

 TSI HOLDINGS

# 2025年2月期 第3四半期 決算説明会

株式会社TSIホールディングス（証券コード：3608）

2025.1.15



# AGENDA

- 1 第3四半期決算概況
- 2 チャネル別概況
- 3 ブランド別概況
- 4 計画の修正について
- 5 ニュース&トピックス
- 6 補足資料

Next Agenda

# 第3四半期決算概況



# 2025年2月期 第3四半期単体 業績ハイライト

中期経営計画で掲げている構造改革の各種取り組みが順調に進捗し、収益力が向上。売上高で苦戦する中でも、営業利益は前期を超過した。

第3四半期 売上高

408.2億円

前期比 98.2%

前期差 ▲7.5億円

第3四半期 営業利益

23.9億円

前期比 141.9%

前期差 +7.0億円

第3四半期 純利益

9.5億円

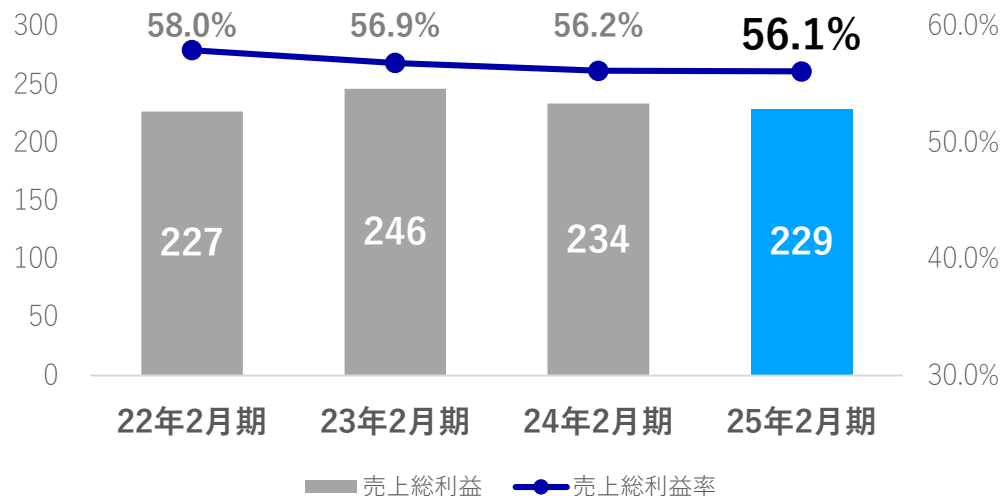
前期比 52.3%

前期差 ▲8.6億円

- 国内事業は天候に左右されながらも前期並みの売上高で着地したものの、海外事業の不調が全体を押し下げた。結果、連結売上高は前期から7.5億円の**下振れ**となった。
- “売上の伸び悩み”と“在庫早期適正化に向けた値引き”による収益悪化もあった中、“構造改革”が順調に進捗したことで収益改善効果が上期以上に発現。結果、営業利益は前期から7.0億円の**上振れ**となった。
- 純利益は、減損損失や事業構造改革費用の影響により前期から8.6億円の**下振れ**となった。

# 2025年2月期 第3四半期単体 業績推移

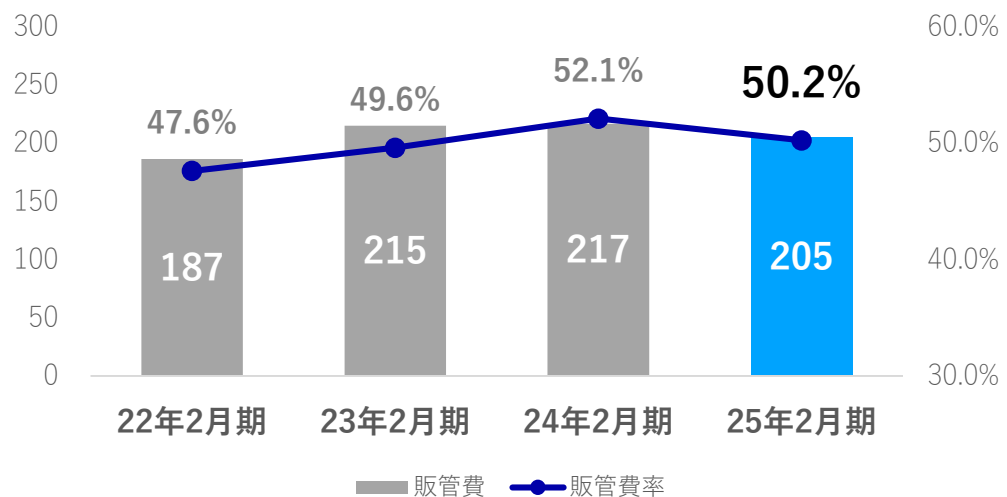
売上総利益  
**229.1**億円  
 前期比 98.1%  
 前期差 ▲4.4億円



## > 売上総利益

- ・ 継続事業の在庫適正化・撤退事業の早期在庫消化に向けた値引販売
  - ・ 為替悪化による原材料高騰
- ⇒ 上代転嫁や製販バランスの見直しで収益性が改善している一方で、過年度品消化を積極的に進めており、粗利率は前期からほぼ横ばい。

