドを中心に好調に推移している。

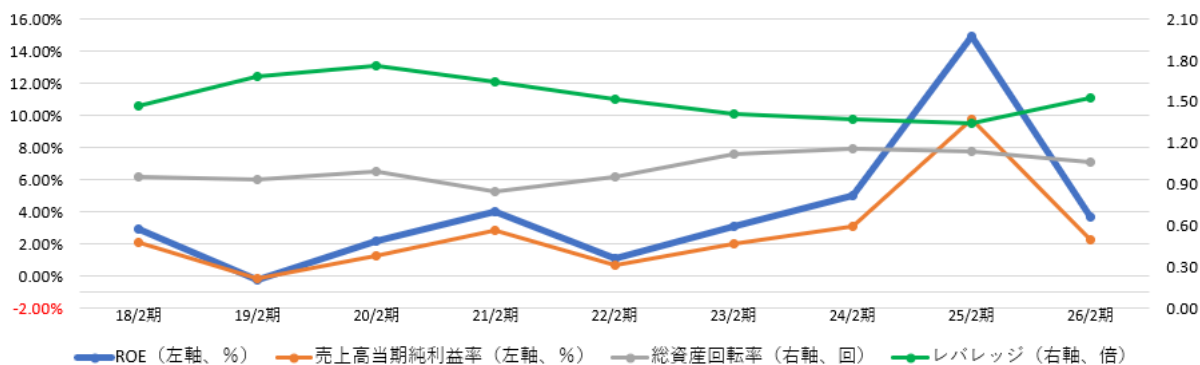
同社では、アメリカ、イギリスなどでブランドを発掘した実績があり、ここ 10 年では、新しいブランドを導入し、成功に結びつけているのは同社を含め、数少ない。

リスクを取る土壌・経験と、育成するノウハウ・実績が同社の競争優位性の源泉である。

【1-5 ROE 分析】

	19/2 期	20/2 期	21/2 期	22/2 期	23/2 期	24/2 期	25/2 期	26/2 期
ROE (%)	-0.2	2.2	4.0	1.1	3.1	5.0	14.9	3.7
売上高当期純利益率(%)	-0.12	1.28	2.88	0.73	1.98	3.12	9.73	2.27
総資産回転率(回)	0.93	0.99	0.85	0.95	1.12	1.16	1.14	1.06
レバレッジ(倍)	1.68	1.76	1.64	1.52	1.41	1.37	1.34	1.52

ROEおよびデュポンフォーミュラの3要素推移



*同社資料を基に(株)インベストメントブリッジで作成

25年2月期のROEは前期に比べ大きく上昇したが、これは特別利益に固定資産売却益239億円を計上したことが主要因。

26年2月期は一過性要因がなくなったため、売上高当期純利益率は2.27%に低下し、ROEも3.7%となった。中期経営計画「TIP27」で掲げる2027年2月期ROE 8.0%以上達成に向けては、引き続き収益性の向上及び、資産効率性の改善に取り組む必要がある。

2. 2026年2月期決算概要

【2-1 業績概要】

	25/2期	構成比	26/2期	構成比	前期比	予想比
売上高	156,606	100.0%	167,085	100.0%	+6.7%	-1.1%
売上総利益	83,995	53.6%	91,458	54.7%	+8.9%	-
販管費	82,359	52.6%	87,132	52.1%	+5.8%	-
営業利益	1,636	1.0%	4,325	2.6%	+164.4%	-24.1%
経常利益	2,076	1.3%	5,440	3.3%	+162.0%	-9.3%
当期純利益	15,230	9.7%	3,793	2.3%	-75.1%	-9.7%

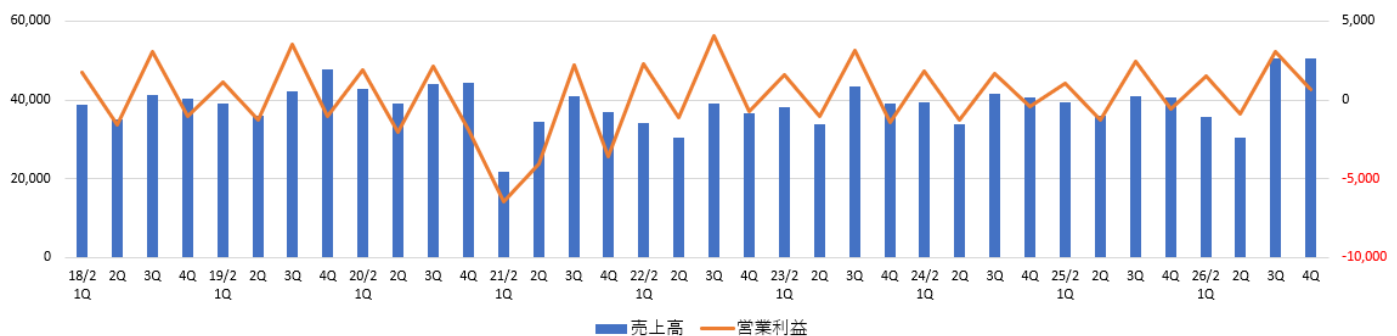
*単位:百万円。予想比は25年10月公表の予想数値に対する比率。

増収、構造改革効果が発現し大幅増益

売上高は前期比6.7%増の1,670億円。既存事業は苦戦したものの、株式会社デイトナ・インターナショナル及び株式会社ウォーターフロントの連結寄与により増収。

営業利益は同164.4%増の43億円。売上総利益も同8.9%増加し、プライシングと仕入原価低減効果のほか、過年度在庫処分が一巡し、在庫評価損引当が減少したため、売上総利益率は同1.1ポイント改善。販管費も同5.8%増加したが、構造改革効果の発現で物流費や広告販促費など改革対象費目の効率が改善した結果、大幅な増益となった。既存主力ブランドの苦戦により売上高・営業利益とも予想を下回った。

