

2026年4月13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 CEO 下地 毅
(東証プライム市場 コード番号 3608)
問合せ先 経営戦略部 財務広報 IR 課 長谷川 俊介
T E L 03(5785)6400

2026年2月期 通期決算説明会資料

当社は、このたび、「2026年2月期 通期決算説明会資料」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

2026年2月期 通期 決算説明会

株式会社TSIホールディングス（証券コード：3608）

2026.04.13



AGENDA

- 1 2026年2月期 通期決算概況
- 2 販売チャネル別概況
- 3 事業トピックス
- 4 構造改革の進捗
- 5 通期連結業績予想
- 6 資本政策
- 7 補足資料

Next Agenda

2026年 2 月期 通期決算概況



エグゼクティブサマリ

- ✓ 当期を通じ、日本国内の消費、物価、雇用情勢などは堅調に推移した。それを背景とした賃上げや、高市政権による経済政策・物価高対策等に期待が高まっている。一方で、日中関係のインバウンド消費への影響や、今後の中東情勢を始めとする地政学リスクに対しては予断を許さない状況にある。
- ✓ アパレル市場においては、マクロ経済環境の影響に加え、秋冬以降は気候が比較的安定し、総じて消費マインドおよび市場環境は堅調であった。
- ✓ 当社の業績は、販売チャネルやブランドにより好不調のばらつきが年間を通じて見られたが、営業利益においては構造改革の成果があり大幅に増益した。また、(株)デイトナ・インターナショナルと(株)ウォーターフロントの連結により、売上高においても増収となった。

業績ハイライト

売上高は連結範囲の拡大により前期比で増収となり、加えて収益構造改革の効果で、営業利益は前期比約2.6倍と大幅な増益となった。一方、計画に対しては既存事業の進捗が想定を下回り、売上高・営業利益とも未達となった。

売上高

通期累計

1,670億円

対前期
+104億円 (106.7%)

対修正計画*
▲19億円 (98.8%)

営業利益

通期累計

43億円

対前期
+26億円 (264.4%)

対修正計画*
▲13億円 (75.9%)

純利益

通期累計

37億円

対前期
▲114億円 (24.9%)

対修正計画*
▲4億円 (90.3%)

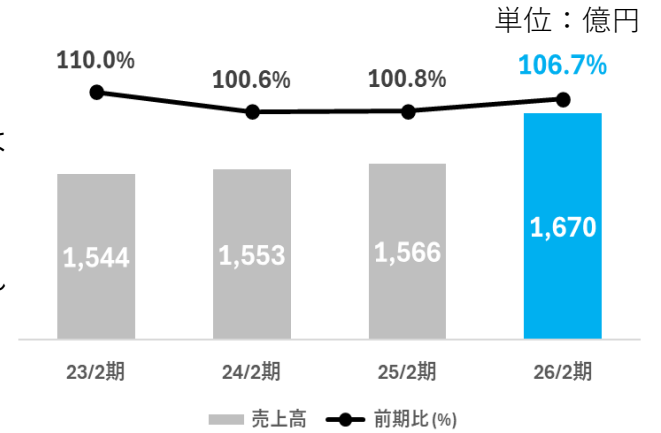
【通期累計 ハイライト】

- ▶ 売上高は、デイトナ・インターナショナルおよびウォーターフロントの連結寄与により増収。但し、年間を通じて既存主力ブランドの勢いが弱く、また新規顧客獲得の苦戦が続き、計画には未達。
- ▶ 営業利益は、収益構造改革の効果により前期比で大幅増益も、計画比では既存ブランドの売上苦戦が影響し未達。
- ▶ 純利益は、前期の不動産売却益の反動および当期の減損損失等により、前期比・計画比ともに落とす結果に。

業績ハイライト

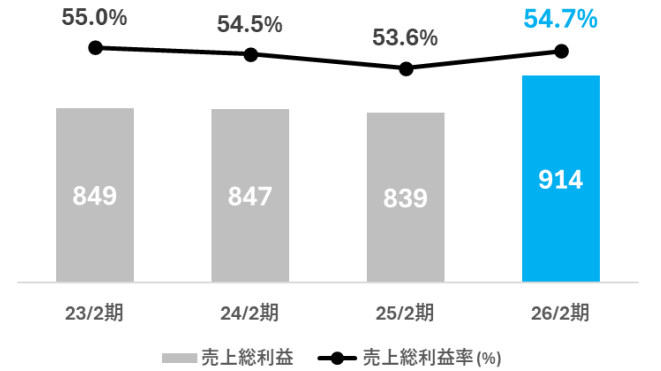
売上高
1670億円
 前期比 106.7%
 前期差 +104億円

- 前期の事業撤退・売却による減収要因があったが、営業利益ベースではプラスに影響した
 - 既存事業は弱含みで推移
 - 主力ブランドを中心とした既存ブランドの苦戦と、自社ECの回復遅れ
 - 米国既存事業では市況の悪化が継続し、それに伴い減収
- ➡ M&Aの影響を除くと売上高は前年比90.4%



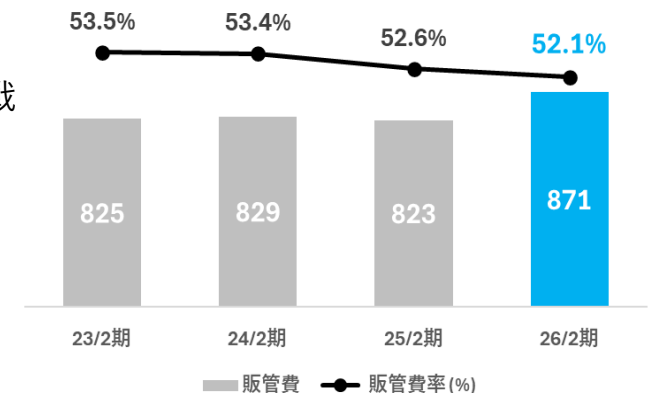
売上総利益
914億円
 前期比 108.9%
 前期差 +74億円

- 既存事業は売上高減少に伴い、売上総利益額が前期比で94.3%と減少したものの、構造改革の効果により売上総利益率は2.4ポイント改善
 - 仕入先集約やプライシングの効果で仕入原価率が改善
 - 需給改善施策として、前期に実施した過年度在庫の消化が一巡したことに加え、過度な値引きを抑制したことが収益性改善に寄与