販管費  
**205.1**億円  
 前期比 94.7%  
 前期差 ▲11.5億円

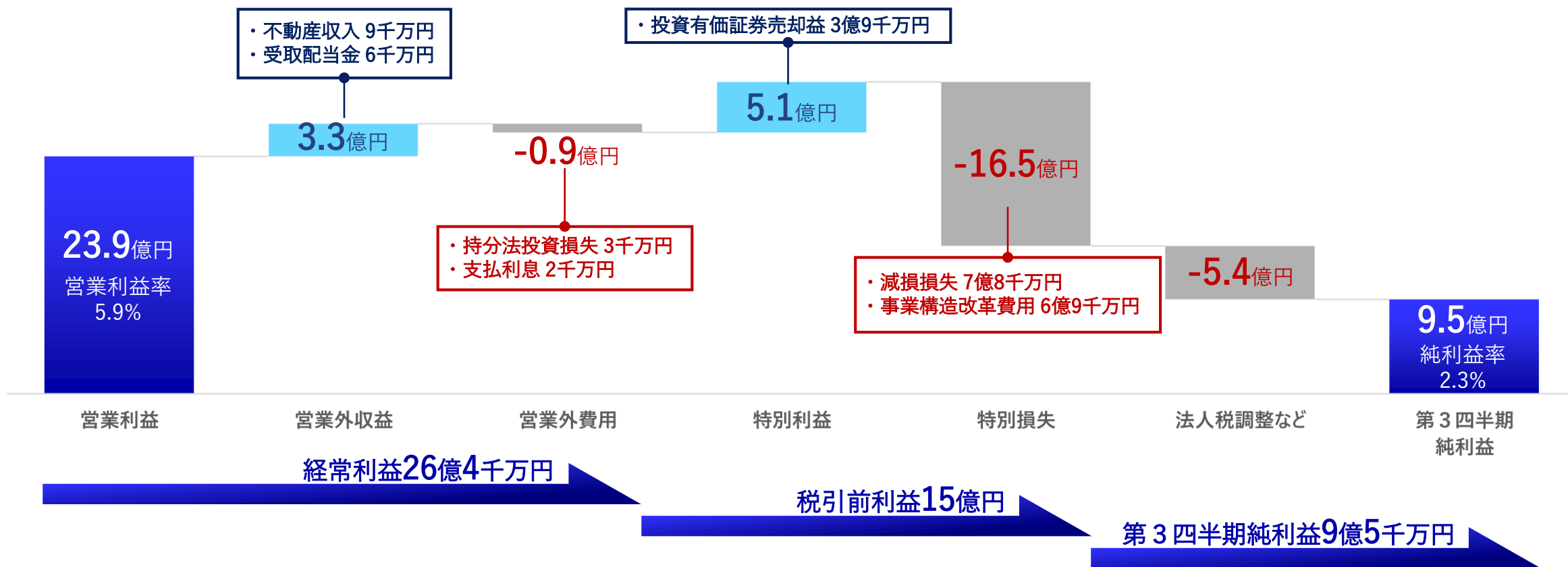


## > 販管費

- ・ 販促広告費、物流費の効率化
  - ・ 社内人材活用による業務委託費減少
  - ・ 契約内容や社内ガイドライン見直しによる諸経費の削減
- ⇒ 構造改革がさらに進み、販管費率の前期からの改善幅は上期時点では0.8ptだったが、第3四半期は1.9ptまで拡大

# 2025年2月期 第3四半期 純利益影響項目

不動産収入・受取配当金などの営業外損益 2.4億円を加え、**経常利益 26.4**億円（前期比 129.8%）だったものの、事業撤退に伴う減損損失や本社人員のスリム化に伴う事業構造改革費用などの特別損益 -11.4億円を計上しており、**純利益 9.5**億円（前期比 52.3%）となった。



# 貸借対照表について

	2024.2期 第3四半期累計		2025.2期 上期累計		2025.2期 第3四半期累計					
	実績 (百万円)	構成比 (%)	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 (%)	前回差 (百万円)	前回比 (%)
流動資産	74,499	53.4%	65,263	50.8%	71,748	53.8%	▲2,751	96.3%	6,485	109.9%
うち現金及び預金	23,111	16.6%	21,680	16.9%	22,014	16.5%	▲1,097	95.3%	334	101.5%
うち棚卸資産	32,753	23.5%	28,375	22.1%	30,945	23.2%	▲1,808	94.5%	2,570	109.1%
固定資産	65,091	46.6%	63,100	49.2%	61,624	46.2%	▲3,467	94.7%	▲1,476	97.7%
うち投資有価証券	27,944	20.0%	25,644	20.0%	25,042	18.8%	▲2,902	89.6%	▲602	97.7%
うち投資不動産	4,688	3.4%	4,880	3.8%	4,872	3.7%	184	103.9%	▲8	99.8%
資産合計	139,591	100.0%	128,363	100.0%	133,373	100.0%	▲6,218	95.5%	5,009	103.9%
流動負債	32,342	23.2%	27,127	21.1%	33,526	25.1%	1,184	103.7%	6,399	123.6%
うち短期借入金	5,045	3.6%	5,098	4.0%	9,583	7.2%	4,538	190.0%	4,485	188.0%
うち1年内返済予定の長期借入金	3,853	2.8%	1,952	1.5%	1,752	1.3%	▲2,101	45.5%	▲200	89.8%
固定負債	8,807	6.3%	7,034	5.5%	6,471	4.9%	▲2,336	73.5%	▲563	92.0%
うち長期借入金	2,562	1.8%	1,016	0.8%	731	0.5%	▲1,831	28.5%	▲285	71.9%
負債合計	41,149	29.5%	34,162	26.6%	39,998	30.0%	▲1,152	97.2%	5,836	117.1%
純資産	98,441	70.5%	94,200	73.4%	93,375	70.0%	▲5,066	94.9%	▲825	99.1%
うち自己株式(▲)	▲5,604	-4.0%	▲5,890	-4.6%	▲4,550	-3.4%	1,054	81.2%	1,340	77.2%
負債純資産合計	139,591	100.0%	128,363	100.0%	133,373	100.0%	▲6,218	95.5%	5,010	103.9%

## > 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94.5%、18億円改善。

## > 投資有価証券

中期経営計画で掲げているキャッシュ創出に向けた「非事業資産圧縮」のため、前期と比べ29.0億円の減少。

## > 自己株式（直近1年間取得累計約61億円）

これまでに取得した自己株式のうち、24年9月末までの取得分を同10月末に消却し、四半期で13.4億円の減少。

なお、24年10月から25年3月にかけて新たに30億円を取得中。

## > 自己資本比率

自己資本比率 69.8%と高水準を維持。

Next Agenda

# チャンネル別概況





# 2025年2月期 第3四半期単体 チャネル別売上概況

国内小売（百貨店+非百貨店+EC）は、記録的な残暑の影響で秋冬商材の立ち上がりに苦戦するも、夏物商材の継続販売や気温低下後の復調により、やや前期を上回る売上（前期比**101.3%**）で着地。百貨店が前期比89.8%と苦戦を強いられたが、売上のウェイトが高いゴルフブランドの不調によるもの。レディースブランドは堅調に推移。