売上高・営業利益の推移（単位：百万円）



【2-2 チャンネル別動向】

	25/2期	26/2期	前期比
百貨店	18,059	15,413	-14.7%
非百貨店	73,113	82,291	+12.6%
国内EC	33,669	43,800	+30.1%
国内その他	19,737	17,160	-13.1%
国内合計	144,580	158,665	+9.7%
海外	12,026	8,420	-30.0%
合計	156,606	167,085	+6.7%

*単位:百万円

*非百貨店:ファッションビル、駅ビル、アウトレット等、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。

- * 百貨店は前期の事業撤退や退店の影響により減収。
- * 非百貨店はデイトナ・インターナショナルや既存のメンズカジュアルブランドが牽引し2ケタ増収。
- * 国内その他は前期の事業撤退の影響により減収。
- * 海外は米国事業の苦戦継続および前期の事業撤退の影響で減収。

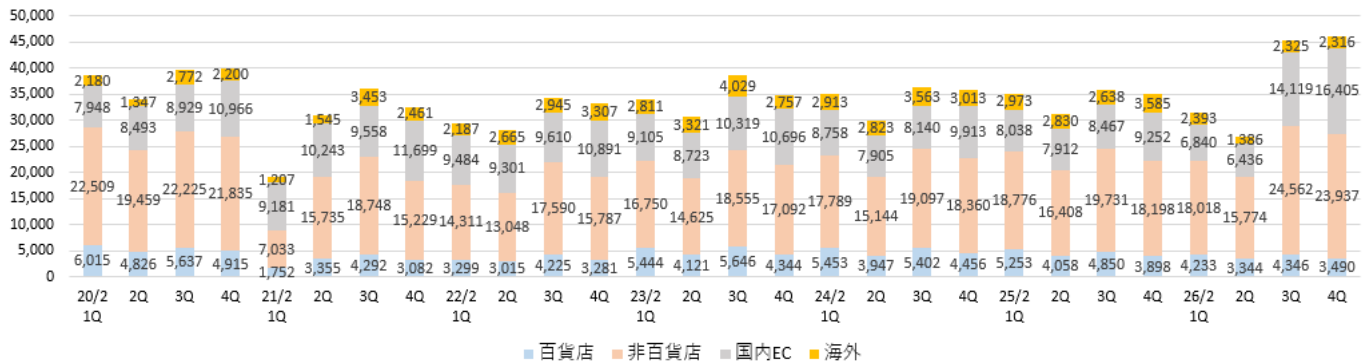
◎EC売上動向

	25/2期	26/2期	前期比
国内EC	33,669	43,800	+30.1%
自社サイト	14,624	16,424	+12.3%
その他	19,045	27,376	+43.7%
海外EC	4,109	2,145	-47.8%
EC合計	37,779	45,945	+21.6%

*単位:百万円

国内ECは、9月から連結したデイトナ・インターナショナルが自社・他社とも大きく貢献した。
海外ECは、米国の事業撤退と既存事業の減収要因がECにも波及し大幅な減収。

チャンネル別売上高推移（単位：百万円）



【2-3 店舗数、ブランド概況】

(1)店舗数

店舗数の状況

		2025.2期 期末	出店	退店	2026.2期 期末※	前年同期差	前期末差
アパレル	国内	688	+111	▲73	726	▲3	38
	海外	18	+2	▲4	16	▲13	▲2
	合計	706	+113	▲77	742	▲16	36
飲食	国内	1	+4		5	▲1	4
コスメ	国内	32	+1	▲3	30	▲1	▲2
総計		739	+118	▲80	777	▲18	38

※ 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。(64店舗)
2025年12月より㈱ウォーターフロントが連結しております。(1店舗)

(同社資料より)

2025年9月より株式会社デイトナ・インターナショナルが連結(64店舗)、2025年12月より株式会社ウォーターフロントが連結(1店舗)している。

引き続き店舗人員の効率性や生産性の向上を目指し、ブランド横断/エリアでの配置最適化や不採算店舗の統廃合・大型店舗出店などの施策を進めている。

(2)ブランド別売上高・粗利率

ブランド別の売上高（通期）
（新収益認識基準）

	2025.2期 通期			2026.2期 通期			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 ^{※1}	-	-	-	25,074	15.0	48.0	-	-
2. MARGARET HOWELL	14,038	9.0	59.2	13,476	8.1	58.0	96.0	▲1.3pt
3. NANO universe	14,586	9.3	54.8	12,877	7.7	56.6	88.3	+1.8pt
4. AVIREX	8,841	5.6	57.7	10,476	6.3	63.1	118.5	+5.3pt
5. PEARLY GATES ^{※2}	11,577	7.4	49.3	9,454	5.7	53.4	81.7	+4.1pt
6. NATURAL BEAUTY BASIC	10,428	6.7	63.9	9,242	5.5	64.6	88.6	+0.6pt
7. HUF	8,369	5.3	52.9	6,191	3.7	55.3	74.0	+2.4pt
8. STUSSY	6,043	3.9	53.9	6,147	3.7	50.9	101.7	▲3.0pt
9. New Balance Golf	4,989	3.2	46.7	5,136	3.1	48.3	102.9	+1.6pt
10. Schott	3,469	2.2	56.1	4,328	2.6	61.8	124.8	+5.7pt
TOP10 計	82,345	52.6	55.5	102,406	61.3	55.2	124.4	▲0.4pt
その他 計	65,811	42.0	53.2	63,419	38.0	54.4	96.4	+1.2pt
継続ブランド 計	148,157	94.6	54.5	165,825	99.2	54.9	111.9	+0.3pt
廃止ブランド 等	8,449	5.4	38.2	1,260	0.8	38.8	14.9	+0.6pt
合計	156,606	100.0	53.6	167,085	100.0	54.7	106.7	+1.1pt

※1 2025年9月より園デイトナ・インターナショナルが運営しております。

※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。

copyright © 2026 TSI HOLDINGS CO., LTD. All right reserved.

