



FROM JAPAN TO THE WORLD

TOKYO BASE

2025年1月期 通期決算資料

2025年3月17日

AGENDA

2025年1月期	通期業績結果	・・・・・・・・・・・・・・・・	P3 – P16
2025年1月期	取組課題進捗 および TOPICS	・・・・・・・・・・・・・・・・	P17 – P31
2026年1月期	通期業績予想 および 中期経営計画取り組み	・・・・・・・・	P32 – P50
APPENDIX.1	ESG方針 および 関連会社情報	・・・・・・・・	P51 – P62
APPENDIX.2	ブランド紹介	・・・・・・・・	P63 – P73

留意事項

※ 本ページ以後、STUDIOUSを「ST」、STUDIOUS TOKYOを「STT」、UNITED TOKYOを「UT」、PUBLIC TOKYOを「PT」、A+ TOKYOを「AT」、CITY TOKYOを「CT」、THE TOKYOを「TT」、CONZを「CZ」、RITANを「RT」、GOOD EDITIONを「GE」と略記（ST業態には「STT」を含む）

本資料には、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。これら将来展望に関する表明のなかには、様々なリスクや不確実性が内在致します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

本資料は、当社の株式の購入、売却等の投資を勧誘するものではありません。

また、各種データ等については細心の注意を払って作成しておりますが、記載情報の誤りや第三者によるデータの改ざん等、本資料に関連して生じる障害や損害について、その理由の如何に関わらず当社は一切責任を負うものではありません。

**2025年1月期 通期
通期業績結果**

売上高

202.0 億円

前期比 101.1%

計画比 101.0%

営業利益

14.7 億円

前期比 167.1%

計画比 92.1%

経常利益

14.7 億円

前期比 131.5%

計画比 105.4%

当期利益

7.7 億円

前期比 231.6%

計画比 103.6%

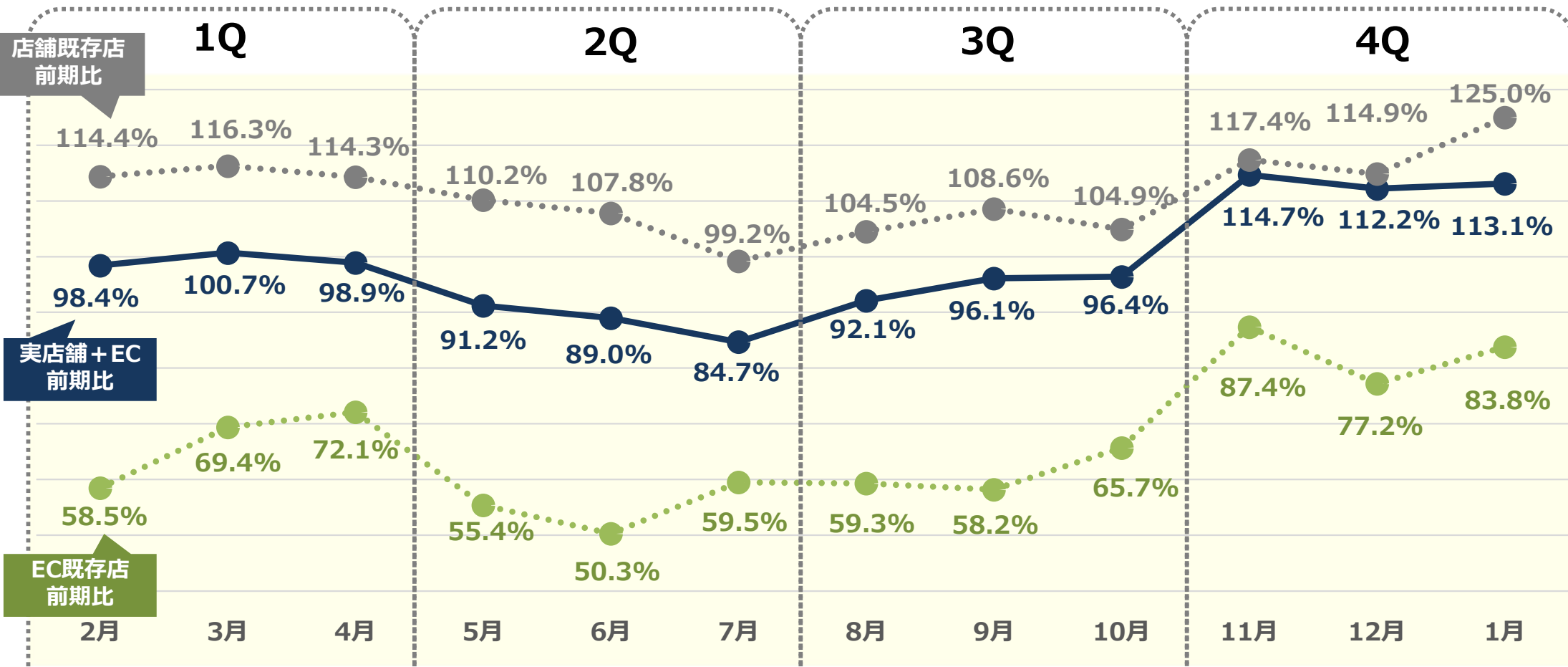
【対前期】

- ▶ 構造改革の減収を、実店舗の増収で取り込んで **過去最高売上更新**
- ▶ 賃上げの人件費増を、構造改革による収益性改善で取り込み **大幅増益達成**

【対計画】

- ▶ 中国事業の回復遅れを、好調な日本事業でカバーするも、営業利益のみ計画に届かず

2025年1月期通期 連結P/L実績 — 売上高推移 —



インバウンド好調
⇒春節の中国人回復

猛暑対応商品不足
⇒次期から方針変更

残暑による伸び悩み

Q3までの未達を
Q4で取り戻し
対前年/計画達成

2025年1月期通期 連結P/L実績

(百万円)

	2025年1月期		2024年1月期			2025年1月期		
	実績	構成比	前期	前期比	増減	計画	計画比	増減
売上高	20,207	100.0%	19,986	101.1%	+221	20,000	101.0%	+207
日本単体 ※1	19,035	---	18,139	104.9%	+896	18,200	104.6%	+835
香港単体 ※2	287	---	295	97.3%	△8	250	114.8%	+37
中国単体 ※3	1,203	---	1,915	62.8%	△712	1,550	77.6%	△347
売上総利益	10,435	51.6%	10,015	104.2%	+420	10,400	100.3%	+35
販管費	8,962	44.4%	9,134	98.1%	△171	8,800	101.8%	+162
営業利益	1,472	7.3%	881	167.1%	+591	1,600	92.1%	△127
日本単体 ※1	1,765	9.3%	1,476	119.6%	+289	1,590	111.1%	+175
香港単体 ※2	12	4.4%	47	25.5%	△35	10	120.0%	+2
中国単体 ※3	▲311	---	▲649	---	+338	0	---	△311
経常利益	1,475	7.3%	1,122	131.5%	+353	1,400	105.4%	+75
当期利益	776	3.8%	335	231.6%	+441	750	103.6%	+26

※1:TOKYO BASE (日本単体) ※2:TOKYO BASE HK LTD. ※3:東百国際貿易(上海)有限公司

2025年1月期通期 連結P/L実績 — 対前期増減要因 —

売上高 **202.0 億円** / 前期比 101.1%

増収要因	実店舗既存店売上増加（前期比111.6%）	+15.5 億円
	既存事業の新規出店店舗売上（4店舗）	+5.3 億円
	新業態(CONZ)、リニューアル業態(CT)による売上増加	+2.2 億円
減収要因	EC構造改革によるEC事業減収	▲15.8 億円
	中国不採算店舗退店による中国事業減収	▲6.8 億円
	香港STT旗艦店の移設工事休業期間による香港事業減収	▲0.1 億円