販管費
871億円
 前期比 105.8%
 前期差 +47億円

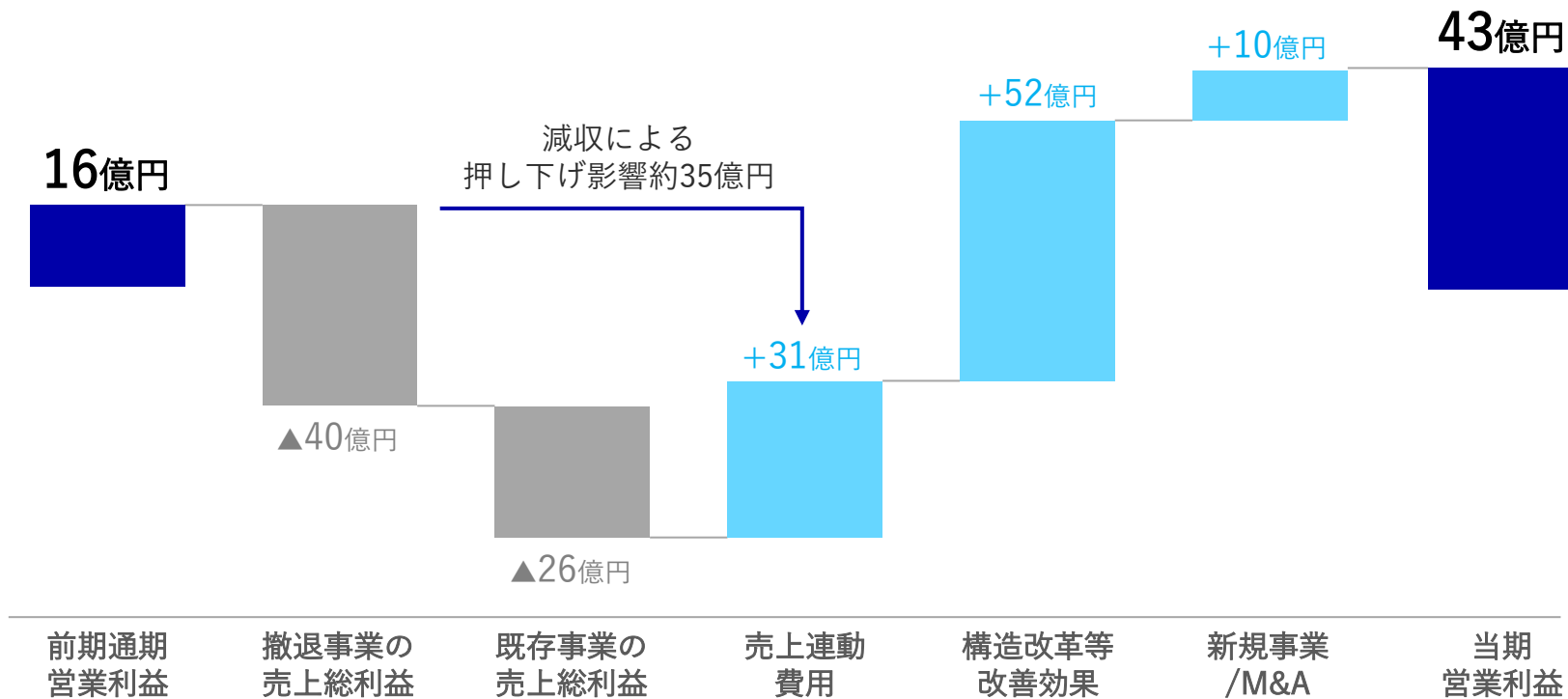
- 前期までに実施した構造改革施策の効果が実現しており、売上高が苦戦した中でも物流費や広告販促費など改革対象費目の効率は改善した
 - 適正な販管費コントロールを引き続き実施
- ➡ M&Aの影響を除くと販管費は前期比92.1%



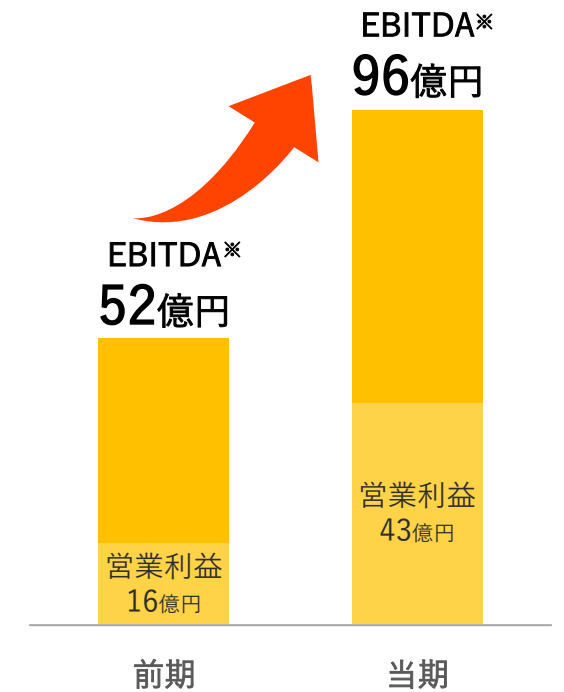
営業利益について

構造改革による収益改善効果が前期に対して約52億円あり、順調に進行した。
 一方で既存事業減収の影響が大きく、営業利益としては前期比大幅増となったものの計画(57億円)には未達。
 また、EBITDAベースでの実質的な稼ぐ力は、大きく向上している。

営業利益影響項目の内訳



稼ぐ力の向上



※ EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費で算出

純利益影響項目の内訳

受取配当金、不動産収入、為替差益などの営業外収益により、営業外損益は約+11億円、経常利益は54億円。
 支払利息はM&A資金の借り入れにより増加している。

特別損益では、特別利益に政策保有株式の売却益を計上し、その一方で、特別損失には米国事業ののれん減損を計上した。
 この結果、税引前純利益は61億円、親会社株主に帰属する当期純利益は37億円、当期純利益率は2.2%となった。

営業外収益	<ul style="list-style-type: none"> ● 受取配当金 8 億円 ● 不動産収入 2 億円 ● 為替差益 2 億円
営業外費用	<ul style="list-style-type: none"> ● 支払利息 2 億円
特別損益	<ul style="list-style-type: none"> ● 投資有価証券売却損益(益) . . . 33 億円 ● 減損損失 18 億円
法人税等	<ul style="list-style-type: none"> ● 法人税 / 住民税 / 事業税 25 億円 ● 法人税等調整額 1 億円

※ 主要科目のみ表示

貸借対照表

	2025.2期末		2026.2期末			
	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 (%)
流動資産	86,273	61.1%	79,682	45.7%	▲6,591	92.4%
うち現金及び預金	46,325	32.8%	28,478	16.3%	▲17,847	61.5%
うち棚卸資産	25,909	18.4%	30,841	17.7%	4,932	119.0%
固定資産	54,885	38.9%	94,522	54.3%	39,637	172.2%
うち投資有価証券	23,490	16.6%	28,628	16.4%	5,138	121.9%
うち投資不動産	2,248	1.6%	2,237	1.3%	▲11	99.5%
資産合計	141,159	100.0%	174,204	100.0%	33,046	123.4%
流動負債	26,864	19.0%	35,190	20.2%	8,326	131.0%
うち短期借入金	107	0.1%	7,637	4.4%	7,530	7137.4%
うち1年内返済予定の長期借入金	1,140	0.8%	5,552	3.2%	4,412	487.0%
固定負債	6,063	4.3%	39,693	22.8%	33,630	654.7%
うち長期借入金	407	0.3%	31,621	18.2%	31,214	7769.3%
負債合計	32,928	23.3%	74,883	43.0%	41,956	227.4%
純資産	108,230	76.7%	99,321	57.0%	▲8,909	91.8%
うち自己株式(▲)	▲6,160	-4.4%	▲5,233	-3.0%	927	85.0%
負債純資産合計	141,159	100.0%	174,204	100.0%	33,045	123.4%

現金及び預金

- 前期比61.5%。前期末は不動産売却により残高が膨らんだが、成長投資(M&A)や株主還元等に積極的に取り組み、当期末残高は通常の運転資金の範囲内。

棚卸資産

- 既存事業ベースで前期比97.8%。
- 在庫効率化はまだ十分でなく、引き続き強化する。

投資有価証券

- 政策保有株の売却を進めており、簿価ベースでは前期末に対して削減している。

短期/長期借入金

- 運転資金およびM&A資金の銀行借り入れで増加。
- 借り入れに際し、サステナブルファイナンスである「Mizuho Eco Finance」を採用。
- コミットメントライン設定でより機動的な借入が可能に。

自己株式

- 2025年7月に120億円の自己株式取得を実施。2026年1月末に全数消却済み。

Next Agenda

販売チャネル別概況



販売チャネル別売上

国内リアル店合計売上高は+65億円、前期比107.2%。

百貨店は前期の事業撤退や退店の影響により同85.3%。

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けん引し、同112.6%となった。

国内その他は前期事業撤退影響により同86.9%。海外は米国事業の苦戦継続および前期事業撤退の影響で同70.0%となった。

		2024年2月期 通期実績	2025年2月期※3 通期実績	2026年2月期※4 通期実績	前期比
国内 小売	百貨店	192億円 (構成比：12.4%)	180億円 (構成比：11.5%)	154億円 (構成比：9.2%)	85.3%
	非百貨店※1	704億円 (構成比：45.3%)	731億円 (構成比：46.7%)	823億円 (構成比：49.3%)	112.6%
	EC	347億円 (国内小売EC化率：27.9%)	336億円 (国内小売EC化率：27.0%)	438億円 (国内小売EC化率：31.0%)	130.1%
	国内その他※2	187億円 (構成比：12.0%)	197億円 (構成比：12.6%)	171億円 (構成比：10.3%)	86.9%
	海外	123億円 (構成比：7.9%)	120億円 (構成比：7.7%)	84億円 (構成比：5.0%)	70.0%