(同社資料より)

◎主カブランドの状況

* FREAK'S STORE(前期下期より連結)

自社 EC「Daytona Park」や既存店舗の堅調な推移に加え、他社 EC や「PUBLUX」「CAHLUMN」などの強化カテゴリーの伸長も売上に寄与し、前年比 2 ケタ増収となった。「いくぞー祭り」をはじめとする各種販促施策が継続的な支持につながった。

* AVIREX

前期比:118.5%。

一貫して好調を維持し、成長を牽引した。通年実施した 50 周年記念のコラボ企画は全般に好評を博し、締めくくりのライブイベントは、コミュニティの熱量を感じる貴重な機会となった。27 年 2 月期はウィメンズの強化に取り組む。

* MARGARET HOWELL

前期比:96.0%。

欧州事業や国内メンズカテゴリーに好調な部分があり、価格見直しにより客単価が向上。一方で、国内事業の客数減少もあり減収。店舗大型化による効率向上のため出退店を増やしており、27 年 2 月期も推進する。

* NATURAL BEAUTY BASIC

前期比:88.6%。

自社 EC を中心に客数で苦戦したことに加え、主力店舗を含む退店も影響した。2026 年 3 月より「N.Natural Beauty Basic*」の展開を見直し、新体制へ移行した。幅広い生活シーンに合わせた提案でアプローチしていく。

* NANO universe

前期比:88.3%。

不採算店舗の退店、既存店の客数減で減収。客単価の向上などにより、収益性は大きく改善している。新コンテンツ「これさえあれば」を開始し、新たな接点を創出している。

* PEARLY GATES

前期比:81.7%。

前年の在庫消化の反動により客数・客単価とも上期を中心に伸び悩んだ。下期はプロパー販売に回復の兆しが見られた。契約プロゴルファーの来店イベントや、「スヌーピー」等のキャラクター施策は客数向上に貢献した。引き続きファンに向けた企画を強化し、ロイヤリティ向上につなげる。

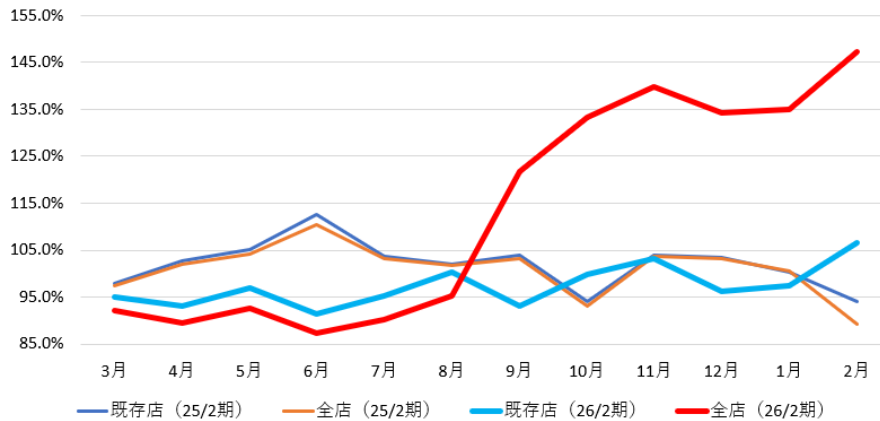
上記以外では、Schott(前期比 124.8%)、Rirandture(同 118.7%)、FREE'S SMART(同 114.6%)が好調。これらには、トレンドを捉えたヒット商品があり、SNS 戦略強化により認知・関心を高めて EC 売上に繋がるといった傾向が共通して見られた。26 年 3 月より「Daytona Park」での「FREE'S SMART」の販売を開始し、シナジー創出を狙う。

BRIDGE REPORT

**(3)国内 全店・既存店売上高**

26 年 2 月期通期の既存店売上高は 97.2%、全店売上高は 113.9%。前期と比較し、既存店売上高は 2.8 ポイント下回ったが、デイトナ・インターナショナルの連結(25 年 9 月)により全店売上高は 13.9 ポイント上回った。

全店・既存店売上高 (前年同月比)



* 同社資料を基にインベストメントブリッジが作成

【2-4 財務状態とキャッシュ・フロー】**◎主要BS**

	25 年 2 月末	26 年 2 月末	増減		25 年 2 月末	26 年 2 月末	増減
流動資産	86,273	79,682	-6,591	流動負債	26,864	35,190	+8,326
現預金	46,325	28,478	-17,847	仕入債務	8,005	10,566	+2,561
売上債権	11,450	13,855	+2,405	短期有利子負債	1,247	13,190	+11,943
たな卸資産	25,909	30,841	+4,932	固定負債	6,063	39,693	+33,630
固定資産	54,885	94,522	+39,637	長期有利子負債	408	31,624	+31,216
有形固定資産	6,165	7,394	+1,229	負債合計	32,928	74,883	+41,955
無形固定資産	6,318	39,970	+33,652	純資産	108,230	99,321	-8,909
投資その他の資産	42,401	47,157	+4,756	利益剰余金	74,140	73,374	-766
資産合計	141,159	174,204	+33,045	負債純資産合計	141,159	174,204	+33,045