一方海外は、米国の卸事業の苦戦や為替影響による押し下げ要因が影響し、前期比87.0%の着地。

		2023年2月期※ <sup>3</sup> 第3四半期実績	2024年2月期※ <sup>4</sup> 第3四半期実績	2025年2月期 第3四半期実績	前期比
国内小売	百貨店	56.4億円 (構成比：13.0%)	54.0億円 (構成比：13.0%)	48.5億円 (構成比：11.9%)	89.8%
	非百貨店※ <sup>1</sup>	185.5億円 (構成比：42.8%)	190.9億円 (構成比：45.9%)	197.3億円 (構成比：48.3%)	103.3%
	EC	103.1億円 (国内小売EC化率：29.9%)	81.3億円 (国内小売EC化率：24.9%)	84.6億円 (国内小売EC化率：25.6%)	104.0%
	国内その他※ <sup>2</sup>	50.1億円 (構成比：11.6%)	54.9億円 (構成比：13.2%)	47.7億円 (構成比：11.7%)	86.9%
	海外	37.8億円 (構成比：8.7%)	34.4億円 (構成比：8.3%)	30.0億円 (構成比：7.3%)	87.0%

※<sup>1</sup> 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、アウトレット等

※<sup>2</sup> 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

※<sup>3</sup> 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。

※<sup>4</sup> 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 第3四半期単体 EC売上実績

国内については販管コスト効率化のための販売促進費削減による売上欠損や残暑が影響したものの、限定商品・コラボ商品のヒットなどもあり、前期を上回った。

販売促進費は効果が低いと思われる施策から削減しているため、費用対効果が向上し、収益面も改善している。

海外については前期未達だが、為替影響による押し下げによるものであり、実際は回復の兆し。

	2023.2期 <sup>※2</sup> 第3四半期	2024.2期 <sup>※3</sup> 第3四半期	2025.2期 <sup>※3</sup> 第3四半期	前々期比	前期比
国内自社EC売上高 (自社EC比率)	45.1億円 (43.7%)	35.9億円 (44.1%)	35.5億円 (41.9%)	78.7% (▲1.8pt)	98.9% (▲2.2pt)
国内EC売上高 (国内EC化率) <sup>※1</sup>	103.1億円 (29.9%)	81.3億円 (24.9%)	84.6億円 (25.6%)	82.0% (▲4.3pt)	104.0% (0.7pt)
海外EC売上高 (海外EC化率)	10.7億円 (28.3%)	8.5億円 (24.9%)	8.5億円 (28.4%)	79.4% (0.1pt)	99.4% (3.5pt)
EC売上高合計 (EC化率) <sup>※1</sup>	113.9億円 (29.7%)	89.9億円 (24.9%)	93.1億円 (25.9%)	81.8% (▲3.9pt)	103.6% (0.9pt)

今後に向けて



2025年2月、  
公式ブランドオンラインストアは  
mix.tokyoに統合します。

new!

**mix.tokyo**

株式会社TSIに存在する11のECサイトおよび  
会員サービスの統合が進行中。  
サービスの拡充やブランド横断での商品提  
案により売上高の最大化を図る。

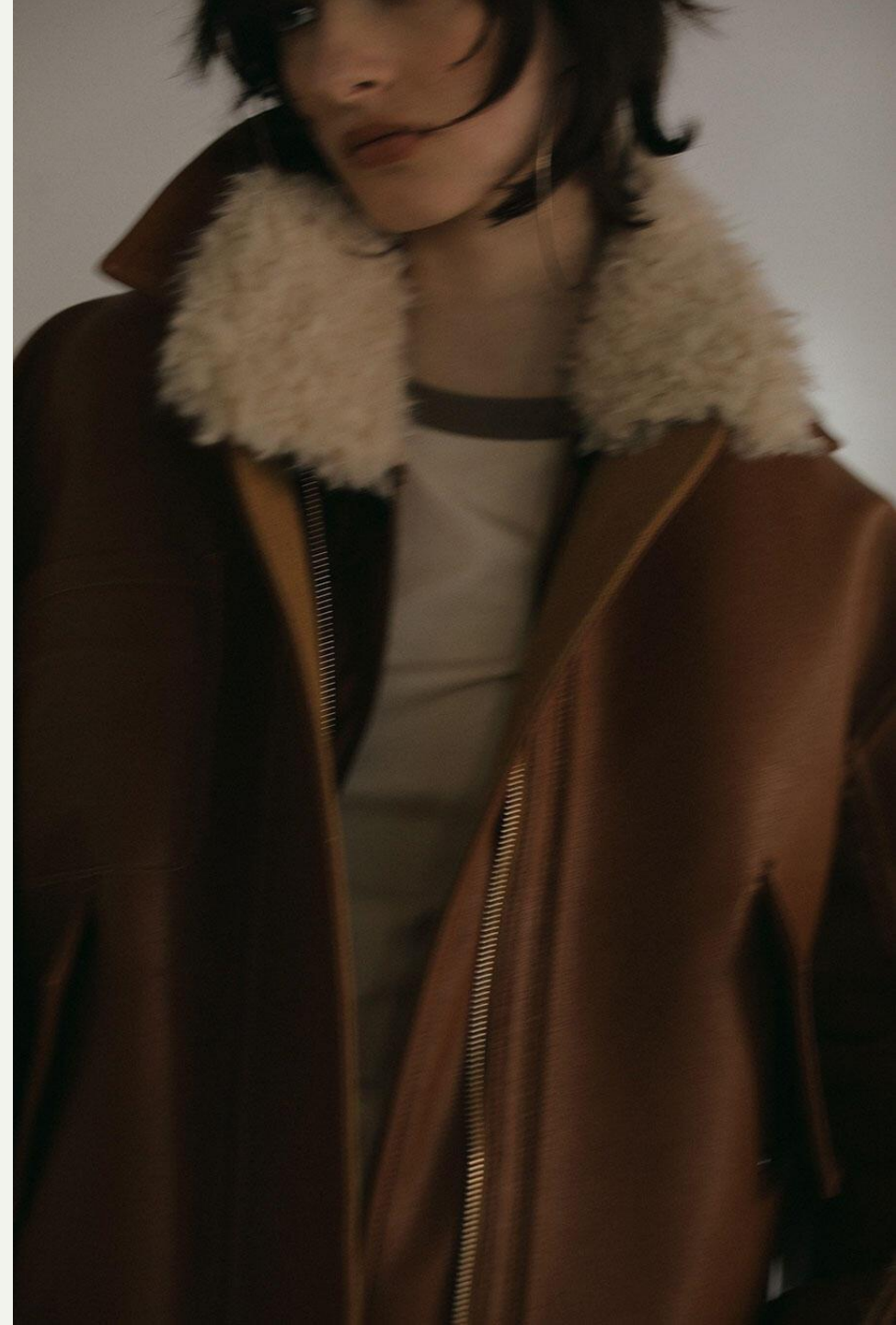
※1 EC化率について、国内その他売上（卸や社販等）を除き算出

※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 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。