売上総利益率 **51.6 %** / 前期差 +1.5p（良化）

良化要因	EC構造改革(値引抑制)によるEC粗利率の改善	+1.4p
	オリジナル業態の適正プライシング設計による値入率改善	+1.2p
	実店舗セール期(7-8月/1月)の値引率抑制による改善	+0.8p
	総在庫減少による在庫引当金額の減少	+0.2p
悪化要因	各国売上構成比の変化（高粗利率の中国事業売上減少）	▲1.9p
	ファミリーセール3回実施による粗利悪化（前期は2回実施/+1回分）	▲0.2p

2025年1月期通期 連結P/L実績 — 対前期増減要因 —

販管費率 **44.4%** / 前期差 $\Delta 1.3\text{p}$ (良化)

人件費	28.7 億円	前期差 +2.2p	当期開始(2月)より賃金ベースアップ実施
地代家賃	35.2 億円	前期差 $\Delta 0.8\text{p}$	中国不採算店舗退店、ZOZO売上減に伴う変動家賃減
減価償却費	5.1 億円	前期差 $\Delta 2.6\text{p}$	中国不採算店舗退店による使用権資産/固定資産減少
その他	20.6 億円	前期差 $\Delta 0.0\text{p}$	EC売上減少に伴う運賃減 等

営業利益 **14.7 億円** / 前期比 167.1%

日本	17.6 億円	前期差 +2.8億円	人件費増を売上総利益率改善で取り込み過去最高益達成
香港	0.1 億円	前期差 $\Delta 0.3$ 億円	STT旗艦店への場所移設による休業期間および開業経費
中国	▲3.1 億円	前期差 +3.3億円	中国不採算店舗退店促進による赤字幅の減少

経常利益 **14.7 億円** / 前期比 131.5%

営業外損益	0.0 億円	前期差 $\Delta 2.3$ 億円	為替差益 (前期は円安進行で為替差益が大きく発生している)
-------	--------	---------------------	-------------------------------

当期利益 **7.7 億円** / 前期比 231.6%

特別損失	2.3 億円	前期差 $\Delta 0.8$ 億円	中国不採算店舗退店による減損発生 (前期からは減少)
法人税等	4.6 億円	前期差 $\Delta 0.5$ 億円	今期、賃上減税適用にて前期より法人税減少

2025年1月期通期 販路別売上（店頭売上ベース）

- ▶ 実店舗既存店は、日本、香港、中国ともに二桁増加
- ▶ ECクーポン廃止により収益認識が減少したことで、その他売上高が増加

(百万円)

	通期 合計			通期 既存店合計		
	25年1月期	24年1月期	前期比	25年1月期	24年1月期	前期比
実店舗	16,419	15,087	108.8%	14,977	13,426	111.6%
日本	14,633	12,609	116.1%	13,566	12,210	111.1%
香港※1	578	589	98.0%	455	407	111.8%
中国	1,208	1,888	64.0%	955	807	118.3%
EC	3,316	4,899	67.7%	3,302	4,899	67.4%
その他 ※2	471	▲0	---	---	---	---
合計	20,207	19,986	101.1%	18,280	18,325	99.8%

※1. 香港は店頭売上基準（決算上の香港法人売上高は業務委託収入の為、店頭売上とは異なる）

※2. その他項目には、ファミリーセール等の売上および収益認識等の調整分を算入している。

2025年1月期通期 業態別売上（実店舗のみ）

- ▶ 実店舗既存店は、セレクト事業、自社ブランド事業ともに二桁増加
- ▶ CZは順調な事業スタート、CTはリニューアル後に既存店大幅伸長

（百万円）

	通期 合計			通期 既存店合計		
	25年1月期	24年1月期	前期比	25年1月期	24年1月期	前期比
セレクト事業	8,752	7,962	109.9%	8,163	7,281	112.1%
STUDIOUS	7,297	6,911	105.6%	6,963	6,230	111.8%
THE TOKYO	1,329	1,051	126.4%	1,199	1,051	114.1%
CONZ	125	---	---	---	---	---
自社ブランド事業	7,667	7,124	107.6%	6,814	6,144	110.9%
UNITED TOKYO	4,283	3,933	108.9%	3,965	3,621	109.5%
PUBLIC TOKYO	2,732	2,609	104.7%	2,197	1,941	113.2%
CITY TOKYO	651	581	112.1%	651	581	112.1%
合計	16,419	15,087	108.8%	14,977	13,426	111.6%

※ 連結ベース（日本、香港、中国）の実店舗売上合算値

2025年1月期通期 店舗数増減

- ▶ CZ業態スタート（実店舗2/EC店2）、CT業態リニューアル（実店舗4）
- ▶ 下期に出店したTT渋谷店、ST京都三条店がインバウンド層にヒット
- ▶ 中国事業は6店舗閉店し全ての不採算店舗閉店完了、期末店舗数6

	25年1月期				24年1月期	前期増減
	出店	退店	改装	期末店舗数	期末店舗数	
日本	8	2	6	74	68	+6
STUDIOUS	1	---	2	30	29	+1
UNITED TOKYO	2	---	---	17	15	+2
PUBLIC TOKYO	---	2	---	10	12	▲2
CITY TOKYO	---	---	4	6	6	±0
THE TOKYO	1	---	---	7	6	+1
CONZ	4	---	---	4	---	+4
(うちEC店)	2	---	---	(13)	(11)	+2
香港	1	1	---	3	3	±0
中国	0	6	---	6	12	▲6
合計	9	9	6	83	83	0

2025年1月期通期 店舗数増減

新規出店 9店舗

UTなんば店 (4月OPEN)



STT香港店 (10月OPEN)



CZ原宿店 (9月OPEN)



TT渋谷店 (10月OPEN)



CZ新宿店 (9月OPEN)



ST京都三条店 (10月OPEN)



UT北千住店 (9月OPEN)



CZ自社EC店 (9月OPEN)

CZ ZOZO店 (12月OPEN)

改装 6店舗

ST WOMENS新宿店 (3月)



CT MENS新宿店 (9月)



ST WOMENS有楽町店 (3月)



CT WOMENS新宿店 (9月)



CT 大阪店 (9月)



CT 池袋店 (9月)



2025年1月期通期 連結B/S実績

(百万円)

	25年1月期 (4Q末)	24年1月期 (4Q末)	前期差
流動資産	8,341	8,678	▲337
現金及び預金	3,669	4,163	▲494
売掛金	1,400	1,046	+353
商品	2,895	3,123	▲227
その他	376	345	+30
固定資産	3,113	3,209	▲96
有形固定資産	1,412	1,721	▲309
無形固定資産	24	37	▲13
繰延税金資産	108	140	▲32
差入保証金	1,350	1,280	+69
長期貸付金	144	0	+144
その他	74	29	+45
資産合計	11,454	11,888	▲433

	25年1月期 (4Q末)	24年1 (4Q末)	前期差
流動負債	4,761	4,329	+431
買掛金	1,244	717	+526
短期借入金	700	900	▲200
一年内返済予定長期借入金	1,620	1,361	+258
短期リース債務	61	199	▲138
未払法人税等	210	390	▲179
その他	923	760	+163
固定負債	1,585	2,024	▲439
長期借入金	1,565	1,852	▲287
長期リース債務	0	130	▲130
資産除去債務	20	41	▲21
負債合計	6,346	6,354	▲7
純資産	5,108	5,533	▲425
資本金	623	576	+47
資本剰余金	607	560	+47
利益剰余金	4,063	4,470	▲406
自己株式	▲0	0	▲0
その他	▲186	▲73	▲112
負債純資産合計	11,454	11,888	▲433