※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 誤計上と連結消去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。

※4 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

EC売上

国内EC売上高は+101億円、前期比130.1%。9月から連結したデイトナ・インターナショナルが自社・3rdとも大きく貢献。
国内自社EC売上高は+18億円、同112.3%。3rdECは+83億円、同143.7%。
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、同52.2%。

		2024年2月期 通期実績	2025年2月期※ ² 通期実績	2026年2月期※ ³ 通期実績	前期比
国内EC	自社EC (国内EC自社比率)	158億円 (45.7%)	146億円 (43.4%)	164億円 (37.5%)	112.3%
	3rdEC (国内EC 3rd比率)	188億円 (54.3%)	190億円 (56.6%)	273億円 (62.5%)	143.7%
	国内EC合計 (国内EC化率)	347億円 (27.9%)	336億円 (27.0%)	438億円 (31.0%)	130.1%
	海外EC (海外EC化率)	39億円 (32.0%)	41億円 (34.2%)	21億円 (25.5%)	52.2%
	EC売上高合計 (EC化率)※ ¹	386億円 (28.3%)	377億円 (27.6%)	459億円 (30.7%)	121.6%

※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 誤計上を一部修正しております(海外EC)。連結売上高には影響ございません。

※³ 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

Next Agenda

事業トピックス



主カブランド

メンズ主カの「AVIREX」、下期から連結した「FREAK'S STORE」は好調が続き2ケタ増収。
他の主カブランドは、客単価が向上傾向にあるものの、新規顧客獲得や退店などの要因により苦戦した。

FREAK'S STORE

- 自社EC「Daytona Park」や既存店舗の堅調な推移に加え、3rdECや「PUBLUX」「CAHLUMN」などの強化カテゴリの伸長も売上に寄与し、前年比2ケタ増収。
- 「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。
- 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に。今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に好調な部分があり、また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が売上高に大きく影響した。
- 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、今期も推進する。

NATURAL BEAUTY BASIC 前期比 88.6%

- 自社ECを中心に客数の面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。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%

- 不採算店舗の退店が最も売上高に影響したが、既存店の客数減でも苦戦した。
- 一方で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み。下期はプロパー販売に回復の兆しを見せた。
- 契約プロの来店イベントや、「スヌーピー」等のキャラクター施策は客数向上に貢献。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。

成長・好調ブランド

好調ブランドには、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売上につながるという傾向が共通して見られた。また、3月より「FREE'S MART」の「Daytona Park」での販売を開始し、シナジー創出を狙う。

Schott N.Y.C.

前期比 **124.8%**

- プリントシャツやデニムパンツなどヒット商品が売上を牽引。トレンドを捉えた商品企画で高い収益となった。



◀ ヒット商品となった、チェック柄シャツとフリスコパンツ



- SNSコンテンツ（Instagram・TikTok・YouTube）の強化が、ブランド認知向上と新規顧客獲得に大きく寄与した。

- 3月より「CONVERSE」とのコラボ第二弾が開始。売上与ブランド価値向上への期待が大きい。

Rirandture 前期比 **118.7%**

- スイーツブランドとのコラボ施策が話題性を創出。認知度向上および売上拡大となった。
- スナップ投稿やインスタライブなどのSNSを活用した施策により顧客接点が強化され、ブランドへの支持が高まった。



▲ NY発チョコレートブランド「IMARIEBELLE」とのコラボ

FREE'S MART

前期比 **114.6%**

- 戦略的な出店の推進により販売機会が拡大、売上の成長となった。
- デニムパンツのヒットなどMD政策がニーズに適合し店頭売上が安定。併せてSNS発信が成果を上げ、月間400万～500万リーチを獲得。



ベーシックワイドデニムパンツが ▲ 累計販売6万本突破

- 3月より「Daytona Park」での取り扱いが開始し、新たな販売チャネルを獲得。



東洋エンタープライズ株式会社とTSIグループ入りに合意

TIP27の発表以降、成長戦略として当社の販売力のさらなる強化を検討してきた結果、今回「TAILOR TOYO」「SUGAR CANE」「BUZZ RICKSON'S」などを運営する東洋エンタープライズ株式会社の株式100%取得に合意した。

会社概要

TOYO ENTERPRISE CO., LTD.

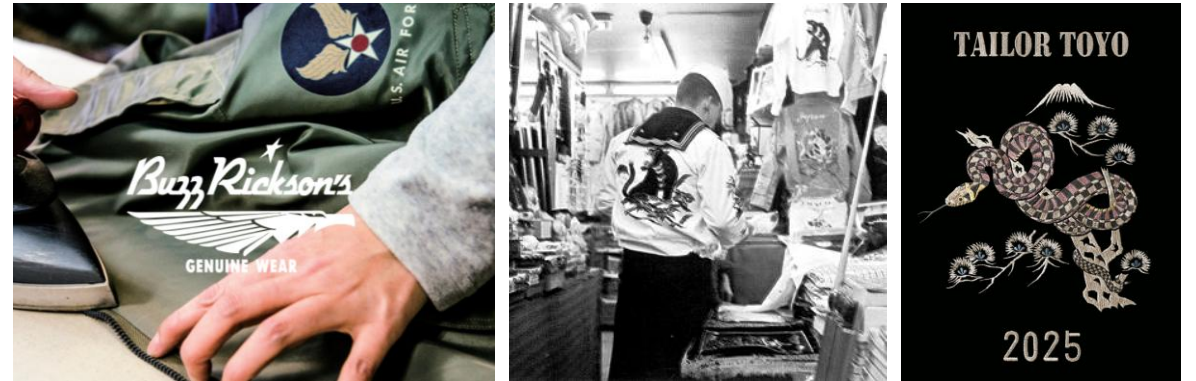
会社名	東洋エンタープライズ株式会社
所在地	東京都墨田区
設立	1965年11月
代表者	代表取締役 小林 亨一
関係会社	株式会社レイラニトレーディング ネットワーク有限会社
主力ブランド	「TAILOR TOYO」「SUGAR CANE」 「BUZZ RICKSON'S」「SUN SURF」等

米軍基地へのスカジャン納入業から発展した、アメリカンカジュアルを中心にブランド展開する老舗アパレルメーカー。直営店に加え、全国専門店へ販路を持ち、約44億円の年間売上高を擁する事業規模。

ヴィンテージの徹底再現を通じた「文化の継承者」として、素材や製法を極限まで追求したモノづくりを貫く。

事業の強み・特徴

歴史的背景に裏打ちされた「圧倒的な正統性と再現力」



流行に左右されない「ニッチ・トップ」

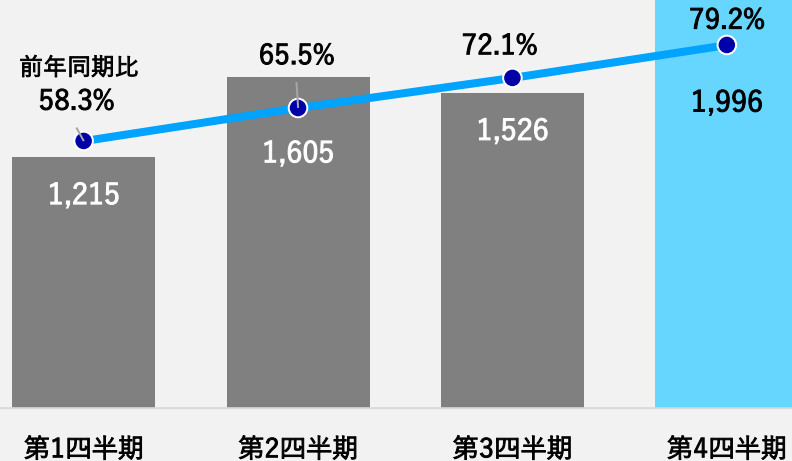


mix.tokyoの進捗

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た。メンバーズが100万人の大台に達し、ヒット商品も生み出せているため、今期の成長に向けた土台が整ってきた。

mix.tokyo 売上推移

単位：百万円



- 四半期ごとに前年同期比は回復基調にあるものの、ブランドによって進捗に課題。
- 2月の全社横断セール「Special Thanks Sale」は集客・売上高ともに過去最大の成果につながった。