* 単位: 百万円。有利子負債にはリース債務を含む。

デイトナ・インターナショナル子会社に伴うのれんの増加等で資産合計は前期末比 330 億円増加の 1,742 億円。有利子負債の増加などで負債合計は同 419 億円増加の 748 億円。資本剰余金及び利益剰余金の減少などで純資産合計は同 89 億円減少の 993 億円。

自己資本比率は前期末比 19.4 ポイント低下し 57.0%となった。

◎キャッシュ・フロー

	25/2 期	26/2 期	増減
営業 CF	5,717	-7,717	-13,435
投資 CF	28,328	-27,353	-55,682
フリーCF	34,045	-35,070	-69,115
財務 CF	-15,135	16,995	+32,130
現金同等物	45,822	27,955	-17,867

* 単位: 百万円

税金等調整前当期純利益の減少、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出の増加等で営業 CF、投資 CF、フリーCF はマイナスに転じた。

借入の増加で財務 CF はプラスに転じた。

キャッシュポジションは低下した。

【2-5 トピックス】

①一般財団法人 TSI ファッション未来財団を設立

2026年4月、一般財団法人 TSI ファッション未来財団の設立と、同財団の活動を継続的・安定的に支援する目的で第三者割当による自己株式の処分を行うことを決議した。

(一般財団法人 TSI ファッション未来財団概要)

同社は、顧客のニーズに応える製品を通じて、ファッションを通じた幸福を届け続けるためには、持続的にファッションを楽しむことができる社会や文化が醸成される必要があると考えている。そこで、企業としての活動だけではなく、ファッションに関わる社会課題に財団と両輪で取り組むことで、より多くの人々がファッションを楽しめる社会づくりをしていくことを目的に、同財団の設立を決定した。未来のアパレル産業やファッション文化形成を牽引する次世代のクリエイターの育成や、環境・生物多様性の保全、健全な社会を支える地域社会の活動などを高い公益性を持って行い、ファッションを楽しむ豊かな文化が育まれた社会づくりに貢献し、持続的な企業価値向上を図りたいと考えている。

(自己株式の処分について)

同財団を処分先として63万株(63万円)の同社普通株式を処分する。

同財団の活動を継続的・安定的に支援することにより、ファッション産業全体の市場成長、人的資本の拡大が見込まれ、同社のブランド価値や強固なサプライチェーンの構築など、企業価値向上にも貢献することが期待できると、同社では考えている。

なお、同財団の設立及び自己株式処分は2026年5月22日開催予定の同社定時株主総会における特別決議の承認を条件としており、財団設立は2026年6月の予定。また、自己株式処分によって同財団が保有する同社株式の議決権は行使しない旨を定款に記載する予定である。

②東洋エンタープライズ株式会社及び株式会社レイラニトレーディングを子会社化へ

2026年4月、東洋エンタープライズ株式会社及び株式会社レイラニトレーディングの株式を取得し、子会社化することを目的とした基本合意書を締結した。

(東洋エンタープライズ概要)

1965年設立。当初は生地の出産を行っていたが、米軍基地周辺での露店商から始まり、米兵向けの土産物(スーベニアジャケット=スカジャン)の納入業者として成長した。「本物の追求(Authenticity)」に向け、単なるファッションブランドではなく、文化の継承者として、当時の素材・裁断・縫製、そして空気感までも現代に再現することを使命としている。ブランドとして、スカジャンの本家であり、戦後直後から続く刺繍技術を継承し、ヴィンテージ・スカジャンを完全復刻した「テーラー東洋(Tailor Toyo)」、ミリタリーウェアとして知名度が高く、フライトジャケットの素材・スペックを徹底的に研究し、究極の復刻を目指す「バズリックソンス(Buzz Rickson's)」などを展開している。レイラニトレーディングは東洋エンタープライズのオーナーが100%株主である製品販売会社。

* 東洋エンタープライズ(2025年10月期)

売上高	営業利益	当期純利益	総資産	純資産
4,455	946	718	7,175	6,189

* 単位: 百万円

* レイラニトレーディング(2025年7月期)

売上高	営業利益	当期純利益	総資産	純資産
431	99	79	471	279

* 単位: 百万円

(子会社化の背景)

今回の子会社化により、東洋エンタープライズの「究極の復刻・文化継承」という職人気質の強みと、TSIホールディングスの「多様なブランドポートフォリオ」という強みを掛け合わせた他社にはない限定ラインの展開、「mix.tokyo」を活かした新たな顧客層の拡大、グローバル市場における「ジャパン・クオリティ」の共同発信など、多角的な面で相乗効果が見込まれるとTSIホールディングスでは考えている。また、直近大きく成長している既存ブランドの「アヴィレックス」「アルファ・インダストリーズ」などアメカジ市場のシェア拡大にもつながることを期待している。

(株式譲受の概要)

東洋エンタープライズ及びレイラニトレーディングの株式をそれぞれ 100%取得する。取得額は非公開。正式な株式譲渡実行日は現在協議中である。

③自己株式の取得

2026 年 4 月、自己株式の取得を実施した。取得した自己株式のうち 63 万株については、一般財団法人 TSI ファッション未来財団の設立のために第三者割当による自己株式の処分を行い、63 万株を除いた全株式は 2027 年 1 月 29 日に消却する予定である。