2025年1月期通期 連結B/S実績

資産 前期差▲4.3 億円減

増			減		
売掛金	+3.5億円	売上増	現預金	▲4.9億円	自己株式取得9.9億円よる支出等
長期貸付金	+1.4億円	NY子会社への貸付	商品	▲2.2億円	発注精度向上による棚卸資産減少
			有形固定資産	▲3.0億円	中国不採算店舗退店

負債 前期差▲0.0 億円減

増			減		
買掛金	+5.2億円	25SS(春商品)の前倒し入荷	借入金(短期+長期)	▲2.2億円	銀行借入金減少
			リース債務	▲1.3億円	支払いによる減少
			未払法人税等	▲1.8億円	当期計上分と納税との増減

純資産 前期差▲4.2 億円減

増			減		
利益剰余金(内訳)	+7.7億円	当期純利益 +4.4億円	利益剰余金(内訳)	▲11.8億円	自己株式消却 ▲10.0億円 配当金の支払 ▲1.8億円
			その他	▲1.1億円	為替調整勘定 ▲1.9億円

2025年1月期通期 連結CF実績

(百万円)

	25年1月期	24年1月期	前期比
営業CF	1,744	828	+915
税前当期利益	1,244	852	+391
減価償却費	467	953	▲486
棚卸資産増減	267	▲459	+726
売上債権/仕入債務増減	▲58	▲41	▲16
その他	▲176	▲476	+300
投資CF	▲758	▲115	▲642
固定資産増減	▲418	▲104	▲313
差入保証金増減	▲87	70	▲157
その他	▲253	▲80	▲173
フリーCF	986	713	+272
財務CF	▲1,502	934	▲2,436
借入金増減	▲228	1,496	▲1,725
自己株式	▲1,000	0	▲1,000
配当金支払	▲183	▲91	▲91
その他	▲89	▲470	+381
現金及び現金同等物の期末残高	3,669	4,163	▲494

棚卸資産改善

- ・発注精度向上による当期商品仕入の減少
- ・キャリー在庫消化促進

自社株買⇒消却実行

2025年1月期通期 株主資本/還元指標実績

PBR	
今期	2.82
前期	2.74
前期差	+0.08

ROE	
今期	14.6%
前期	6.2%
前期差	+8.4p

売上高営業利益率	
今期	7.3%
前期	4.4%
前期差	+2.9p

総資産経常利益率	
今期	12.6%
前期	9.7%
前期差	+2.9p

配当金	
今期	5 円
前期	4 円
前期比	+1 円

DOE (純資産配当率)	
今期	4.3%
前期	3.3%
前期差	+0.9p

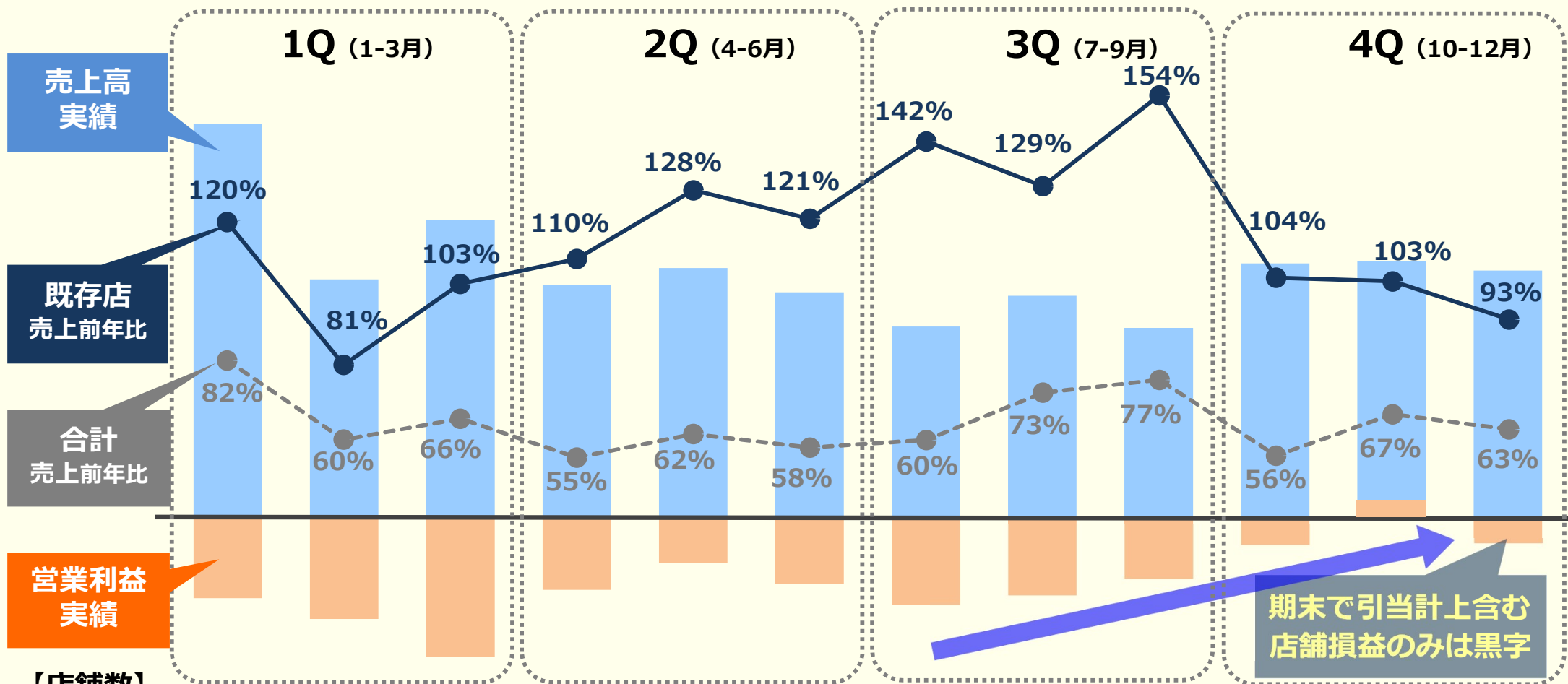
自己資本比率	
今期	44.5%
前期	46.5%
前期差	▲2.0p

配当性向	
今期	28.0%
前期	54.8%
前期差	▲26.8p

総還元性向	
今期	156.7%
前期	54.8%
前期差	+101.9p

2025年1月期 通期
取組課題進捗 および TOPICS

▶ 3Qで利益改善が進み、4Qで11月単月黒字達成 ⇒ 見込みよりは回復が遅れるも構造改革に目途



【店舗数】

25/1期	12店舗	12店舗	11店舗	9店舗	9店舗	8店舗	7店舗	7店舗	7店舗	7店舗	6店舗	6店舗
24/1期	25店舗	24店舗	23店舗	22店舗	21店舗	17店舗	17店舗	17店舗	15店舗	15店舗	14店舗	12店舗
前期差	▲13店舗	▲12店舗	▲12店舗	▲13店舗	▲12店舗	▲9店舗	▲10店舗	▲10店舗	▲8店舗	▲8店舗	▲8店舗	▲6店舗

▶ 黒字体質を盤石にする為、ハイリスク型店舗を契約満期でミドルリスク型店舗へ順次移管

北京三里屯店 1-2F/ **110坪**
(設備費減損済)