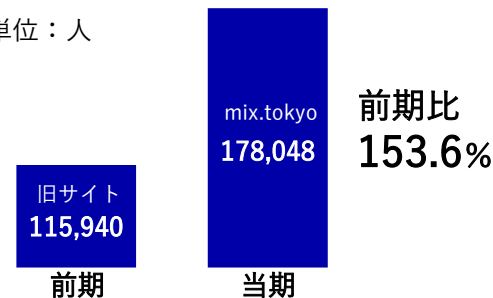
mix.tokyo メンバーズ状況

会員登録数 約100万人

2026年3月時点

第4四半期(単体)
会員獲得数の前期同期比較

単位：人



- 会員数100万人に到達。
- 引き続き認知拡大施策を継続。

商品企画

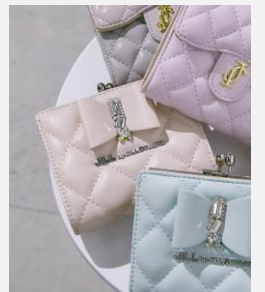
セール期である第4四半期は、コラボ企画等がヒット商品となり集客に寄与



© SQUARE ENIX
CHARACTER DESIGN: TETSUYA NOMURA / ROBERTO FERRARI

「AVIREX」は、「ファイナルファンタジー VII リメイク」とのコラボが話題となり継続して伸長。

「JILL by JILL STUART」は、キルティングのミニ財布など、ウォレットシリーズが好調でSNSからの新規流入につながった。



mix.tokyo拡大戦略

第4四半期はセールでの売上最大化に注力し、通期において最大の成果となった。この1年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。

最終消化を目的にセール強化



冬物の苦戦から12月後半よりセールを強化。様々な切り口でプロモーションを実施し、横断セール施策「Special Thanks SALE」は過去最大の集客と売上を記録。

1周年を祝う様々な企画を展開



mix.tokyoは1周年を迎え、3月より1周年の感謝を込めた、“mix DAYS”を実施。特別なキャンペーンや限定アイテム、オンラインストアとお店で広がる企画を継続的に実施予定。

サイト認知向上施策を継続的に実施

「JAPAN GOLF FAIR 2026」にてファッションショーを実施



毎回異なるゲストを向かえてお届けするクロストーク番組、「mix.Room」を開始。

サステナビリティ経営

当社は従来よりサステナビリティ経営による財務価値・非財務価値の両輪の向上に取り組んでおり、第三者による評価を獲得している。今後も持続可能な事業成長を推進していく。

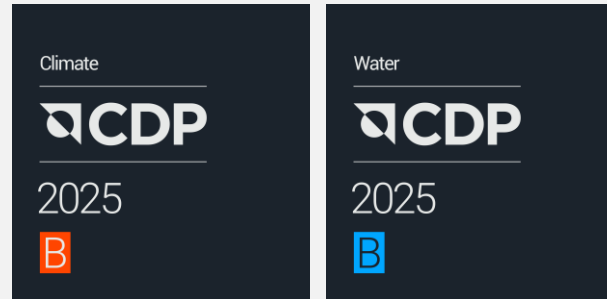
「FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index」に初選定



FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index

ESG投資指数「FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に、初めて選定。

2025年調査におけるCDPで、「B」スコアを獲得



国際的な非営利団体CDP調査において、「気候変動」および「水セキュリティ」の分野で、8段階中、いずれも上位から3番目に位置する「B」スコアを取得。

「日経サステナブル総合調査」<SDGs経営編>※ ★★★★ (★5つ中) を獲得



「SDGs戦略・経済価値」「社会価値」「環境価値」で「A+」、「ガバナンス」で「A」の評価を受け、総合評価★5つのうち、★3つのご評価を獲得。

※ SDGsを経営と結びつけることで、事業を通じて、社会・経済・環境の課題解決に取り組み、価値向上につなげている企業を評価するもの。

サステナビリティ経営

2026年2月18日に公表した「一般財団法人TSIファッション未来財団」について、設立を正式決定した。

設立の目的

お客様のニーズにお応えする製品を通じて、ファッションを通じた幸福をお届けし続けるためには、持続可能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ます。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、より多くの人々に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、本財団の設立を決定いたしました。

高い公益性を持って、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、持続可能な企業価値向上を図りたいと考えています。

概要

① 名称	一般財団法人TSIファッション未来財団
② 所在地	東京都港区赤坂
③ 代表理事	下地 毅（予定）
④ 活動内容	a. 奨学金・助成金を通じた次世代育成の活動 b. 生物多様性に関する活動 c. 地域社会の活動
⑤ 活動地域	日本
⑥ 活動原資	年間約40百万円（予定）
⑦ 設立年月	2026年6月（予定）
⑧ その他	本財団が保有する当社株式の 議決権は行使しない 旨を定款に記載予定



Next Agenda

構造改革の進捗



構造改革の進捗

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。今期においても、検証と見直しを繰り返しながら、最大限の効果を目指す。

改革項目	具体的な打ち手	通期改善効果 (前期差)
仕入原価低減 + 需給管理	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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
販管コスト の効率化等	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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

Next Agenda

通期連結業績予想



2027年2月期 通期損益計画

売上高は、既存事業の成長やM&A 2社の通期貢献等により **2,000億円 / 前期比 +19.7%**。

営業利益は、上記に加えて収益構造改革の効果発現により **75億円 / 前期比 +73.4%**。

なお、経常利益は 72億円 / 前期比 +32.3%、当期純利益 77億円 の見込み。

	2025年2月期実績	2026年2月期実績	2027年2月期計画	増減額	増減率
売上高	1,566億円 (前期比：100.8%)	1,670億円 (前期比：106.7%)	2,000 億円 (前期比：119.7%)	+ 329 億円	+ 19.7%
営業利益	16億円 (利益率：1.0%)	43億円 (利益率：2.5%)	75 億円 (利益率：3.7%)	+31 億円	+73.4%
経常利益	20億円 (利益率：1.3%)	54億円 (利益率：3.2%)	72 億円 (利益率：3.6%)	+17 億円	+32.3%
当期純利益	152億円 (利益率：9.7%)	33億円 (利益率：2.0%)	77 億円 (利益率：3.8%)	+ 33 億円	+ 130.5%

2027年2月期 通期損益計画 TIP27の達成状況

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。
一方で、足元の既存事業の売上高が落ち込んでいる状況を考慮して、営業利益の水準は修正する。