Next Agenda

# ブランド別概況



# 2025年2月期 第3四半期 主力ブランドの個別概況

真夏日が10月以降に散見されるなど、前年以上に長引いた残暑により、影響の程度はブランドごとに異なるものの、秋冬商材は苦戦を強いられる結果となった。

## AVIREX®



▲ ブランドの歴史を再解釈した新しいコンセプトストアとしてオープンする。

### 前期比 109.1%

都心エリアを中心に引き続き好調に推移。上期まで苦戦気味だった店舗も売上を伸ばしており、更なる成長を続けている。

また、11月には渋谷エリアに4年振りとなる【AVIREX SHIBUYA】をオープン。今年50周年を迎えるにあたり、これまでの歴史とブランドの新たな姿を発信・体現する店舗を目指していく。

## MARGARET HOWELL

### 前期比 95.2%

不採算店舗の撤退により、前期を下回る結果となった。

今後に向けて“メンズ・ウィメンズ両方を取り扱う店舗”や“大型店舗”の出店を計画しており、売上効率や収益性を軸とした運営を進める。

## NATURAL BEAUTY BASIC

### 前期比 94.0%

顧客ニーズに沿った好調アイテムがある一方で、不調商品をカバーしきれず、商品構成の総合力でリアル店、EC共に苦戦傾向。店舗リニューアルと商品力の向上でブランド価値、顧客ロイヤリティの押上げを図る。

## NANO universe

秋冬商材の出遅れ等でリアル店で苦戦したものの、3rdPartyECの好調が全体を押し上げた。効果的な販促施策やHIT商品の創出が、ECの好調に繋がった。

### 前期比 99.5%

#### [販促施策事例]

動画クリエイティブ集団であり、SNS総フォロワー数280万人を誇る「こねこフィルム」とのコラボを実施し、動画の中で商品をコミカルに紹介した。既存顧客だけではなく、ブランドを認知していない層からも多くの反響を頂き、潜在顧客の発掘に繋がった。



▲ 12月には店舗でのイベントを実施し、好評を得た

# 2025年2月期 第3四半期 成長・好調ブランドの状況

## ETRÉ

TOKYO

Pick Up

売上前期比**117.7%**と引き続き好調の中、直営店2店舗目となるルクア大阪店が2024年11月15日にオープン。

オープン当日は予約枠が即完売し、200名以上の来店客で終日入場規制がかかるほどの賑わいを見せた。オープン限定アイテムやノベルティ、コラボアイテムが人気を集め、初日売上は目標を大きく上回る1,600万円を達成。

さらに、クリエイティブディレクターJUNNAによるサプライズ演出や、Instagram・YouTubeを中心としたSNSでの計画的なプロモーションが、顧客の熱量を引き出し、メディアミックス戦略が集客と売上向上に繋がった。



▲ ブランドのファンである“海原やすよ ともこ”の海原ともこ氏と初のコラボアイテムを展開（大阪店で先行販売）

## LE PHIL

Pick Up

今期ブランド誕生5周年を迎え「LE PHIL」に関わってくださったすべての方々の“PHIL＝愛”に支えられたことへ感謝をお伝えしながら、その愛の連鎖をより大きな輪に広げていきたいと思い、“LOVE BRINGS LOVE”というアニバーサリーテーマを掲げた。

テーマを象徴するイベントとして、2024年9月9日に「5TH ANNIVERSARY RUNWAY SHOW」を開催。2019年のブランドローンチ時にも使用した“東京都庭園美術館のガーデンテラス”で実施し、顧客を中心に招待。原点に立ち返った演出となり、特別なひと時を創り上げ、愛と感謝の輪を更に広げる機会となった。

売上前期比**131.8%**を達成し、堅調に推移。



Next Agenda

# 計画の修正について



# “足下の状況”と“今後の見通し”

## 足下の状況（第3四半期累計）

第3四半期累計  
売上高  
**1,160.5**億円  
前期差 +11.9億円  
計画差 ▲21.7億円

第3四半期累計  
営業利益  
**21.7**億円  
前期差 ▲0.4億円  
計画差 +5.2億円

売上高はやや計画から未達も、  
営業利益は計画を上回って進捗。

## 今後の見通し（第4四半期および通期予想）

12月はブランド毎の傾向差はあるものの、  
全体としては売上高・営業利益共に第3四  
半期までと同様の傾向となっている。

一方で、

- ✓ 米国市場の低迷による海外子会社の影響
- ✓ 在庫適正化のための値引き影響
- ✓ ECサイト統合に伴うサイト停止影響
- ✓ 事業撤退に関わる収益悪化

などのリスク要因があり、第4四半期は売  
上高・営業利益ともに計画を下回る見込み。

そのため、通期の累計実績は

- ✓ 売上高：下方修正
- ✓ 営業利益：計画通り

となる予想。

通期予想  
売上高  
**1,570.0**億円  
前期差 +16.2億円  
当初計画差 ▲30.0億円

通期予想  
営業利益  
**20.0**億円  
前期差 +2.4億円  
当初計画差 ±0.0億円

# 財務戦略・資本政策

中期経営計画（TIP27）に掲げる財務戦略・資本政策において、資産と資本効率の強化を目的とした非事業資産の圧縮を進めている。

その一環として、不動産の売却を実施する。

## 取得日および譲渡日程

- ▶ 契約締結日（51%取得）  
2025年1月15日（予定）
- ▶ 契約締結日（100%譲渡）  
2025年1月15日（予定）
- ▶ 物件引渡日  
2025年2月28日（予定）