26年8月
契約満期

45坪区画に店舗移設

上海新天地店 1-2F/ **83坪**
(設備費減損済)



26年6月
契約満期

**45坪区画の路面店
への移設検討中**

上海太古里店 1-2F/ **106坪**
(満期退店時減損約20百万円発生)



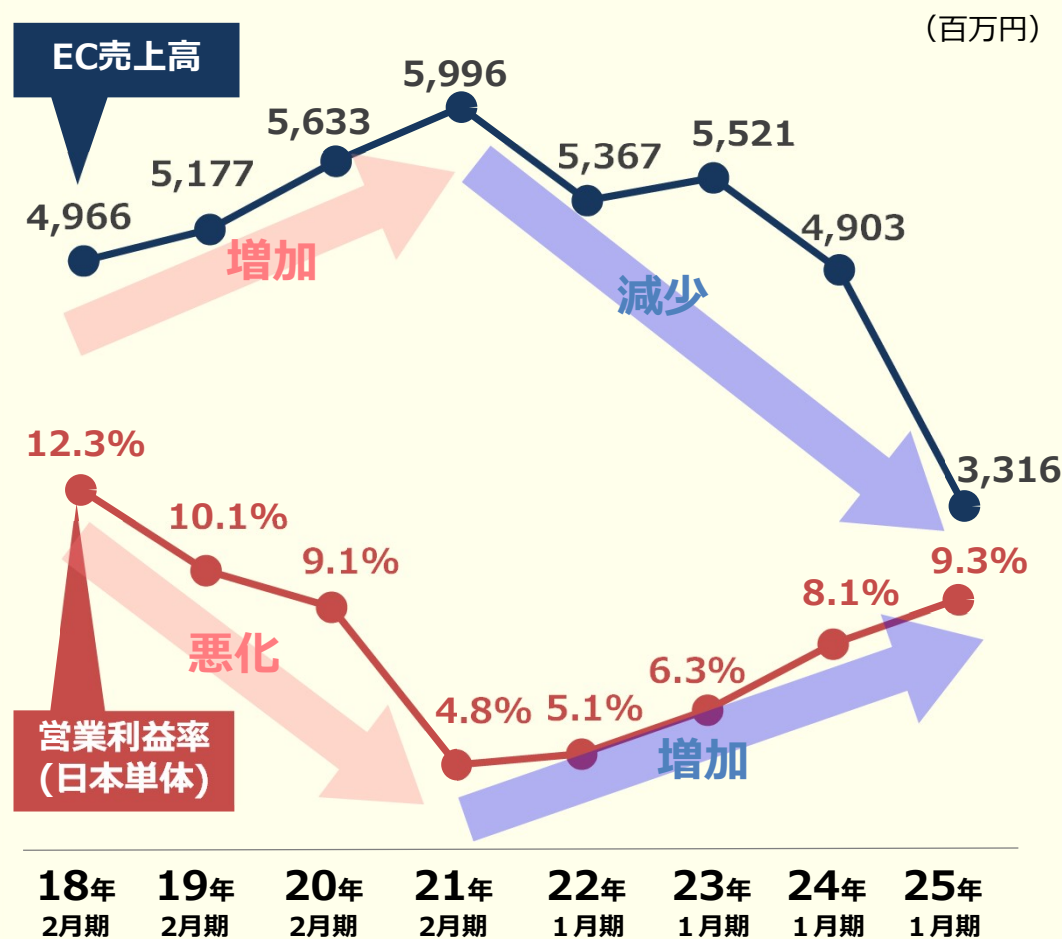
26年8月
契約満期

**60坪区画へ
賃料の安い2Fを残し
1F部分は明け渡し**

これらの減坪施策も加え、26年1月期は営業利益黒字を確実なものとする

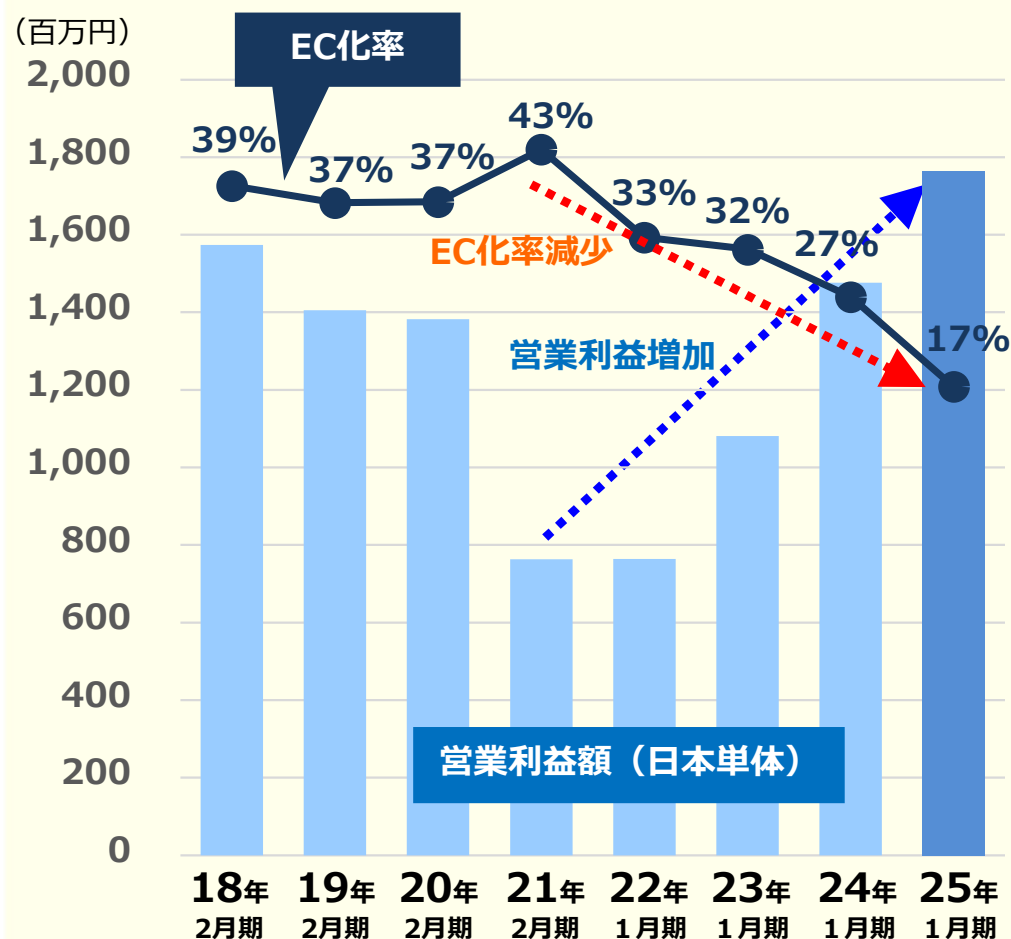
- ▶ 過去、EC売上を追いかけることで収益性が逡減 ⇒ コロナ化の21年2月期にシフトチェンジ
- ▶ EC専用商材を止め営業利益は回復していき、今期、完全に値引施策を止めた事で過去最高益達成