取得株式の総数: 211 万株

取得価額の総額: 30 億円

期間: 2026 年 4 月 13 日～2026 年 4 月 30 日

3. 2027 年 2 月期業績予想**【業績予想】**

	26/2 期	構成比	27/2 期(予)	構成比	前期比
売上高	167,085	100.0%	200,000	100.0%	+19.7%
営業利益	4,325	2.6%	7,500	3.8%	+73.4%
経常利益	5,440	3.3%	7,200	3.6%	+32.4%
当期純利益	3,793	2.3%	7,700	3.9%	+103.0%

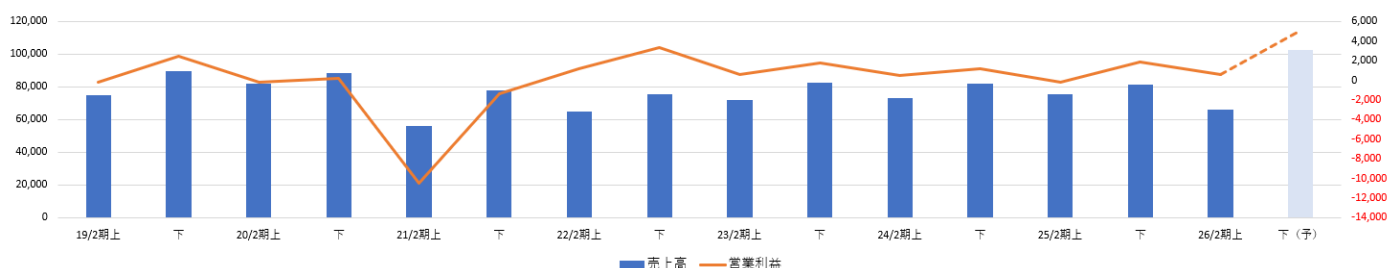
* 単位: 百万円。予想は会社側予想。

増収、大幅増益を予想

売上高は前期比 19.7%増の 2,000 億円の予想。既存事業の成長に加え、M&A したデイトナ・インターナショナル、ウォーターフロントが通期で貢献する。営業利益は同 73.4%増の 75 億円の計画。増収効果に加え、構造改革効果が発現する。

配当は基本配当 55.00 円/株に特別配当 15.00 円/株を加えた 70.00 円/株を予定。予想配当性向は基本配当で 41.6%、配当合計で 53.0%。TIP27 で当初目標とした DOE4%を達成する見込み。

売上高・営業利益の推移 (単位: 百万円)



4. 中期経営計画「TSI Innovation Program 2027」における構造改革の進捗

中期経営計画「TSI Innovation Program 2027」における構造改革の進捗は以下の通り。

【4-1 構造改革の概要】

「仕入価格低減」「需給管理の適正化(プライシング)」「店舗改革」「EC 統合/システム刷新」「販売コスト等の効率化」の5つの改革項目を掲げている。27年2月期には各項目合計で約100億円の収益改善を完遂することを目指している。

改革項目	課題	具体的な打ち手	完了時期	改善効果 27/2期(4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	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 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	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 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	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間連携のオペレーションコスト	各ブランドECサイト(30社)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	25/2までに完了	約5億
販売コスト等の効率化	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/人人体制の見直し	26/2までに完了	約25億
計:				約100億円

(同社資料より)

【4-2 26年2月期までの進捗】

構造改革の各領域において、前年に対しての改善が年間を通して具体化しており、営業利益に対して合計で約52億円の改善効果があった。3年間の目標100億円に対し、25年2月期の23億円と合わせ、75億円の改善効果を発現している。27年2月期も、検証と見直しを繰り返しながら、最大限の効果を追求し、19億円の効果を見込んでいる。(3か年合計約95億円)

改革項目	具体的な打ち手	中期改善効果 (前期差)
仕入原価低減 + 需給管理	TSI全社としての生産・製造に対する戦略推進 (仕入先集約・工場集約・生産地移転・納品形態の転換・現地決済等) プライシングのアプローチの基本型に基づく分析と値付け	約16億円
店舗改革	エリアを中心とした販売員の最適配置・制度改革	約9億円
EC統合	サイト統合による費用削減効果 業務オペレーション/運用体制の整備による業務効率化	約5億円
販売コスト の効率化等	物流費最適化の推進 横断的なコスト統制(広告費・販促費・業務委託費) 前期実施の人員スリム化等	約22億円
合計		約52億円

(同社資料より)

◎損益計画について、営業利益を下方修正

構造改革は着実に進展しており、TIP27最終年度の目標として設定した指標に対し、売上高、純利益、ROE、DOEについては達成の見込みだが、既存事業が売上目標に対して約100億円程度下振れしており、現時点では十分な水準までの回復を見込めないため営業利益目標を100億円から75億円に下方修正した。