## 投資不動産売却益

239億円

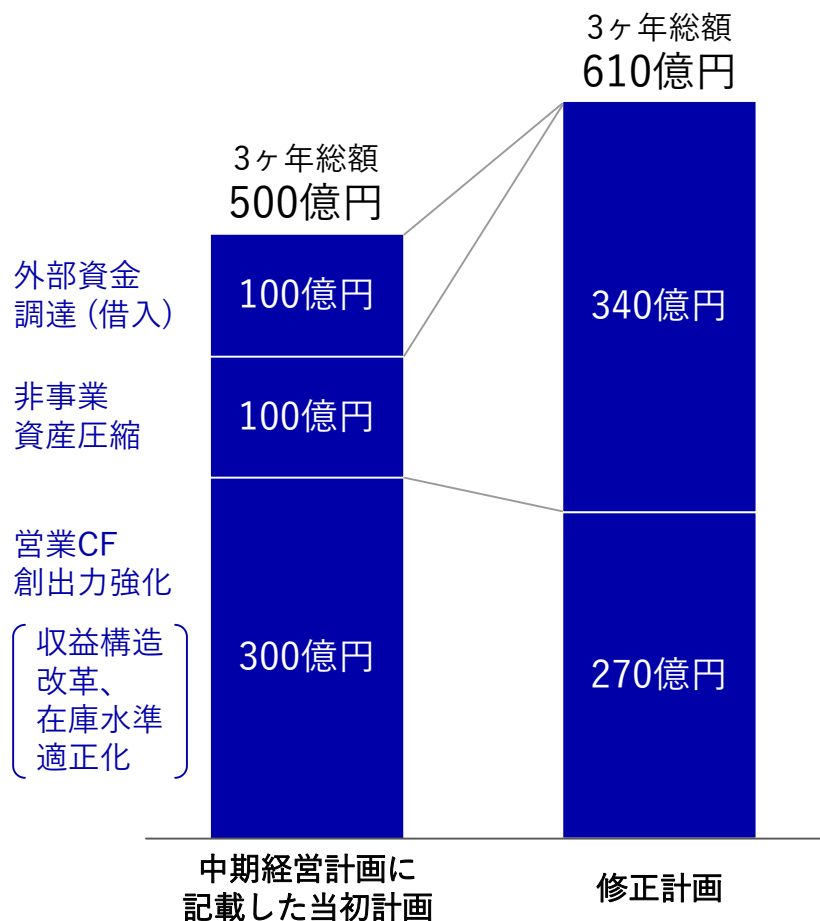
成長投資ならびに株主還元を活用  
※詳細は後述



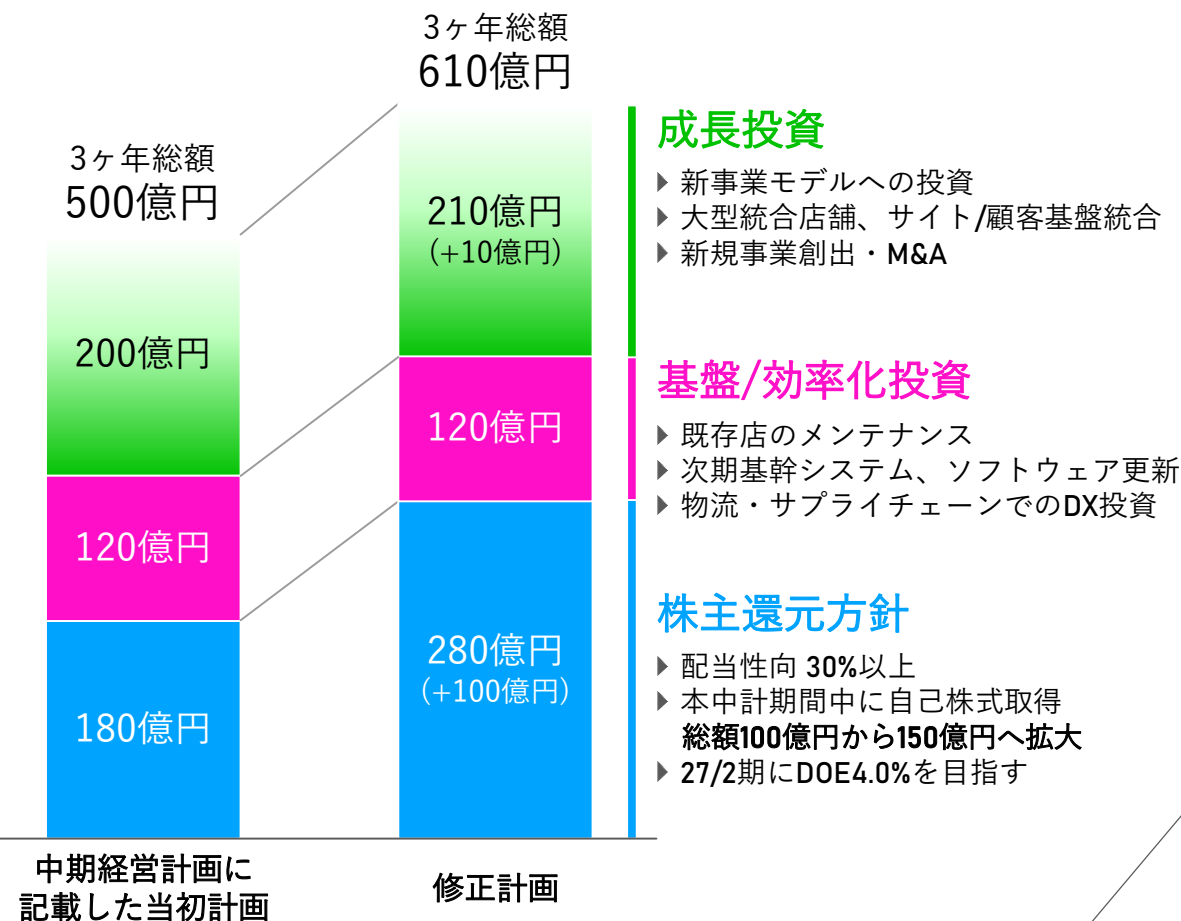
# 中期経営計画期間における“キャッシュ創出”と“資源配分”の見直し

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・株主還元に分し、更なる強化をはかる。

## キャッシュ創出



## 資源配分

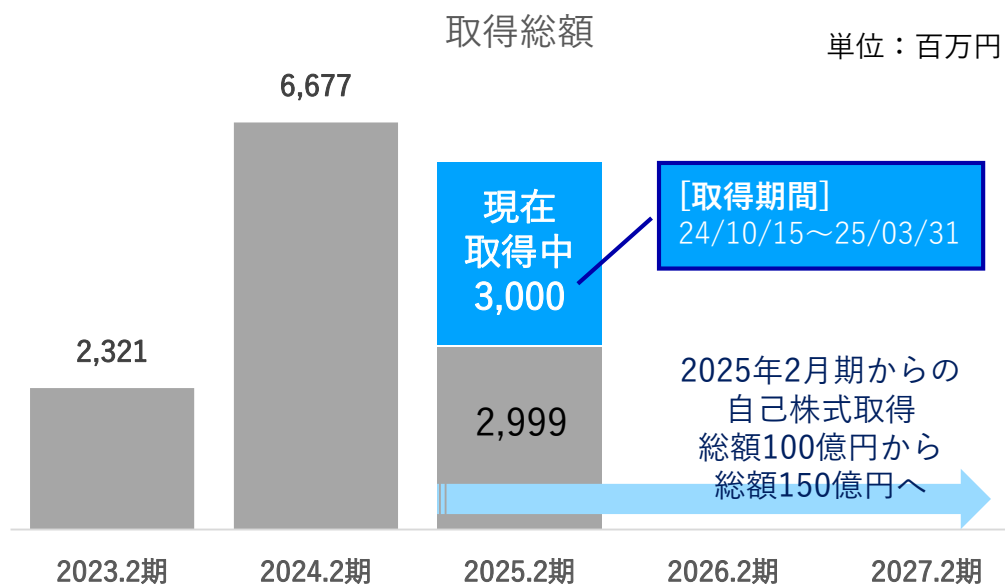


# 株主還元方針

## 自己株式の 買い付け

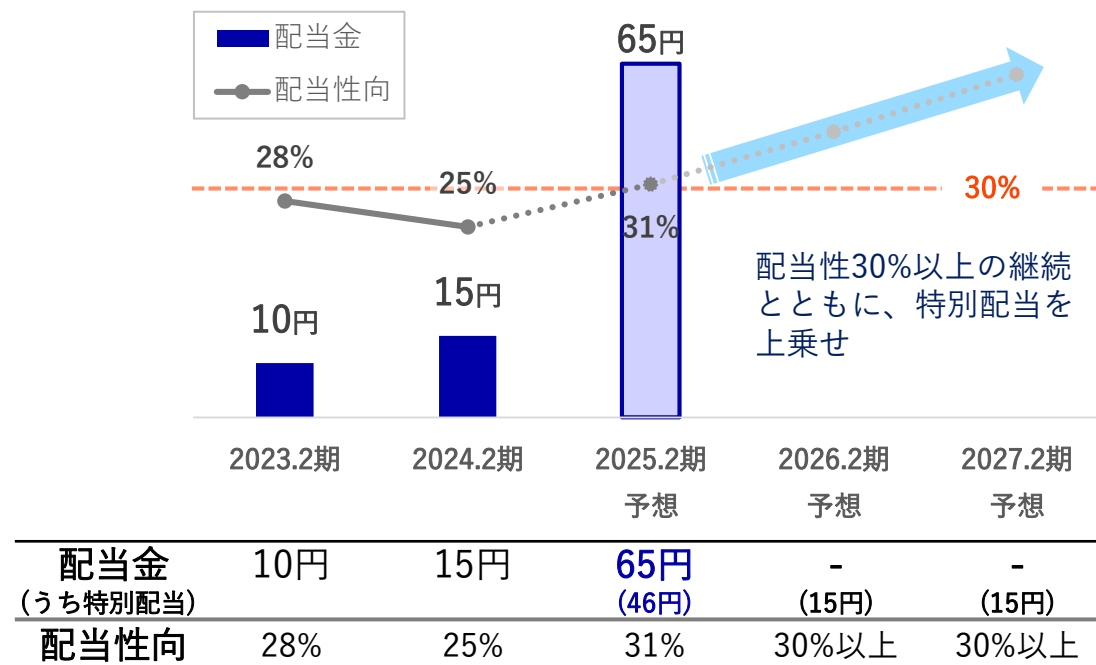
2024年4月から9月にかけて総額30億円の自己株式を取得済み。更に、同年10月より総額30億円(上限)の自己株式取得を実施しており、2025年3月に終了予定。

また、中期経営計画（TIP27）期間の自己株式取得総額を当初計画の100億円から150億円に拡大し、2026年2月期以降も自己株式取得を継続予定。



## 配当予想

特別配当として3カ年に渡って総額50億円を目安に上乗せ予定。また、2025年2月期の配当額は従来予想の1株あたり19円から65円 (+46円) に修正する。2026年2月期ならびに2027年2月期は、+15円の特別配当を実施予定。



# 通期連結業績予想について

最近の業績動向と今後の財務・資本政策内容を踏まえ、2024年4月12日に公表しました2025年2月期の連結業績予想を修正することとしましたので、下記の通りお知らせします。