“EC売上高”と“営業利益率(日本単体)”の相反



※決算月変更をした22年1月期は12カ月換算としている

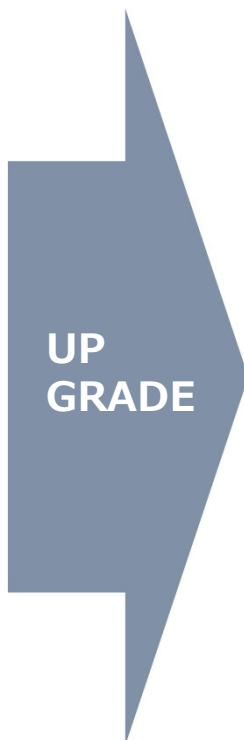
“営業利益高(日本単体)”と“EC化率”の相反



※決算月変更をした22年1月期は12カ月換算としている

- ▶ 年間を通してEC値引施策を行わなかった結果・・・ **EC売上減少** < **全社で増収増益**
⇒ 粗利率改善、実店舗大幅増収につながり、日本単体は過去最高売上/営業利益更新
- ▶ 今後もECにおいては値引抑制継続し、**高感度路線を追求し新たなEC事業を創造する**

商品訴求画像（実売最大化）



イメージ訴求画像へ（高感度EC路線）



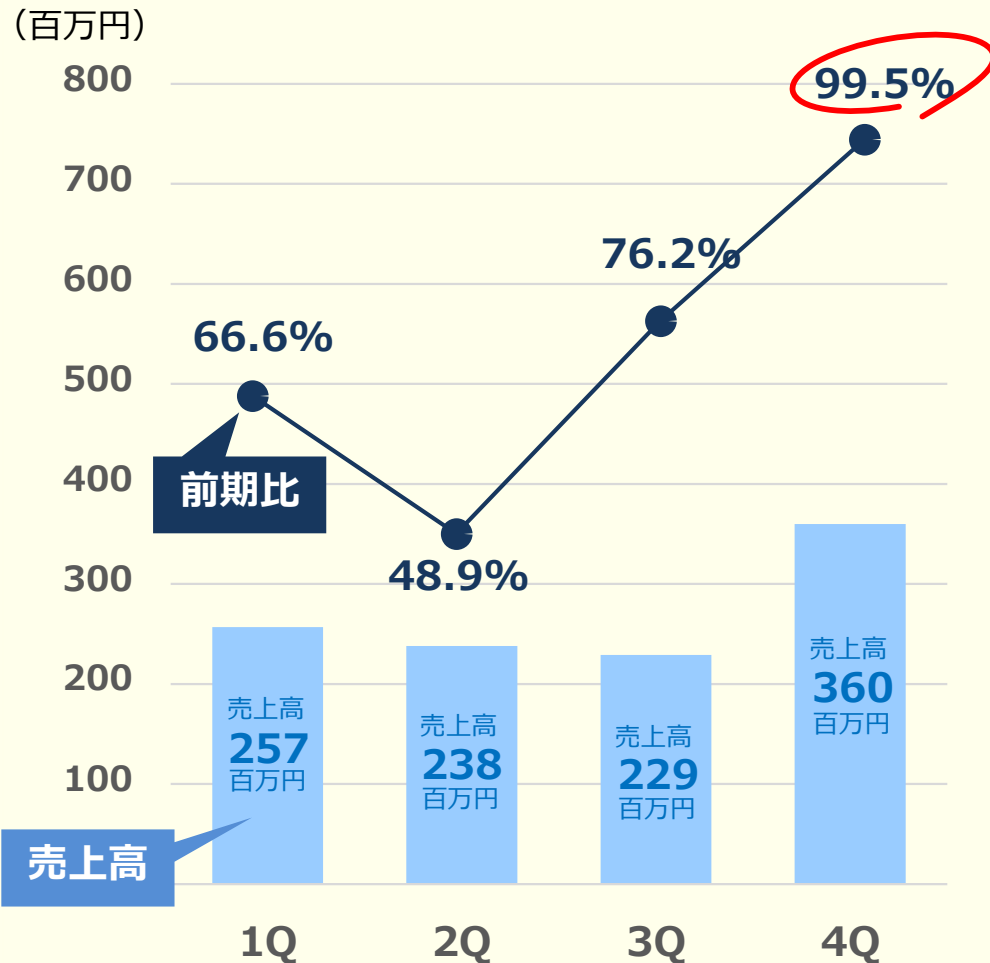
▶ 値引き施策抑制（タイムセール、クーポン）により、EC事業は前年比67.7%と減収となる

(百万円)

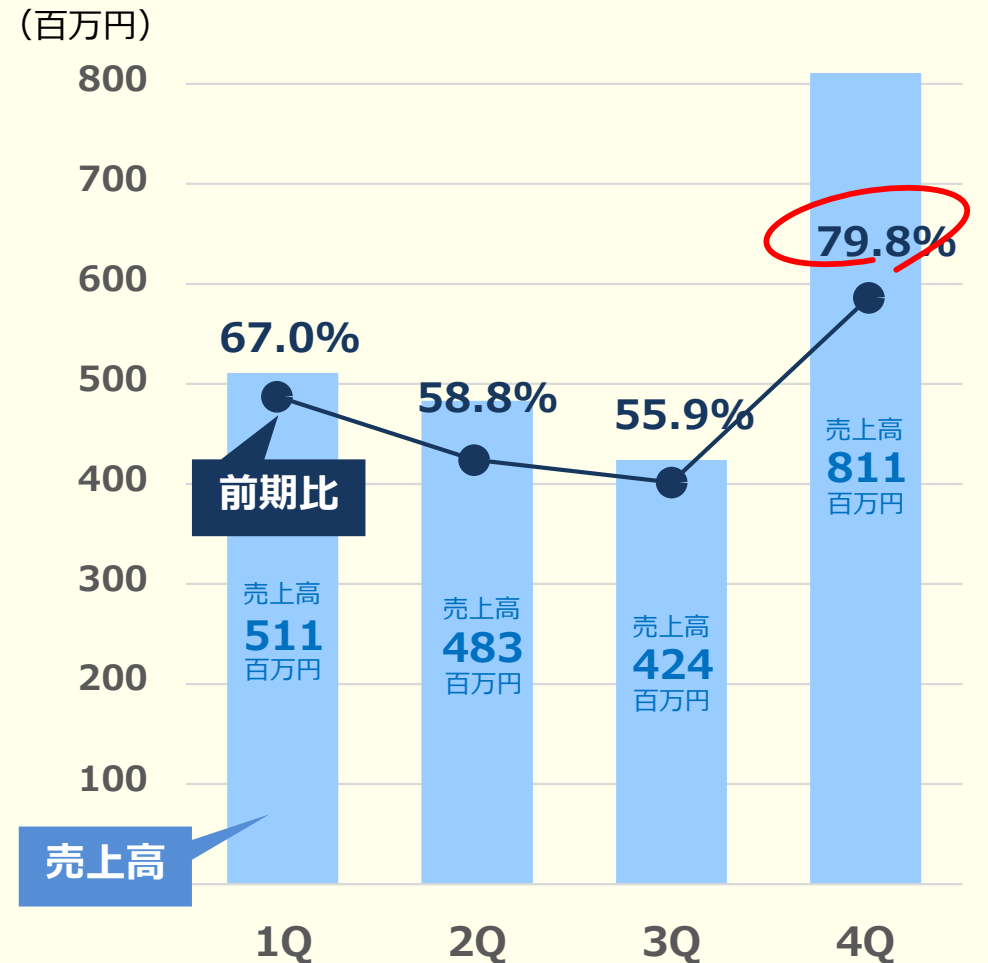
	2025年1月期 通期								
	自社EC			ZOZO			EC合計		
	25年 1月期	24年 1月期	前年比	25年 1月期	24年 1月期	前年比	25年 1月期	24年 1月期	前年比
セレクト事業	544	788	69.0%	1,185	1,466	80.8%	1,730	2,254	76.7%
STUDIOUS	416	685	60.8%	916	1,302	70.4%	1,333	1,987	67.1%
THE TOKYO	122	103	118.3%	262	164	159.9%	384	267	143.8%
CONZ	6	---	---	7	---	---	13	---	---
自社ブランド事業	538	746	72.1%	1,043	1,896	55.0%	1,583	2,642	59.9%
UNITED TOKYO	349	481	72.5%	618	1,182	52.3%	967	1,663	58.2%
PUBLIC TOKYO	156	210	74.5%	373	612	61.0%	530	822	64.5%
CITY TOKYO	33	55	60.2%	52	102	51.4%	86	157	54.5%
合計	1,084	1,536	70.6%	2,231	3,363	66.3%	3,316	4,899	67.7%