	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%

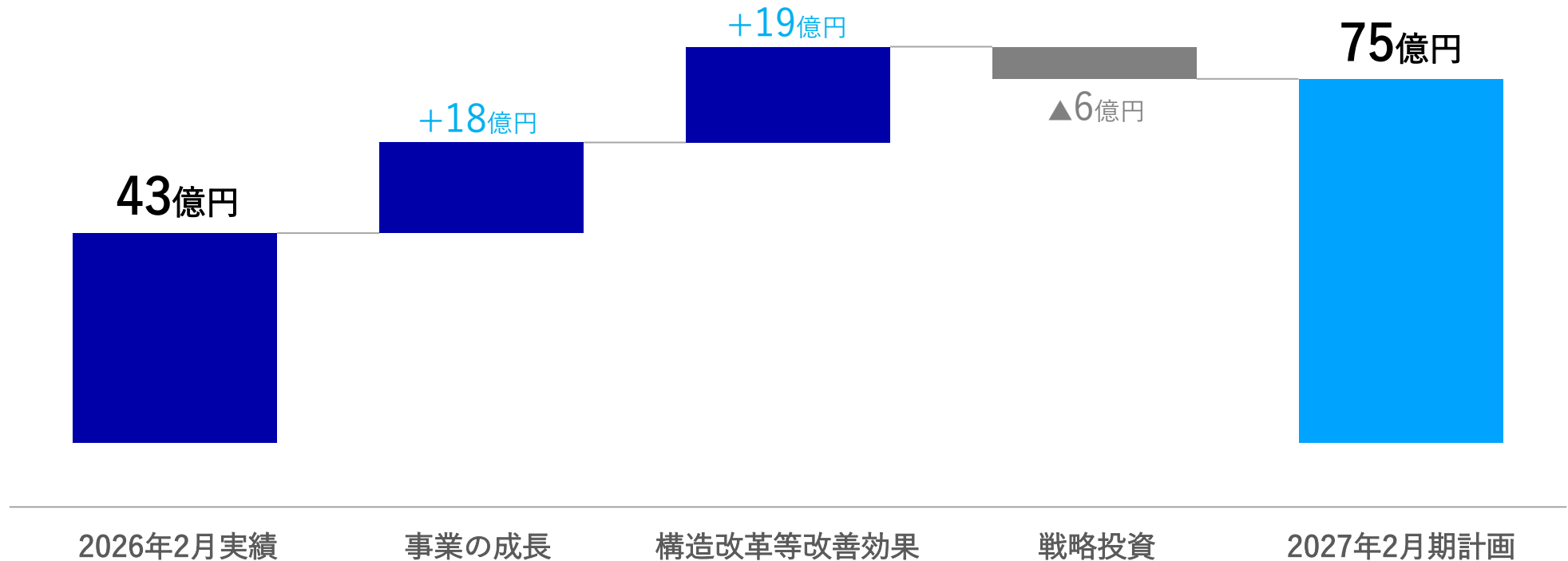
※ 税効果を考慮しない実効税率ベースでの純利益、およびそれをもとに算出した数値

2027年2月期 通期損益計画 営業利益の補足

営業利益は、2026年2月期実績に対し、既存事業の成長と構造改革のさらなる効果等を増益要素として織り込み、75億円(+73.4%)と設定。

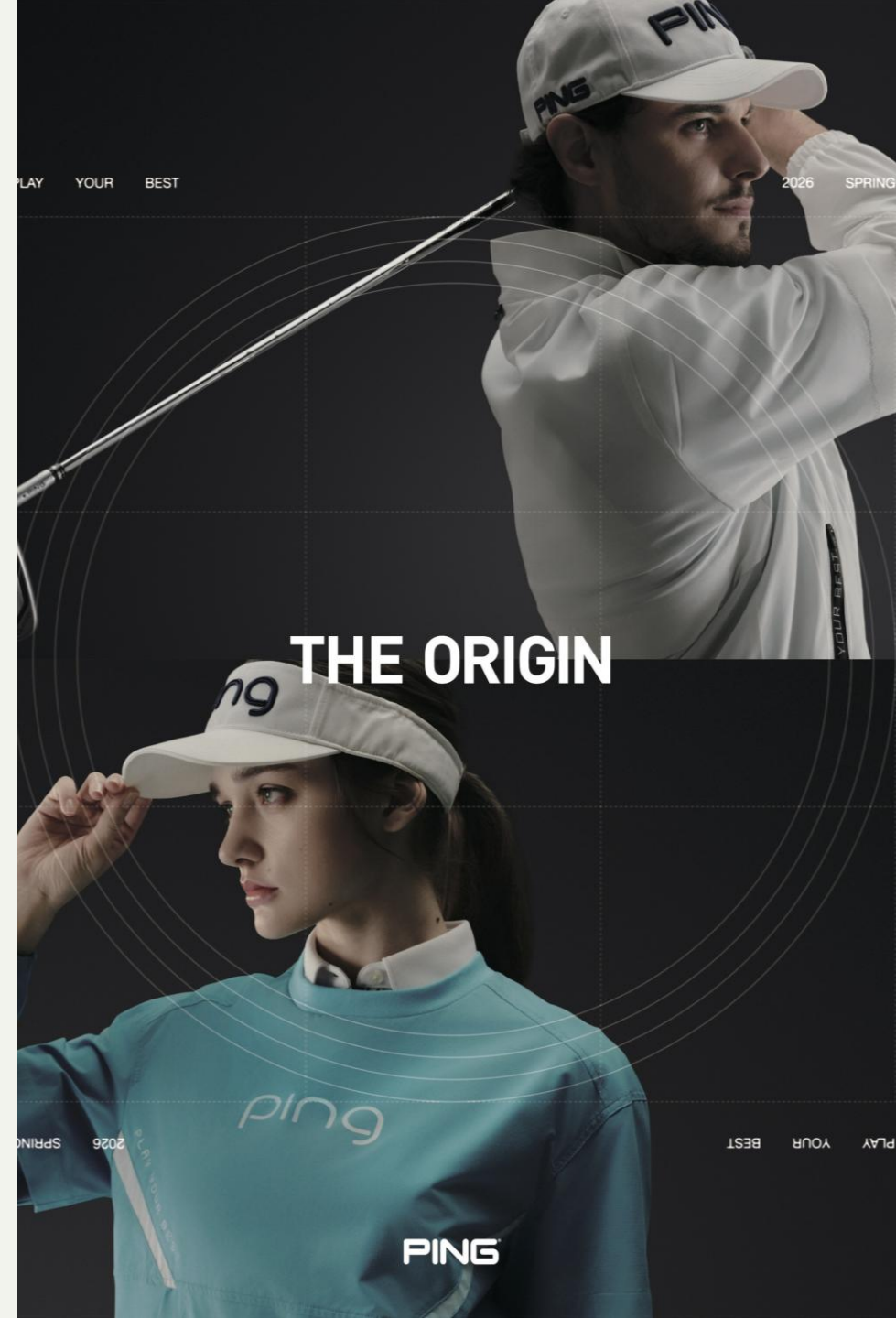
一方で、TIP27の最終目標とした100億円からは修正している。TIP27での既存事業売上目標に対して約100億円程度の下振れが足元の状況であり、今期計画においては十分な水準までの回復を見込めていないため。