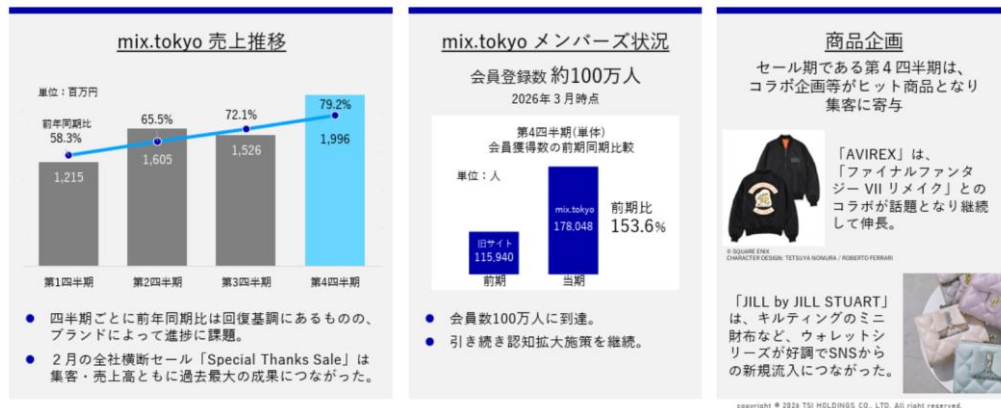
	24年2月期	27年2月期 (TIP27目標)	27年2月期 (今期計画)	
収益目標	売上高	1,554億円	1,650億円	2,000億円
	営業利益	17億円	100億円	75億円
	純利益	48億円 (28億円※)	77億円	77億円
主要KPI	営業利益率	1.1%	6.0%	3.8%
	ROE	2.9%※	8.0%	8.0%
	DOE	1.3%※	4.0%	4.0%

※ 純利益を考慮しない営業利益ベースでの純利益。およびそれをもとに算出した数値

(同社資料より)

◎ブランドモール型オンラインストア「mix.tokyo」について

11の自社ECサイトと会員サービスを統合したブランドモール型オンラインストア「mix.tokyo」の26年2月期は、売上において期初から厳しいスタートとなったものの、メンズブランドの伸長が寄与し、通期では徐々にキャッチアップしてきた。登録会員数は26年3月時点で約100万人の大台に達した。セール期である第4四半期(12-2月)はコラボ企画等がヒット商品となり集客に寄与するなど、今後の成長に向けた土台が整ってきたと同社では考えている。26年2月期の振り返り検証を多角的に行っており、その結果をもとに、1周年企画や、ブランド横断・個別ブランド打ち出しなど多様なプロモーション施策を仕掛けていく。



(同社資料より)

5. 下地社長に聞く

下地社長に、現在の事業概況、TIP27の進捗状況、株主投資家へのメッセージ等を伺った。

現在の事業環境や事業の現況についてお話しください。

金利や物価の上昇といった外部環境の不安定要因もありますが、我々が一番感じているのは「お客様の選別の目が一段と厳しくなっている」ことです。

当社では多くのブランドを有しているのですが、ニーズに沿ったもの、個性を重視して独自性を築いてきたブランドは非常に好調です。ブランドの価値が高いものは多少価格が高くてもお客様の購買意欲は大変旺盛です。

一方で、長い歴史を持つブランドでもマーケットニーズに応えきれないものや、低価格ゾーンで他社ブランドと競合するものは低調です。こうした状況を踏まえて、継続的にブランドポートフォリオの改革を進めています。

中期経営計画「TIP27」の主眼の一つである構造改革の進捗はいかがですか。

ここまでの約2年間、様々な課題を抽出して構造改革を進めてきました。ECサイト統合など、継続的に詰めていかなければならない部分もありますが、2026年2月期をもって一旦改革は終了しました。

先程申し上げたように、ブランドポートフォリオの精査が進む中で、強いブランド群が非常にいい形で変化を産み出し、お客様に受け入れられるようになりました。前期後半から既存店売上高も徐々に回復基調にあり、全社的に機運が変わってきたこと、構造改革の成果が顕在化していることを実感しています。

TIP27では3年間で営業利益100億円の改善を目指しています。改善額は25年2月期が23億円、26年2月期が52億円でしたので、あと25億円となります。

構造改革のこれまでの成果は、合理化、スリム化といった体質改善が中心で、これについてはほぼ当初計画通りに進んでいます。一方で、販売価格の見直しと仕入コストの削減による粗利益の拡大については、やや苦戦しています。これは、既存事業において100坪以上の大型店の撤退もあり、複数の主力ブランドの売上が想定通りには伸びていないことが大きな要因です。結果として粗利益が減少し、固定費の削減やスリム化は想定通りに進んでいるにもかかわらず、営業利益が拡大せず、営業利益率も2桁にはまだまだ及ばないというのが現状です。

ですので、ここからは、ブランドポートフォリオを精査する中で、伸びているブランドはさらに伸長させるとともに、成長しきれないブランドについて各種改善施策を打ち、全体の売上高を伸ばしていくことに注力してまいります。

下地社長は就任時に、「お客さまがわくわくする楽しい、面白いファッションをつくっていく」ことを目指すとおっしゃっていました。現在の社内のムードはいかがですか？

全社的に前へ前へ向かう推進力が強まっていると感じています。環境的には政治・経済とも様々な不安定要因がありますが、そうしたものを払しょくするように、各事業体それぞれが面白い提案を打ち出し、行動に移しています。

当社では毎年従業員満足度調査を行っているのですが、2 年前、構造改革に着手し、人員のスリム化も行った際の評価ポイントは大きく低下していましたが、昨年は底打ち・回復傾向にあり、手ごたえを感じています。

2026 年に入り処遇改善については例年以上の取組みを進めているほか、2025 年に行ったデイトナ・インターナショナル及びウォーターフロントの M&A を含め、会社として成長フェーズに入りつつある点も従業員にしっかりと説明していることから、社員の意識もさらに大きく上向いていると思われ、今年も満足度調査の結果が楽しみです。

中期経営計画「TP27」のもう一つの主眼である成長戦略についても現況をお話してください。

①強化ブランドの選定、ブランドポートフォリオの明確化

既存ブランドにおいては、四半期ごとに各ブランドの状況を見ながら、成長ブランドについてはより伸長させるための施策の具体化を、低調なブランドについてはその予兆のあるものを早めにキャッチして梃入れなり、撤退なりのための意思決定およびアクションを、いずれもスピーディーに行っています。