- ▶ 23年11月からタイムセール廃止、24年2月からクーポン廃止を継続しており、前年タイムセール廃止した4Qから前年ハードルが下がり、25年2月より対前年が完全に一巡する

自社EC 売上高／四半期実績

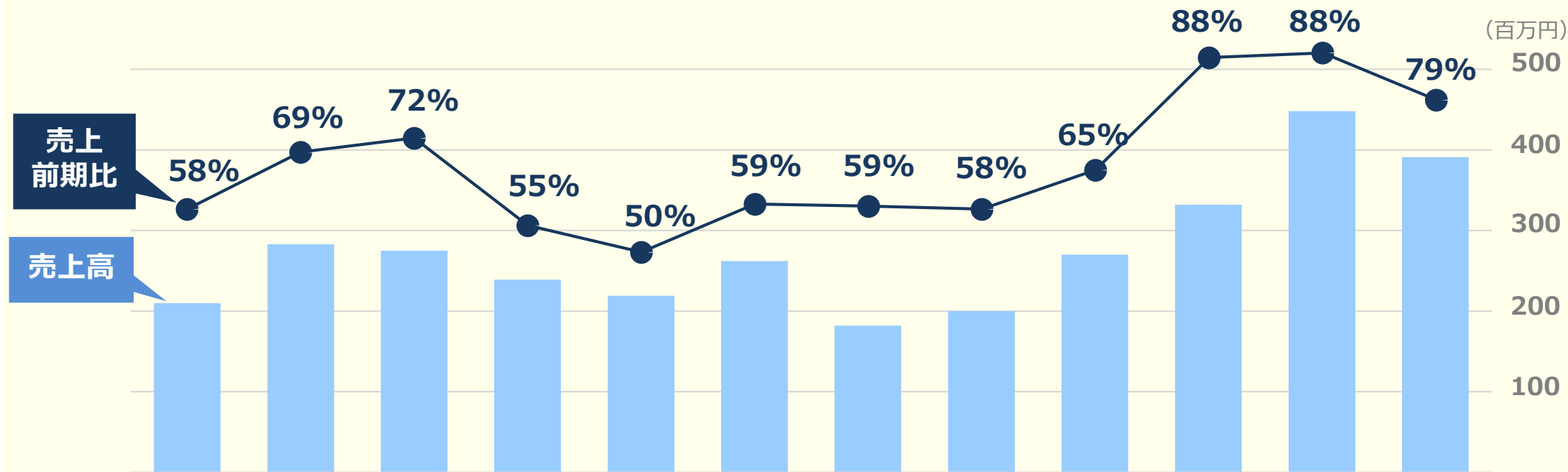


ZOZO 売上高／四半期実績

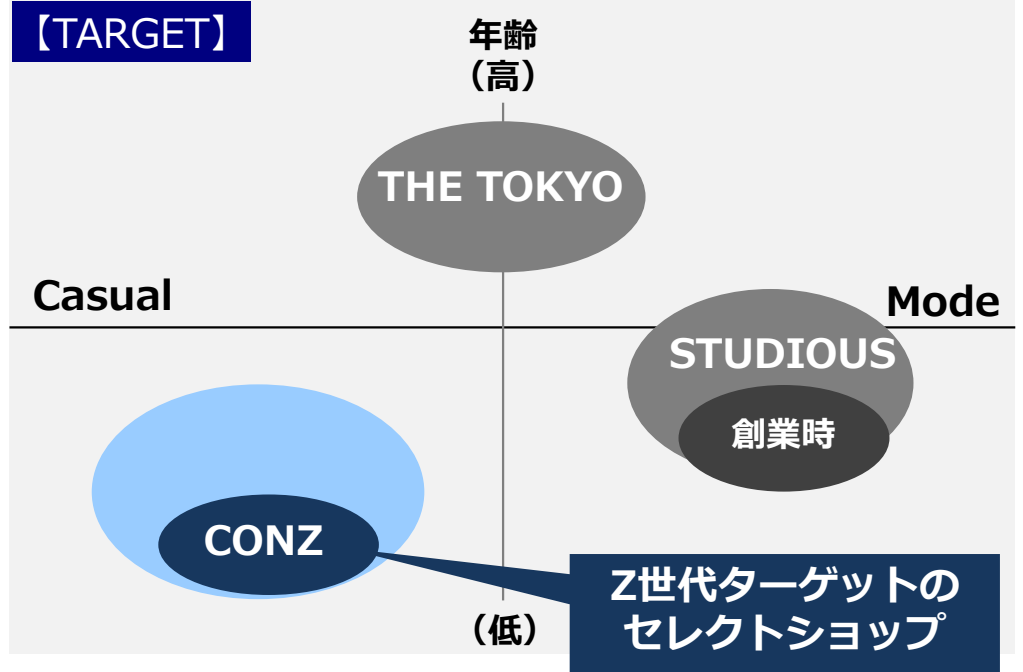


▶ セール時期（6-8月、1月）に値引率を最小限に留めたことで、この時期の粗利率が大きく改善

EC月別 売上高／粗利率推移



【EC粗利率】	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
25/1期	49.9%	52.0%	51.5%	53.0%	53.7%	51.3%	51.1%	52.5%	53.7%	54.0%	52.3%	49.0%
24/1期	48.6%	50.8%	51.4%	49.6%	48.8%	46.3%	44.2%	50.3%	52.1%	54.1%	51.9%	42.7%
前期差	+1.3p	+1.2p	+0.2p	+3.5p	+4.9p	+5.0p	+6.9p	+2.2p	+1.6p	▲0.1p	+0.4p	+6.3p



原宿店 (9月6日OPEN)



新宿店 (9月7日OPEN)

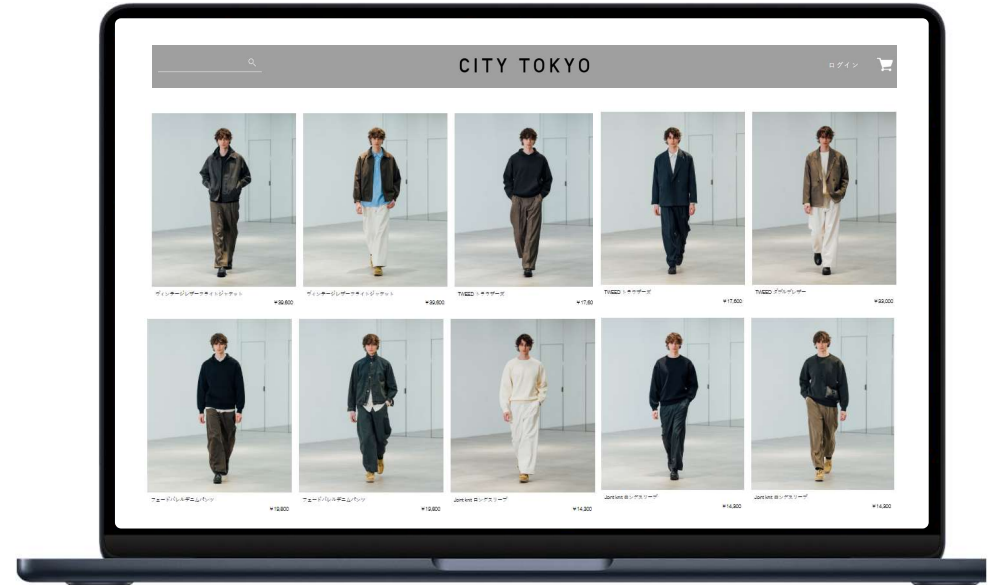


坪当たりの月間売上高が **50万円** を超え
効率の高い事業が実現できている

26年1月期 出店拡大

渋谷店
Coming soon ...