	25/2期 通期予想	修正予想額	増減額
売上高	1,600億円	1,570億円	▲30億円
営業利益	20億円 (利益率：1.25%)	20億円 (利益率：1.27%)	-
経常利益	25億円 (利益率：1.56%)	25億円 (利益率：1.59%)	-
親会社株式に 帰属する当期純利益	40億円 (利益率：2.50%)	150億円 (利益率：9.55%)	+110億円
1株当たり当期純利益	53.04円	211.67円	-
1株当たり配当金	19円	65円	+46円

これまでの進捗と今後のリスク要因を踏まえ、売上高は1,570億円になる見通しです。  
また、不動産の売却により特別利益を計上し、親会社株式に帰属する当期純利益は150億円になる見通しです。

Next Agenda

# ニュース&トピックス



# ファッションの力で、未来社会を創造する

ファッションを通じた新たな挑戦で、インクルーシブな未来に貢献。

インクルーシブなウェアの開発・提供を実施。  
誰もが人生を楽しみ、笑顔になる事業活動に挑戦していく。

2024年3月より発明家の吉藤オリィ氏と共同開発を行ってきた、ロボットアームに装着するユニバーサルデザインウェア「MOVE WEAR」を、ALS患者の武藤将胤氏が企画プロデュースの「MOVE FES 2024」で武藤氏が衣装として着用。約1,500人の観客を前に披露された。当日のリハーサル中にウェアに想定外のトラブルが発生するも、その場で通気用の穴を空け排熱ができるよう改良。直前まで挑戦をし続け見事に完成した。挑戦を通じて、未来の可能性をカタチにする第一歩となった。