なお、構造改革効果はTIP27の計画にほぼ到達する見込み。



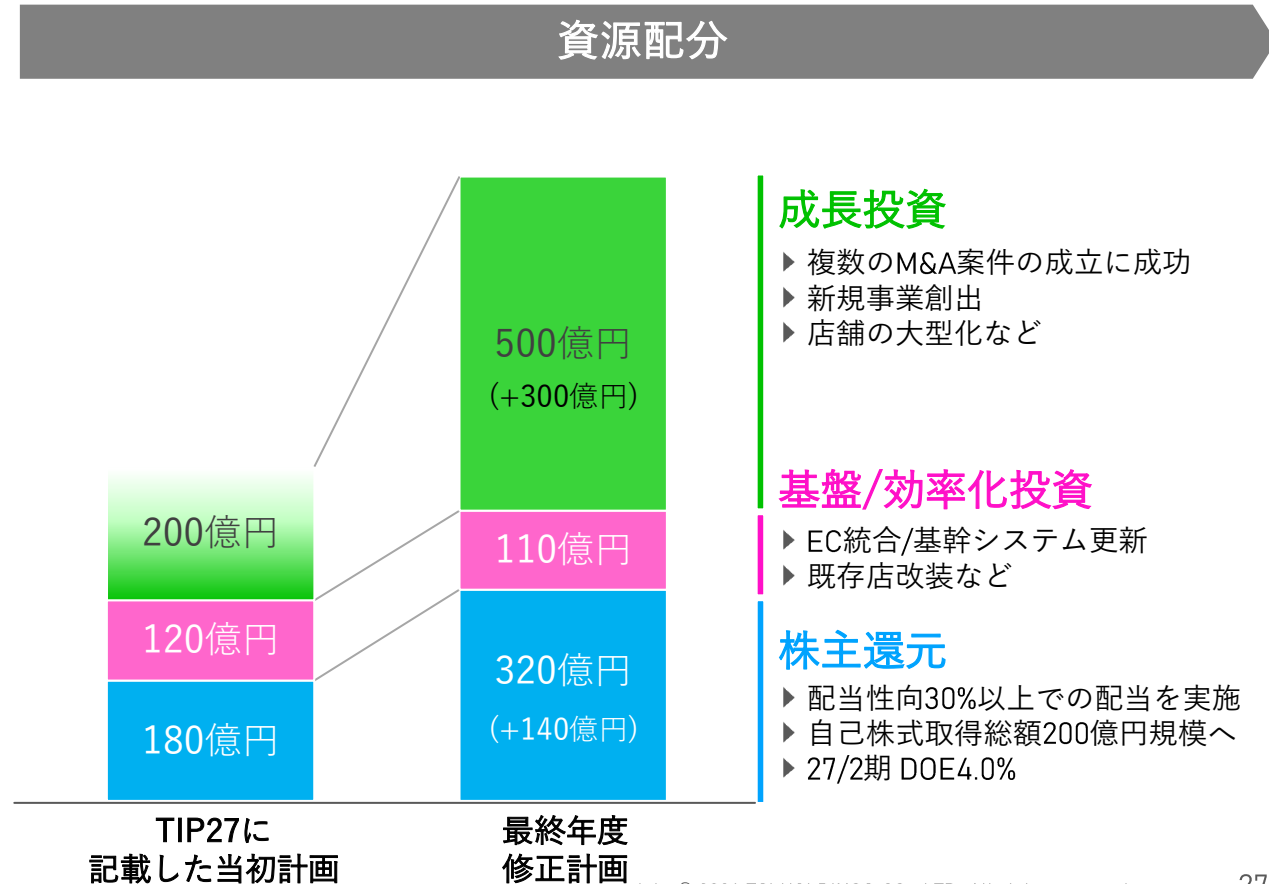
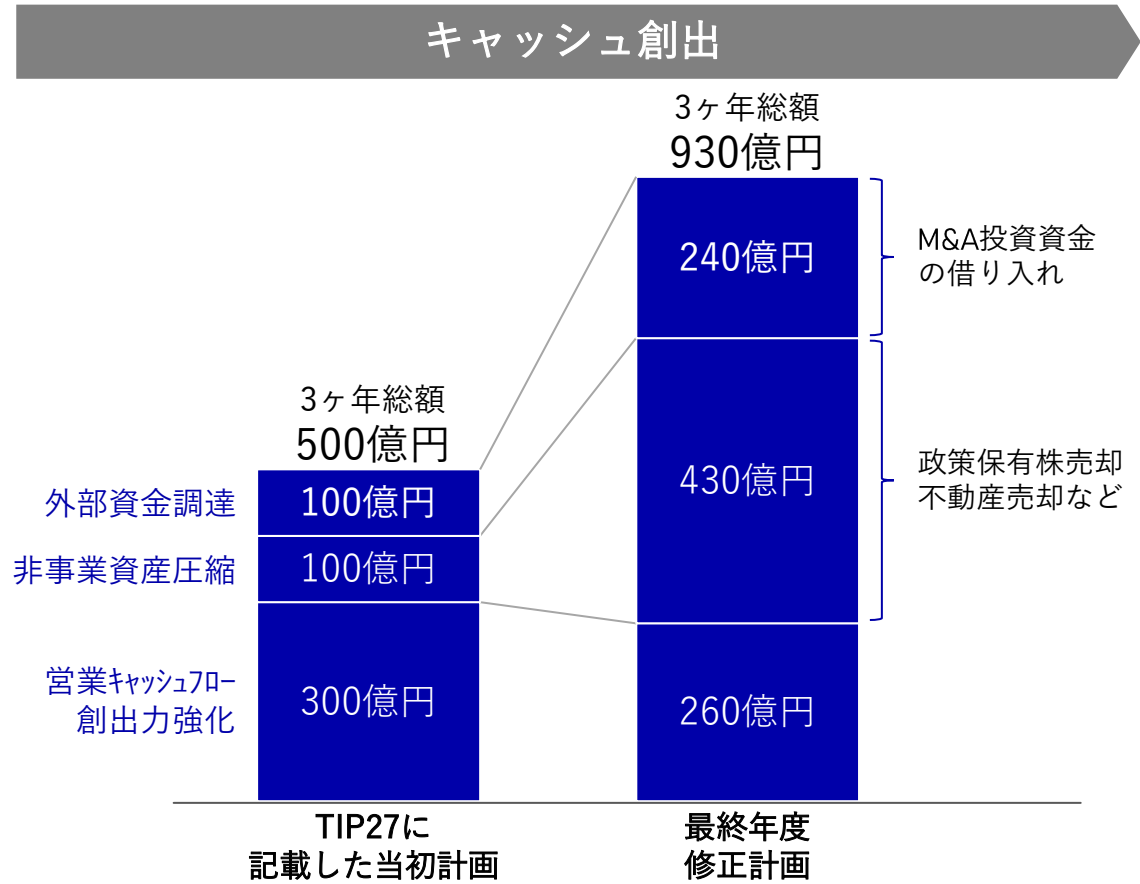
Next Agenda

資本政策



財務資本政策 資源配分のアップデート

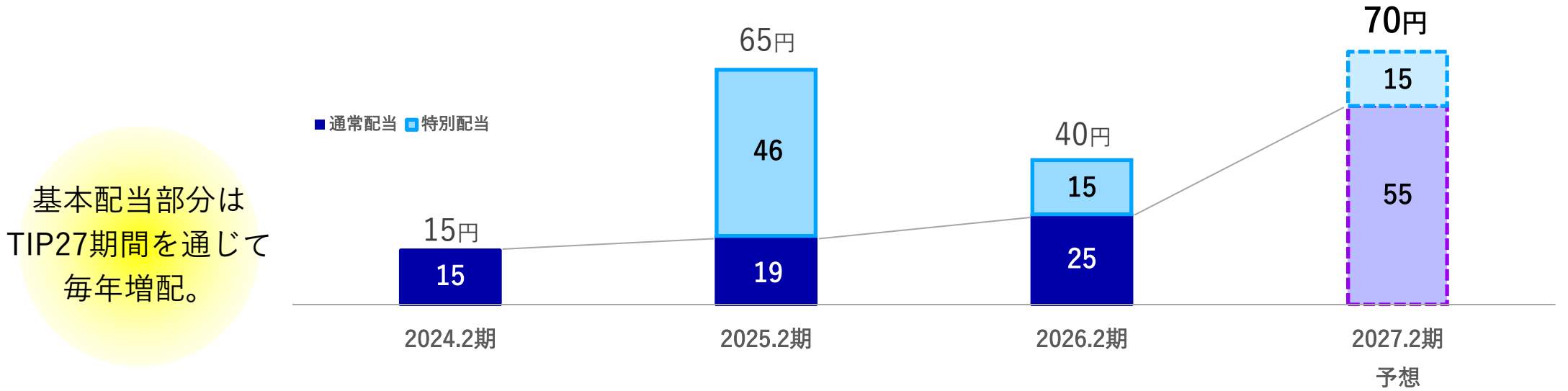
TIP27策定から2期経過した実績は、キャッシュの創出において不動産等の非事業資産売却が大きな増加要因。加えて、成長投資のための外部借入も計画を上回って実施した。資源配分は、成長投資としてM&Aを積極的に推進したことや、株主還元の強化により大きく計画を超過した。今期も加えた3期累計では、930億円規模の創出・配分の見込み。



株主還元 配当予想について

還元方針として配当性向30%以上を指標とし、TIP27期間中は特別配当を加算。

今期は、基本配当55円（配当性向41.6%）に特別配当15円を加えた70円（同53.0%）とする。
 これにより過去最高水準となるとともに、TIP27で当初目標としたDOE 4%を達成する見込み。