こうした既存ブランドの収益力強化と同時に、前期であればデイトナ・インターナショナルやウォーターフロントの M&A により、成長余地の大きい空白地帯への進出にも取り組んでいます。

新規事業の立ち上げ・新規領域の開拓については、M&A のみでなく、当社初めての試みとして、社内公募によるアイデア募集を行いました。全部で約 80 のアイデアが寄せられ、その中から 5 つを選定して現在インキュベーションに向けて取り組んでいるところです。

②新たな領域への進出、海外マーケットへの進出

先程申し上げた社内公募はアパレルの新ブランドに限らず、既存ブランドを活かしたアパレル以外での事業展開など、グループ全体の幅を広げることも目的としています。

海外については、残念ながらここまで十分進捗しているとは申し上げられないのですが、デイトナ・インターナショナルは台湾の若者の中で非常に認知度の高いブランドで、国内店舗においてはインバウンドのお客様の購入意欲も大変旺盛です。このあたりを梃にして海外進出には本腰を入れていきたいと考えています。

③店舗戦略

事業構造改革に伴い不採算店舗の閉鎖を進めていますが、「ファッションエンターテインメント企業」として、ブランドの世界観を発信し、顧客を楽しませる、わくわくさせるための拠点としてのリアル店舗の重要性に変わりはないと考えています。大型店舗や一等地への魅力的な出店などメリハリの効いた出店とともに、改装・修繕による既存店舗のリフレッシュを進めています。

では最後に株主・投資家へのメッセージをお願いいたします。

売上がグループ全体の 2 割強を占めるデイトナ・インターナショナルの M&A は当社グループにとって、非常に大きな意味を持つものです。アパレル業界全体を見渡すと、多くの成功企業、勝ち組企業は「小売業」からスタートしているのですが、デイトナ・インターナショナルも、多様なブランドを有していますが、創業以来、ベースに流れる基本的な考え方は「小売業」です。

同社をグループ化したのは、これまでアパレル企業として事業展開してきた当社が、これからは「小売業」のマインドを持った企業として、換言すれば、仕入れた商材は全て売り切り、より高い収益性を追求するというスタンスに転換していくという決意の現れであるとご理解ください。

当社グループの保有する有カブランドをデイトナ・インターナショナルが運営する「FREAK'S STORE」で販売することで、それらブランドの一段の経済性向上と「FREAK'S STORE」の販売力強化、この 2 軸によって当社グループの収益力を更に高めていきたいと考えています。

また、個別のブランドは皆様ご存じであるけれど、「TSI は知らない」「統合 EC サイト mix.Tokyo は知らない」というのが現状ですから、「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。」というパーパスの下、個別ブランドのブランチュアアップはもちろんですが、「TSI ブランド」を魅力的なものに創り上げてまいります。

是非引き続き当社を応援していただきたいと思います。

6. 今後の注目点

当初計画していた構造改革の打ち手は、想定通りほとんどの項目が2026年2月期をもって完了した。改革着手時は人員のスリム化も行ったため、従業員満足度調査の評価ポイントは大きく低下したが、構造改革が順調に進捗する中、ポイントは底打ち・回復傾向にあり、今年の結果が楽しみとのことだ。デイトナ・インターナショナルのグループ化により、「仕入れた商材は全て売り切り、より高い収益性を追求する」小売業のマインドを持った企業へのトランスフォーメーションを推進する同社の今後注目していきたい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	5名、うち社外取締役2名(うち独立役員2名)
監査役	3名、うち社外監査役2名(うち独立役員2名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2026年5月26日

<基本的な考え方>

当社は、「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、明日を生きていく歓びを、社会と共に分かち合います」という経営理念のもと、グローバルに事業展開するファッションアパレル企業にふさわしい事業運営体制の構築に向け、健全性、透明性が高く、迅速な意思決定を可能とする体制を整備するとともに、コンプライアンスの徹底やリスク管理を含めた内部統制の強化を図っております。これらの取組みを通じて、各ステークホルダーとの良好な関係を築くとともにコーポレート・ガバナンスのさらなる充実を目指し、当社の経営の基本方針である企業価値の継続的な増大に努めてまいります。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則を実施しない理由(抜粋および一部を掲載)>

【原則1-4.政策保有株式】

当社は業務上または取引上安定的な関係を構築し、事業機会の創出や事業の円滑な推進を図ることにより当社の中長期的な企業価値向上に資すると判断される場合に株式を政策的に保有しております。

政策保有株式については、定期的に保有の意義を検証し、取締役会において報告することとし、効果が薄れて来た株式については、配当等対象企業の状況を勘案した上で保有株式の縮減を図っております。

議決権行使にあたっては、政策保有の目的に合致しているか、保有対象企業の企業価値及び株主価値の維持・向上に資するかといった観点から、議案ごとに総合的に賛否を判断しております。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋及び一部を掲載)>

【原則2-3.社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題】

[補充原則2-3-1]

【原則3-1.-情報開示の充実】

[補充原則3-1-3]

【原則4-2.取締役会の役割・責務(2)】

[補充原則4-2-2]

(1) 自社のサステナビリティについての取組み

当社は、サステナビリティステートメントとして、「ファッションエンターテインメントでサステナブルな未来をつくる—美しい地球 あかるい社会 幸せな暮らし」を掲げ、グループが事業活動を通じて長期的かつ持続的に幸せを創出していく基盤となるマテリアリティとKGIを設定しています。