南堀江店
Coming soon ...



ブランドコンセプトの変更

A⁺ TOKYO

アスレジャー
機能的でスポーティー



CITY TOKYO

ファッション
機能的+都会的で上質

CITY TOKYO 既存店前年比

	リニューアル前 3Q累計	リニューアル後 4Q単体
実店舗	104.3%	132.5%
EC	42.8%	106.7%

NY SOHO路面店（25年5月OPEN）



NY初年度業績結果（9カ月）

当期純損益	▲38 百万円
うち 初年度費用	▲36 百万円
<hr/>	
実質純損益	▲2 百万円

※初年度費用…

米国会計基準により使用権資産リース会計により
契約開始月～営業開始月（店舗施工期間）までの
家賃相当分が初年度販管費計上される

26年1月期TARGET 黒字化

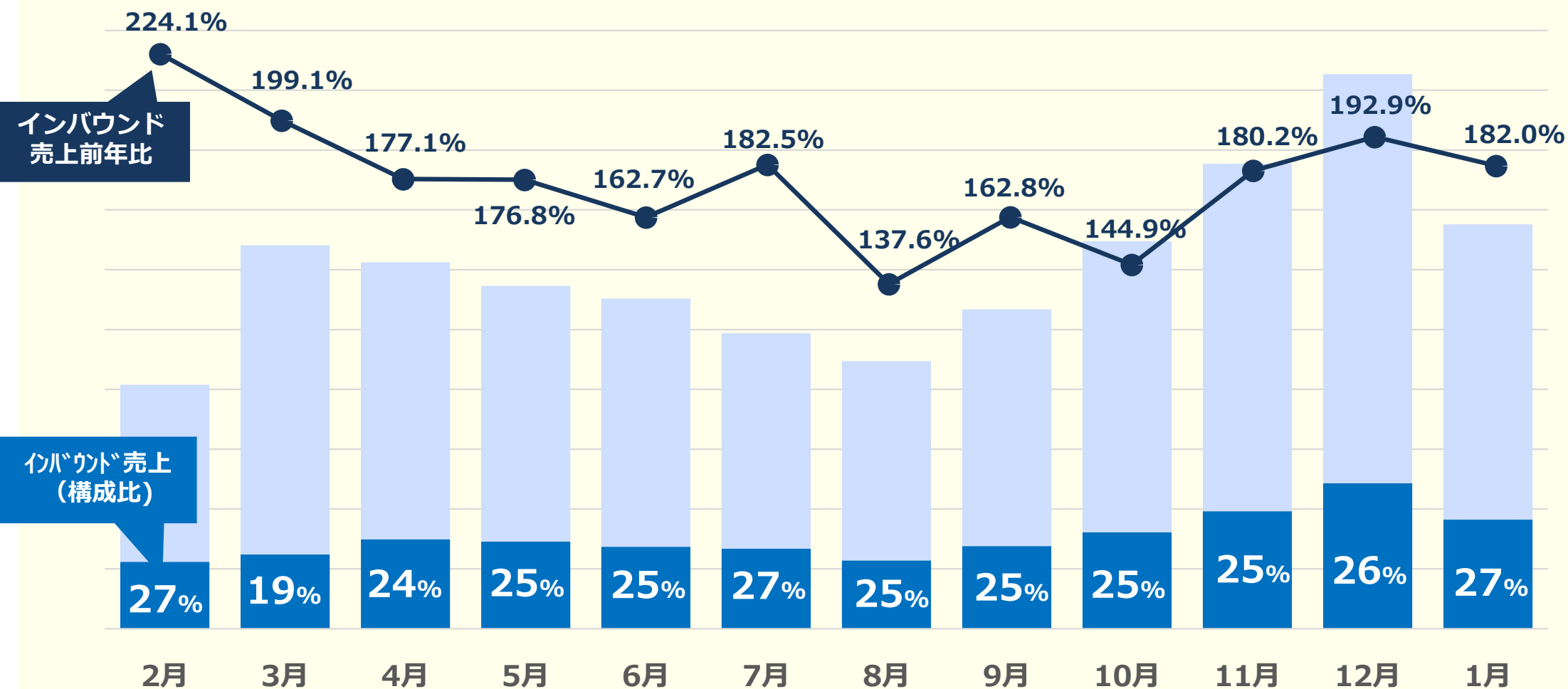
- ▶ NY取り扱いブランドの拡大
⇒ 世界的著名ブランドの展開スタート
- ▶ NYオープン後の展示会買付商品入荷
⇒ 25年2月から順次入荷開始
- ▶ NY現地顧客の増加



2025年1月期通期 TOPIC — インバウンド売上 —

- ▶ 年間の実店舗インバウンド比率は25%（前年差+8p）、同インバウンド売上高前年比は172.5%
- ▶ 取り扱うブランドや商品がインバウンドニーズに合致（日本発ブランド、日本製アイテム）