配当金 (うち特別配当)	15円	65円 (46円)	40円 (15円)	70円 (15円)
配当性向	25%	30%	61%	53%

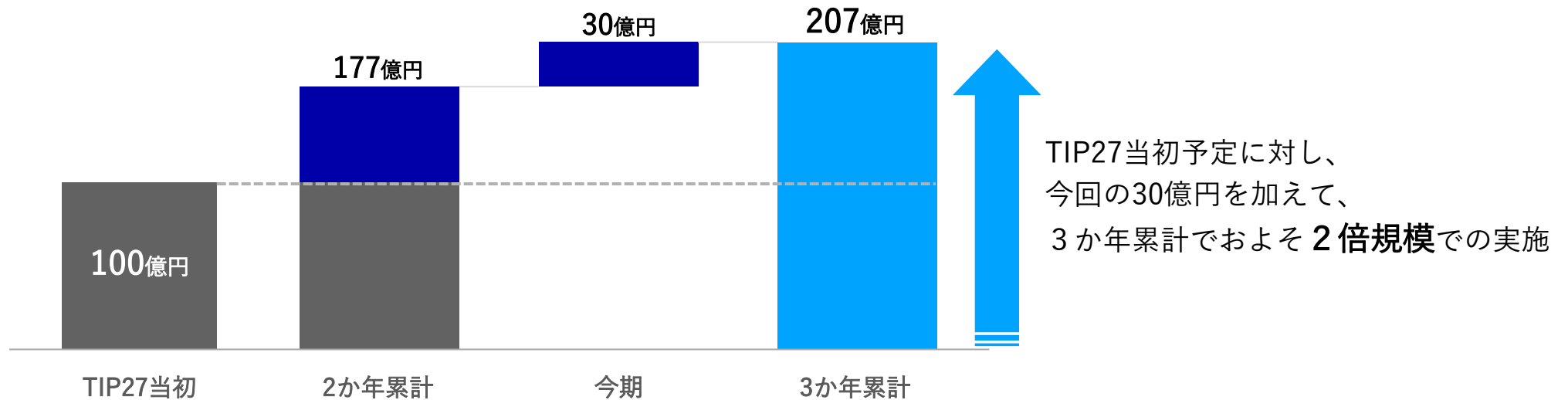
株主還元 自己株式取得について

2026年10月末までに30億円を上限とした自己株式取得を発表。

TIP27期間累計での当初目標を100億円以上としていたのに対し、本取得により200億円を超える規模となった。

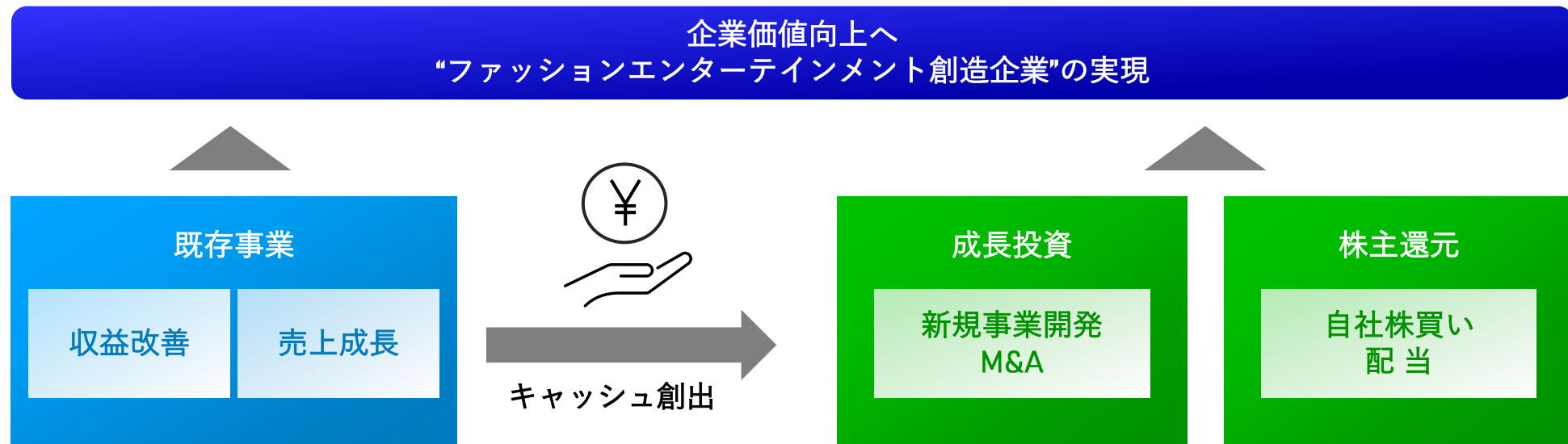
なお、TSIファッション未来財団設立に伴い、発行済み株式数（自己株式含む）の1%未満にあたる630,000株を割り当てる。

取得期間	2026年4月13日～2026年10月30日
取得し得る株式の総数	3,300,000株



2027年2月期に向けて

- ▶ 国内外において社会環境の不確実性が増しており、そのような状況下で選ばれるブランドは明確な個性や楽しさを持つブランドであると考えている。当社のビジネスにおいては、そこを重点的に磨いていく。
- ▶ 売る力の強化が今後の成長のキーであり、TSIグループに参加した新しい仲間たちとともに、モノ作りと販売の両輪をさらに磨いて、リテラーとしての本質を追求していく。
- ▶ 働く場所として選ばれ続ける会社をめざし、経営層と社員の対話の機会を増やし、社員が安心して挑戦し、誇りを持って働き続けられる環境作りを推進する。
- ▶ 既存事業、成長投資、株主還元のすべてを強化し、企業価値向上を図る。



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



2026年2月期 通期業績ハイライト

下期概況

(新収益認識基準)

	2025.2期 下期		2026.2期 下期			
	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	81,376	100.0	100,918	100.0	19,541	124.0
売上総利益	43,441	53.4	54,630	54.1	11,188	125.8
販管費	41,583	51.1	50,944	50.5	9,361	122.5
販管費 (のれん償却費・減価償却費 除)	39,715	48.8	47,369	46.9	7,654	119.3
のれん償却費	235	0.3	1,279	1.3	1,043	542.2
減価償却費	1,632	2.0	2,296	2.3	663	140.7
営業利益	1,857	2.3	3,685	3.7	1,827	198.4
経常利益	2,244	2.8	4,107	4.1	1,862	183.0
特別利益	24,883	30.6	2,744	2.7	▲22,138	11.0
特別損失	3,225	4.0	2,178	2.2	▲1,047	67.5
税金等調整前四半期純利益	23,901	29.4	4,673	4.6	▲19,228	19.6
親会社株主に帰属する四半期純利益	16,022	19.7	2,480	2.5	▲13,542	15.5
EBITDA ※	3,726	4.6	7,261	7.2	3,534	194.9

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

※ 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

2026年2月期 通期業績ハイライト

通期概況

(新収益認識基準)

	2025.2期 通期累計		2026.2期 通期累計			
	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	156,606	100.0	167,085	100.0	10,478	106.7
売上総利益	83,995	53.6	91,458	54.7	7,462	108.9
販管費	82,359	52.6	87,132	52.1	4,772	105.8
販管費 (のれん償却費・減価償却費 除)	78,726	50.3	81,779	48.9	3,053	103.9
のれん償却費	479	0.3	1,501	0.9	1,022	313.3
減価償却費	3,154	2.0	3,850	2.3	696	122.1
営業利益	1,636	1.0	4,325	2.6	2,689	264.4
経常利益	2,076	1.3	5,440	3.3	3,363	262.0
特別利益	25,350	16.2	3,470	2.1	▲21,879	13.7
特別損失	3,567	2.3	2,790	1.7	▲776	78.2
税金等調整前当期純利益	23,860	15.2	6,120	3.7	▲17,739	25.7
親会社株主に帰属する当期純利益	15,230	9.7	3,793	2.3	▲11,437	24.9
EBITDA ※	5,269	3.4	9,678	5.8	4,408	183.7