2021年9月にSDGs推進室を発足させ、2025年3月にはこれをSDGs推進部に改組し、サステナビリティ活動の推進を強化するとともに、社内体制の構築や社員に対する意識啓発に積極的に取り組んでおります。

具体的な活動報告については「TSI ホールディングスサステナビリティサイト」をご覧ください。

(<https://sustainability.tsi-holdings.com/index.html>)

(2) 人的資本や知的財産への投資等

(i) 人的資本に対する投資について

私たちの事業活動における価値の源泉であり、最大の資産は”人間”です。共に働くすべての仲間が、身体的にも精神的にも”幸せ”な状態で活躍できるように、ダイバーシティ、従業員幸福度、健康・安全、公正な労働については、重要なマテリアリティとして設定し、環境の改善に努めてまいります。

また、変化の時代に対応するために人材の教育と開発に投資していきます。「多能工人材」を育成するために、ジョブローテーション、研修制度・自己啓発制度の拡充等必要なスキルを取得するための制度を整備していきます。

【原則 2-4.女性の活躍促進を含む社内の多様性の確保】

[補充原則 2-4-1]

(1) 多様性の確保について

TSI グループでは、「みんながみんならしく、ワークライフに多様性と柔軟性を」を実現するための取り組みを積極的に推進し、ダイバーシティあふれる誰もが活躍できる環境を整えます。

(2) 多様性の確保の自主的かつ測定可能な目標、その状況について

(i) 女性の管理職への登用等

当社グループにおける 2026 年 2 月末日時点の女性管理職比率は 30.9%ですが、2027 年 2 月末までに 35%とする目標を設定しています。

(3) 多様性の確保に向けた人材育成方針および社内環境整備方針、その状況について

(i) 多様性の確保に向けた人材育成方針

中核人材の登用等における多様性の確保については、性別や年齢、国籍等によらない個人の能力のみに基づく評価及び登用を進めることとしております。

採用にあたっては新卒採用に加えて、他業種からの人材を含めたキャリア採用も積極的に実施しております。また、女性の管理者への登用についても、既に全グループ管理職の 30%が女性となっているものの、これを更に拡大するべく積極的な取り組みを進めてまいります。

外国籍社員についても、グループ全体では海外子会社を中心に既に 100 名以上の社員が在籍しておりますが、今後の海外進出拡大を視野に置きながら、更に優秀な人材を確保するべく積極的な採用を行っていく方針としております。

(iv) 多様性の確保に向けた取り組み状況

社員の属性による多様性の確保に向けては以下のような取り組みを推進しております。

◎女性の活躍推進

当社グループにおける 2026 年 2 月末日時点の女性管理職比率は 30.9%ですが、2027 年 2 月末までに 35%とする目標を設定し、またより高位の役職者における女性管理職比率の向上についても意識しながら社員の採用・登用を進めております。

◎外国人雇用の促進

外国人の雇用は年々増加しており、今後に向けてより計画的に外国人雇用に推進していくべく取り組んでいる状況となります。

◎経験と実績を持つ高齢者の活用

65 歳までの雇用継続を積極的に推進しておりますが、年齢を問わない活用・登用をさらに進めており、65 歳以上の社員が活躍している事例が増加している状況となります。

◎障がい者の活躍推進

グループの特例子会社を中心に従来より積極的な取り組みを進めており、2026 年 2 月末日時点の障がい者雇用率はグループで 2.88%となっており、今後より事業に直結した形でやりがいを生み出すことに取り組んでおります。

◎LGBT への理解促進

従来より LGBT、夫婦別姓、事実婚などに対する理解度は高い風土であり、慶弔金規定=結婚祝い金など各種制度の対応をより広範囲に見直すことで、性差による区別の払しょくを進めている状況となります。

さらに社員の属性だけでなく、働き方の多様性の観点からは、以下のような取り組みを進めている状況となっております。

【原則 5-1株主との建設的な対話に関する方針】

当社は、株主との建設的な対話を促進するための体制整備・取組みに関する方針として、株主との対話全般については、IR、法務、株式事務、財務を統括する取締役が担当し、対話を補助する社内の関連部門間での情報共有を確実に実施するなど積極的な連携を図ります。また、株主との建設的な対話を促進するため、個別の対話を行う機会を設けるだけでなく、説明会の開催等を実施します。株主との対話に際しての重要事項の管理として、社内においては「内部情報及び内部者取引管理規程」の周知・徹底を図ることでインサイダー情報の漏洩防止にも努めます。

また、2025年12月12日開催の取締役会において、株主・投資家を含む全てのステークホルダーとの建設的な対話を一層促進する観点から、当社グループの「コミュニケーション方針」を新設し、当社ホームページにおいて開示しております。

【資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応】

当社は自社の資本コストを把握した上で、経営戦略を策定し、概要を株主総会や決算説明会等で開示・説明するとともに、その実現に向けた設備投資等の各種施策等についても重要な判断材料としております。

また、東京証券取引所が要請する水準を下回っているPBRについて改善を図ることが当社の経営上、重要な課題と認識しております。

中期経営計画 TSI Innovation Program 2027 (TIP27) において、事業ポートフォリオに関する基本的な方針を含めた同プログラムの全体を開示しております。

「中期経営計画 TSI Innovation Program 2027」

(<https://www.tsi-holdings.com/pdf/TIP27.pdf>)

アップデートとして直近の決算説明会資料「2025年2月期 通期決算説明会」

(https://www.tsi-holdings.com/pdf/250414_Result%20Briefing.pdf)

本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したのですが、当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は、当社に帰属します。なお、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。」

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(TSIホールディングス:3608)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)