プロジェクトの密着ドキュメンタリー映像 <https://youtu.be/VpiNsMyygY>



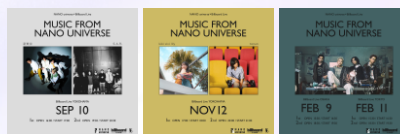
また、当社でインクルーシブウェアの受注生産「キヤスク with ZOZO」を導入。12月3日の国際障害者デーに合わせて、「NANO universe」がZOZOTOWN上で車椅子ユーザーの悩みに応えるパンツの受注販売を開始。

今後も、ダイバーシティ&インクルージョンの観点から、障がい当事者を含めたすべての人がファッションを楽しめる世界の実現を目指していきたいと考えている。

# ファッションエンターテインメントの提供で、新たな価値を創出

ファッションを原動力に、人々にエネルギーとパッションを届ける

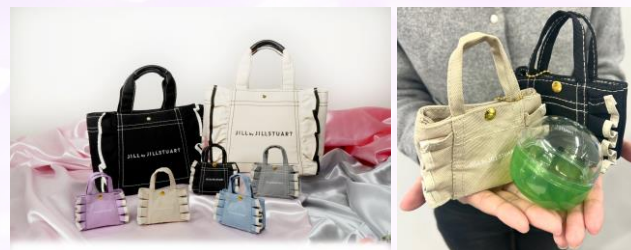
**NANO  
universe**  
× music



## 創立25周年記念ライブイベント “music from NANO universe”

ファッション×音楽をテーマにBillboard Liveとライブイベントを、年間を通じて共同開催し、新たな感動と洗練された体験を提供した。こだわりを込めたコラボ商品は会場で好評を受け期間限定で再販。今回の取り組みを通して、ファンの熱狂を生み出した。

**JILL by JILL STUART** × toy



## カプセルマシーン“ミニフリルトートバッグのキーホルダー”

人気商品であるフリルトートバッグをミニチュアのキーホルダーにしたカプセルトイが、株式会社トイズスピリッツから初登場。発売当初から話題を集め、完売が相次ぐ嬉しい反響をいただき、ご愛用いただいているフリルトートバッグに合わせるなど、様々な楽しみ方を創造。



× local communities



## 地域共創“北海道上川町の特産品を使ったスイーツ”

TSIと包括連携協定を結んでいる上川町の特産品を使用した3種のスペシャルスイーツを、川本耕平パティシェが作製し、天王洲アイルで開催された「TENNOZ CANALFES 2024 AUTUMN&WINTER」にて販売。地域共創や上川町の魅力発信に寄与した。

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



PROPORTION



# 2025年2月期 第3四半期業績ハイライト

## 第3四半期概況

(新収益認識基準)

	2024.2期 第3四半期		2025.2期 第3四半期			
	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 (%)
売上高	41,578	+100.0	40,821	+100.0	▲757	98.2
売上総利益	23,360	+56.2	22,911	+56.1	▲449	98.1
販管費	21,669	+52.1	20,511	+50.2	▲1,158	94.7
販管費 (のれん償却費・減価償却費 除)	20,707	+49.8	19,679	+48.2	▲1,027	95.0
のれん償却費	125	+0.3	86	+0.2	▲39	68.9
減価償却費	836	+2.0	744	+1.8	▲91	89.0
営業利益	1,690	+4.1	2,399	+5.9	709	141.9
経常利益	2,036	+4.9	2,642	+6.5	606	129.8
特別利益	910	+2.2	516	+1.3	▲393	56.7
特別損失	382	+0.9	1,658	+4.1	1,275	433.3
税金等調整前四半期純利益	2,563	+6.2	1,500	+3.7	▲1,062	58.5
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,818	+4.4	951	+2.3	▲866	52.3
EBITDA ※	2,653	+6.4	3,231	+7.9	578	121.8

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

# 2025年2月期 第3四半期業績ハイライト

## 第3四半期概況(累計)

(新収益認識基準)

	2024.2期 第3四半期累計		2025.2期 第3四半期累計			
	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	114,857	100.0	116,051	100.0	1,194	101.0
売上総利益	64,201	55.9	63,465	54.7	▲735	98.9
販管費	61,978	54.0	61,287	52.8	▲690	98.9
販管費 (のれん償却費・減価償却費 除)	59,235	51.6	58,690	50.6	▲544	99.1
のれん償却費	356	0.3	330	0.3	▲26	92.6
減価償却費	2,385	2.1	2,266	2.0	▲119	95.0
営業利益	2,223	1.9	2,178	1.9	▲45	98.0
経常利益	3,645	3.2	2,475	2.1	▲1,169	67.9
特別利益	1,421	1.2	983	0.8	▲437	69.2
特別損失	486	0.4	2,000	1.7	1,513	411.1
税金等調整前四半期純利益	4,580	4.0	1,459	1.3	▲3,120	31.9
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,290	2.9	159	0.1	▲3,130	4.9
EBITDA ※	4,965	4.3	4,775	4.1	▲190	96.2

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

# 2025年2月期 第3四半期業績ハイライト

## 販路別の売上高

(新収益認識基準)

	2024.2期 第3四半期計		2025.2期 第3四半期計			
	実績 <sup>※3</sup> (百万円)	構成比 (%)	実績 <sup>※3</sup> (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
百貨店	14,802	12.9	14,161	12.2	95.7	▲0.7pt
非百貨店 <sup>※1</sup>	52,030	45.3	54,915	47.3	105.5	+2.0pt
自社サイト	11,437	10.0	10,710	9.2	93.6	▲0.7pt
その他	13,366	11.6	13,706	11.8	102.5	+0.2pt
EC(E-Commerce)	24,803	21.6	24,417	21.0	98.4	▲0.6pt
その他 <sup>※2</sup>	13,920	12.1	14,115	12.2	101.4	+0.0pt
国内合計	105,557	91.9	107,609	92.7	101.9	+0.8pt
EC(E-Commerce)	2,699	2.3	2,628	2.3	97.4	▲0.1pt
海外合計	9,299	8.1	8,441	7.3	90.8	▲0.8pt
EC(E-Commerce)	27,502	23.9	27,046	23.3	98.3	▲0.6pt
総合計	114,857	100.0	116,051	100.0	101.0	-