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

※ 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナル、同年12月より(株)ウォーターフロントが連結しております。

2026年2月期 通期業績ハイライト

販路別の売上高（下期）

（新収益認識基準）

	2025.2期 下期 ※3		2026.2期 下期			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 ※4 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
百貨店	8,748	10.8	7,836	7.8	89.6	▲3.0pt
非百貨店 ※1	37,928	46.6	48,498	48.1	127.9	+1.4pt
自社サイト	7,464	9.2	10,931	10.8	146.5	+1.7pt
その他	10,254	12.6	19,592	19.4	191.1	+6.8pt
EC(E-Commerce)	17,719	21.8	30,523	30.2	172.3	+8.5pt
その他 ※2	10,988	13.5	9,812	9.7	89.3	▲3.8pt
国内合計	75,385	92.6	96,671	95.8	128.2	+3.2pt
EC(E-Commerce)	2,175	2.7	951	0.9	43.7	▲1.7pt
海外合計 ※3	5,991	7.4	4,246	4.2	70.9	▲3.2pt
EC(E-Commerce)	19,894	24.4	31,475	31.2	158.2	+6.7pt
総合計	81,376	100.0	100,918	100.0	124.0	-

※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 誤計上と連結消去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。

※4 2025年9月より㈱デイトナ・インターナショナル、同年12月より㈱ウォーターフロントが連結しております。

2026年2月期 通期業績ハイライト

販路別の売上高（通期）

（新収益認識基準）

	2025.2期 通期累計 ^{※3}		2026.2期 通期累計			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 ^{※4} (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比前期差 (pt)
百貨店	18,059	11.5	15,413	9.2	85.3	▲2.3pt
非百貨店 ^{※1}	73,113	46.7	82,291	49.3	112.6	+2.6pt
自社サイト	14,624	9.3	16,424	9.8	112.3	+0.5pt
その他	19,045	12.2	27,376	16.4	143.7	+4.2pt
EC(E-Commerce)	33,669	21.5	43,800	26.2	130.1	+4.7pt
その他 ^{※2}	19,737	12.6	17,160	10.3	86.9	▲2.3pt
国内合計	144,580	92.3	158,665	95.0	109.7	+2.6pt
EC(E-Commerce)	4,109	2.6	2,145	1.3	52.2	▲1.3pt
海外合計 ^{※3}	12,026	7.7	8,420	5.0	70.0	▲2.6pt
EC(E-Commerce)	37,779	24.1	45,945	27.5	121.6	+3.4pt
総合計	156,606	100.0	167,085	100.0	106.7	-

※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 誤計上と連結消去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。

※4 2025年9月より㈱デイトナ・インターナショナル、同年12月より㈱ウォーターフロントが連結しております。

2026年2月期 通期業績ハイライト

ブランド別の売上高（下期）

（新収益認識基準）

	2025.2期 下期			2026.2期 下期			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	24.8	48.0	-	-
2. MARGARET HOWELL	7,176	8.8	58.3	7,442	7.4	56.5	103.7	▲1.8pt
3. NANO universe	8,157	10.0	55.4	6,861	6.8	57.1	84.1	+1.7pt
4. AVIREX	5,279	6.5	60.9	6,485	6.4	62.7	122.8	+1.8pt
5. PEARLY GATES ^{※2}	5,470	6.7	48.9	4,713	4.7	54.5	86.2	+5.7pt
6. NATURAL BEAUTY BASIC	5,101	6.3	63.9	4,654	4.6	64.8	91.2	+0.9pt
7. HUF	4,244	5.2	54.8	3,534	3.5	54.7	83.3	▲0.2pt
8. STUSSY	2,922	3.6	50.9	3,087	3.1	50.4	105.6	▲0.5pt
9. New Balance Golf	2,393	2.9	47.0	2,606	2.6	47.4	108.9	+0.4pt
10. Schott	2,306	2.8	58.5	2,832	2.8	55.2	122.8	▲3.3pt
TOP10 計	43,054	52.9	56.1	67,292	66.7	53.7	156.3	▲2.4pt
その他 計	35,834	44.0	51.0	33,571	33.3	55.1	93.7	+4.1pt
継続ブランド 計	78,889	96.9	53.8	100,864	99.9	54.1	127.9	+0.3pt
廃止ブランド 等	2,487	3.1	40.7	53	0.1	58.1	2.2	+17.3pt
合計	81,376	100.0	53.4	100,918	100.0	54.1	124.0	+0.8pt

※1 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。

※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。

2026年2月期 通期業績ハイライト

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(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。

※2 ブランドの集計を変更しております。

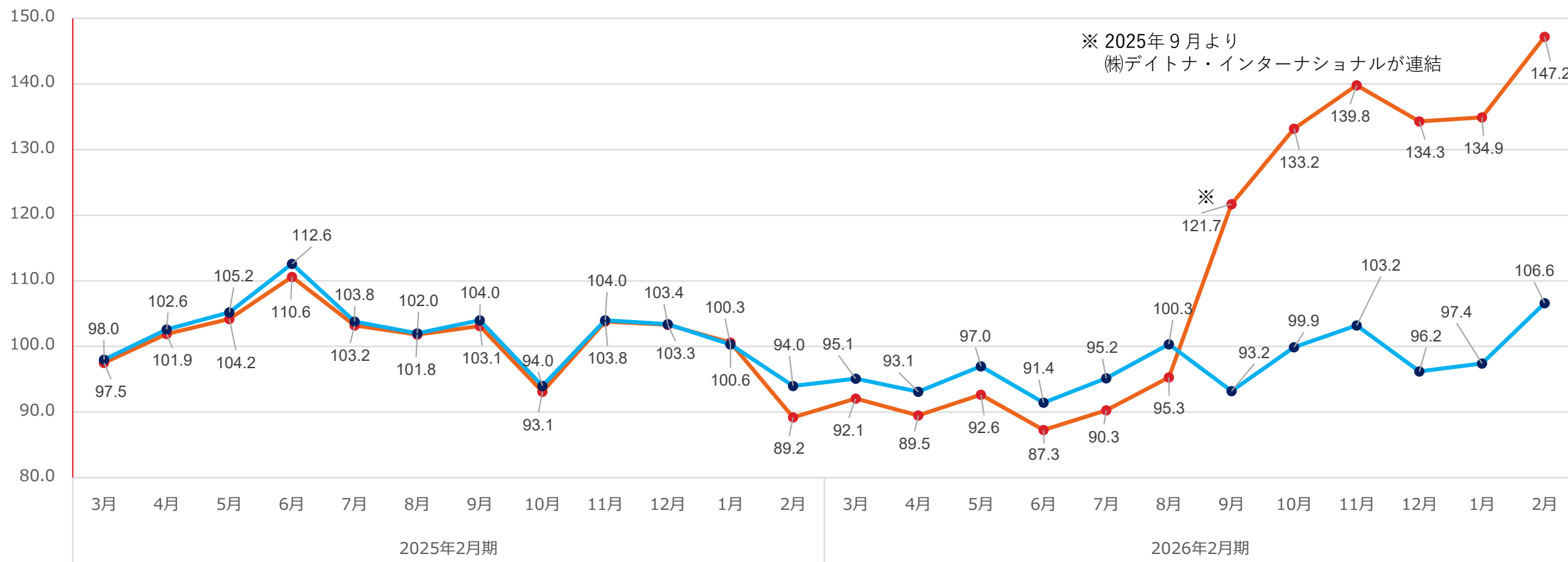
前期および当期の「PEARLY GATES」から「MASTER BUNNY EDITION」の売上高・売上総利益を除外して記載しております。

2026年2月期 通期業績ハイライト

国内 既存店・全店 売上高の推移

2025年2月期 通期累計
 全店：101.0%
 既存店：102.0%

2026年2月期 通期累計
 全店：113.9%
 既存店：97.2%



2026年2月期 通期業績ハイライト

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(株)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(株)ウォーターフロントが連結しております。(1店舗)

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。