月別インバウンド売上高構成比（日本全実店舗合計）

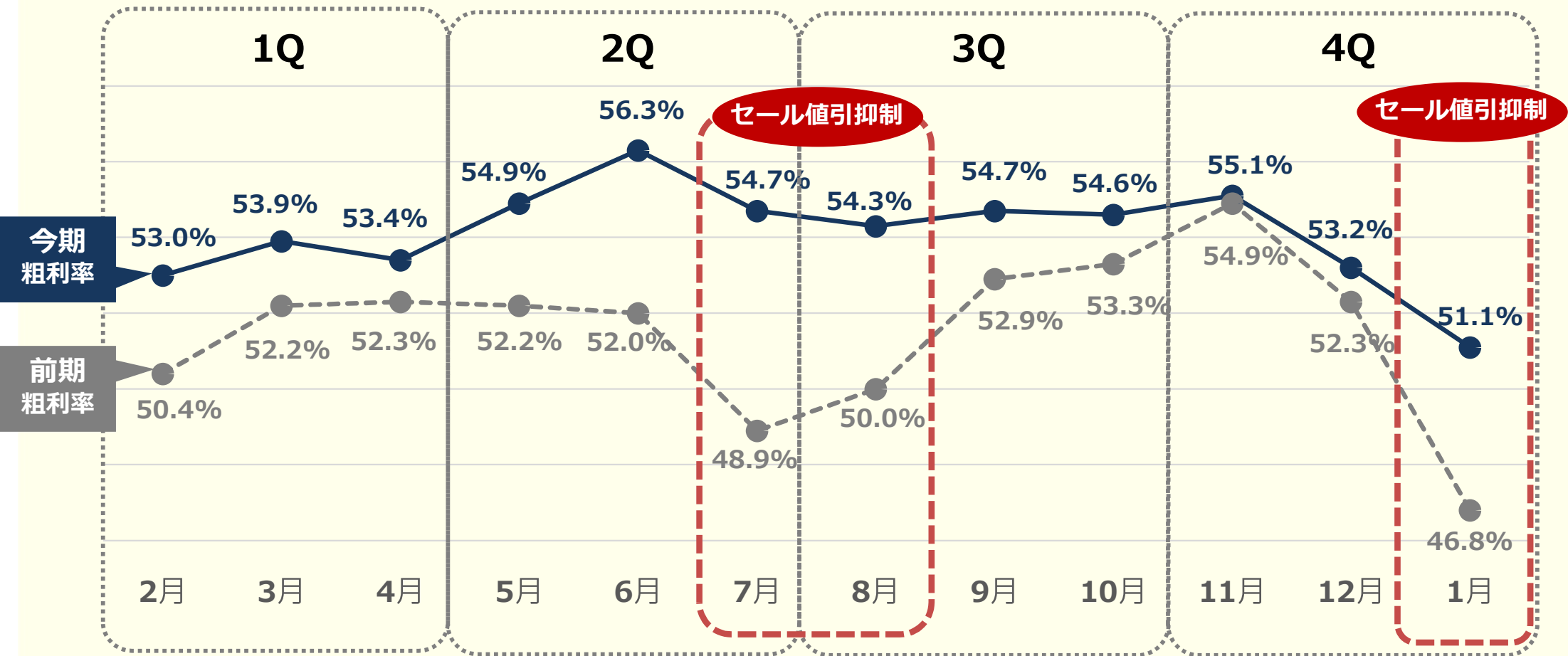


2025年1月期通期 TOPIC — 粗利率向上（日本） —

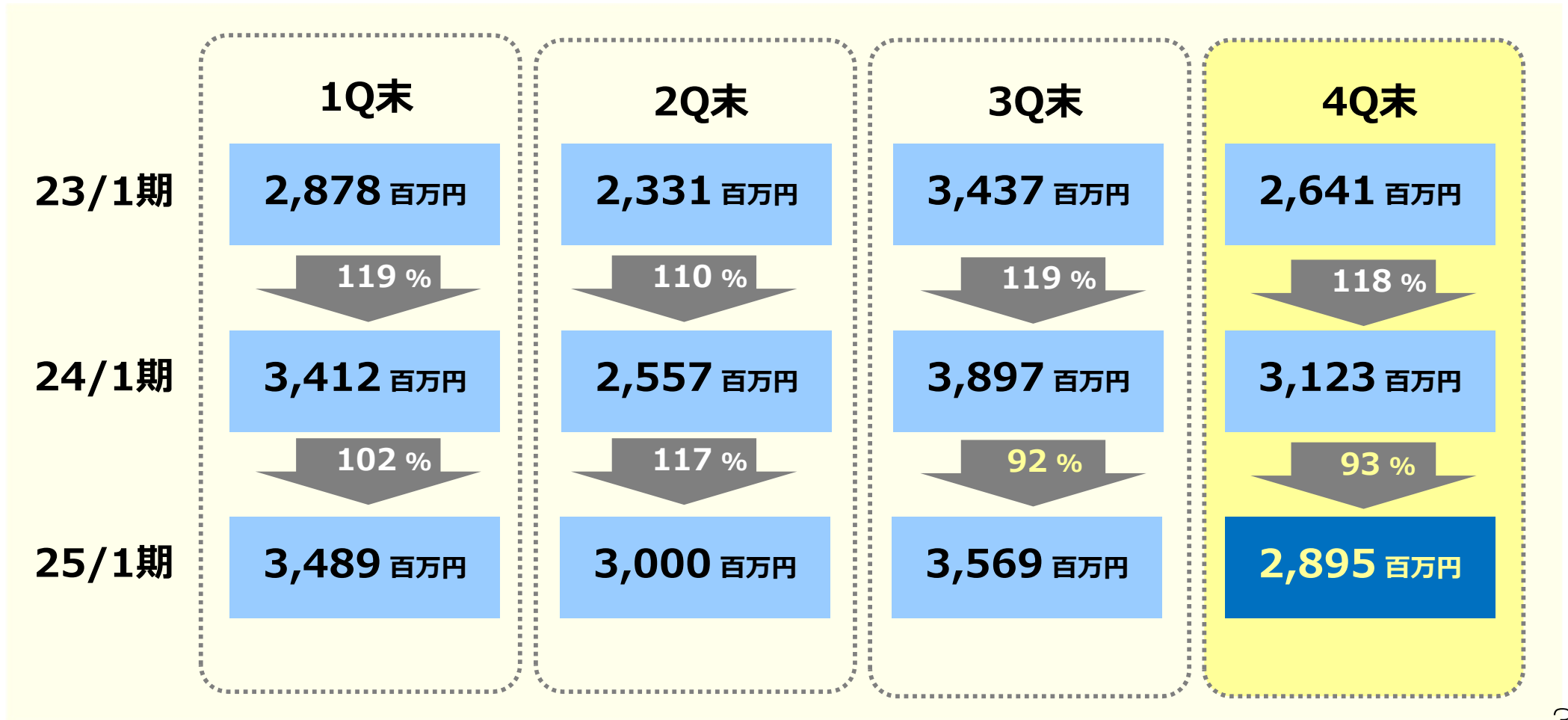
- ▶ プロパー売上高の改善 … EC値引（タイムセール・クーポン）の大幅抑制 ⇒ 実店舗にも波及効果
- … 発注精度向上によりセール消化の必要性減少（セール値引率の抑制）

粗利率月別推移（日本実店舗+ECのみ）

※ファミリーセール、収益認識等の影響を除く



- ▶ 仕入精度が向上したこと、キャリア在庫の消化促進にて、棚卸資産の改善が進む
- ▶ 1月売上好調を受けて、2月展開スタートの25SS商品を1月に前倒し入荷している
この期末での月ずれ増加額を除くと、23年1月期水準まで在庫量は減少している



新卒初任給 **40** 万円 (既存正社員も一律UP)

残業代 月80時間含む



【平均残業時間実績 (25年1月期通期)】

本部社員	14.5 時間/月
店舗社員	12.4 時間/月

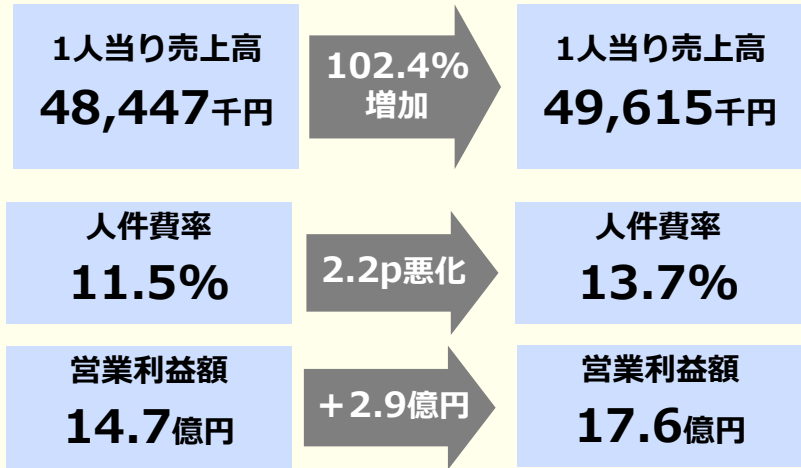
TVニュースにも取り上げられ社会的に大きな反響



日本単体の指標

【24年1月期】

【25年1月期】



人件費増を取り込み
過去最高益達成 (日本単体)