※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

※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 第3四半期業績ハイライト

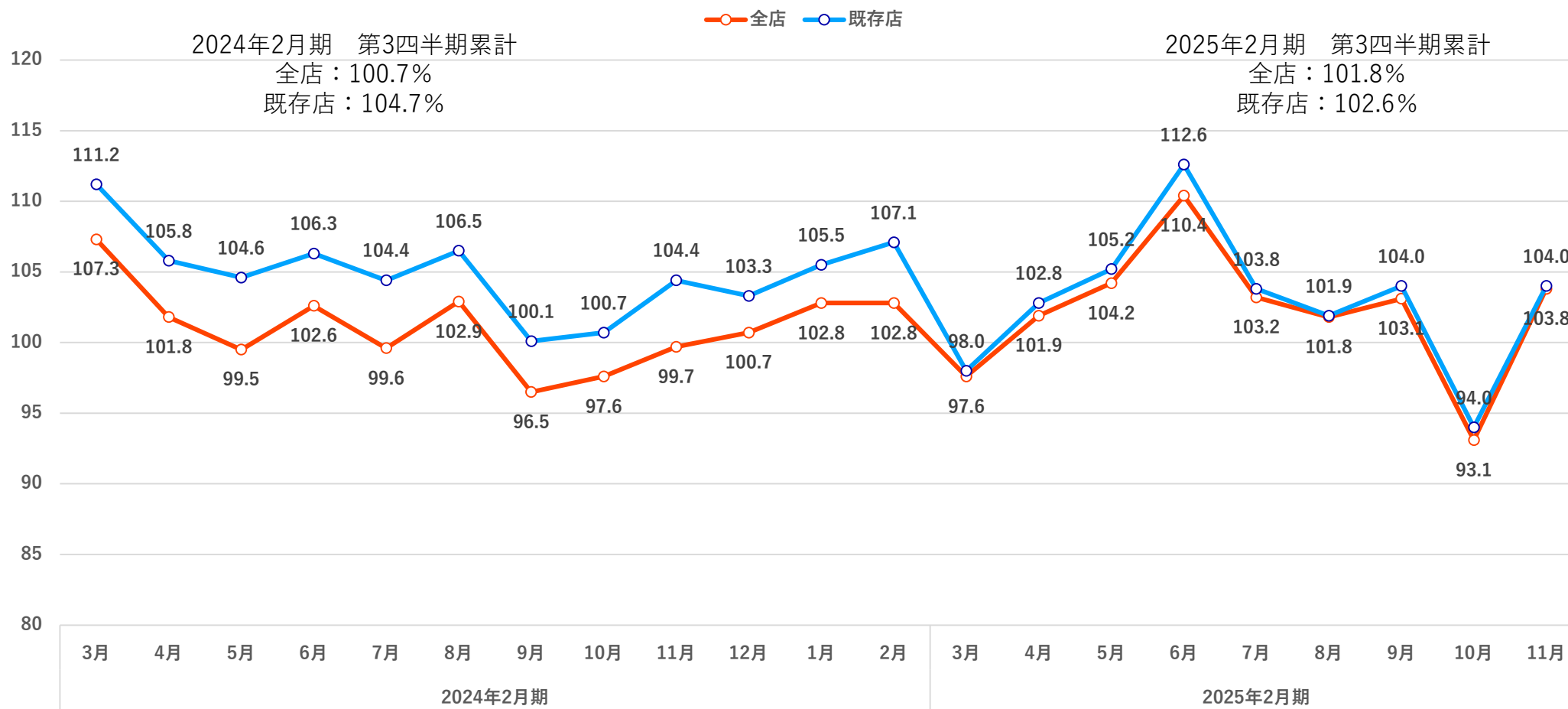
## ブランド別の売上高

(新収益認識基準)

	2024.2期 第3四半期計			2025.2期 第3四半期計			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. PEARLY GATES	12,047	10.5	58.4	11,558	10.0	51.9	95.9	▲6.5pt
2. MARGARET HOWELL	10,376	9.0	64.7	10,355	8.9	64.4	99.8	▲0.3pt
3. NANO universe	10,110	8.8	53.0	10,267	8.8	55.5	101.6	+2.5pt
4. NATURAL BEAUTY BASIC	8,605	7.5	64.9	8,154	7.0	64.6	94.8	▲0.2pt
5. HUF	6,723	5.9	52.0	6,097	5.3	51.1	90.7	▲0.9pt
6. AVIREX	5,567	4.8	58.3	6,013	5.2	59.3	108.0	+1.0pt
7. STUSSY	3,905	3.4	63.7	4,719	4.1	54.7	120.8	▲9.0pt
8. new balance golf	3,661	3.2	50.1	3,872	3.3	47.8	105.8	▲2.3pt
9. human woman	3,323	2.9	65.6	3,218	2.8	63.7	96.8	▲1.9pt
10. Jack Bunny!!	2,612	2.3	48.0	2,404	2.1	46.1	92.0	▲1.8pt
TOP10 計	66,935	58.3	58.5	66,663	57.4	56.9	99.6	▲1.6pt
その他 計	47,334	41.2	52.3	49,380	42.6	51.7	104.3	▲0.6pt
継続ブランド 計	114,270	99.5	55.9	116,043	100.0	54.7	101.6	▲1.2pt
廃止ブランド 等	586	0.5	50.7	7	0.0	74.8	1.3	+24.2pt
合計	114,857	100.0	55.9	116,051	100.0	54.7	101.0	▲1.2pt

# 2025年2月期 第3四半期業績ハイライト

## 国内 既存店・全店 売上高の推移



# 2025年2月期 第3四半期業績ハイライト

## 店舗数の状況

		2024.2期 第3四半期	2024.2期 期末	出店	退店	2025.2期 第3四半期	前年同期差	前期末差
ア パ レ ル	国内	742	731	+43	▲45	729	▲13	▲2
	海外	30	30	+4	▲5	29	▲1	▲1
	合計	772	761	+47	▲50	758	▲14	▲3
飲 食	国内	8	6	-	-	6	▲2	0
コ ス メ	国内	35	31	+1	▲1	31	▲4	0
総計		815	798	+48	▲51	795	▲20	▲3

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。