

TOKYO BASE CO.,LTD.

2022年1月期第3四半期 決算説明資料

2022年1月28日

ご留意事項

本資料は、株式会社TOKYO BASEの業界動向及び事業内容について、株式会社TOKYO BASEによる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

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します
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

株式会社TOKYO BASEの実際の将来における事業内容や業績等は、
本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます

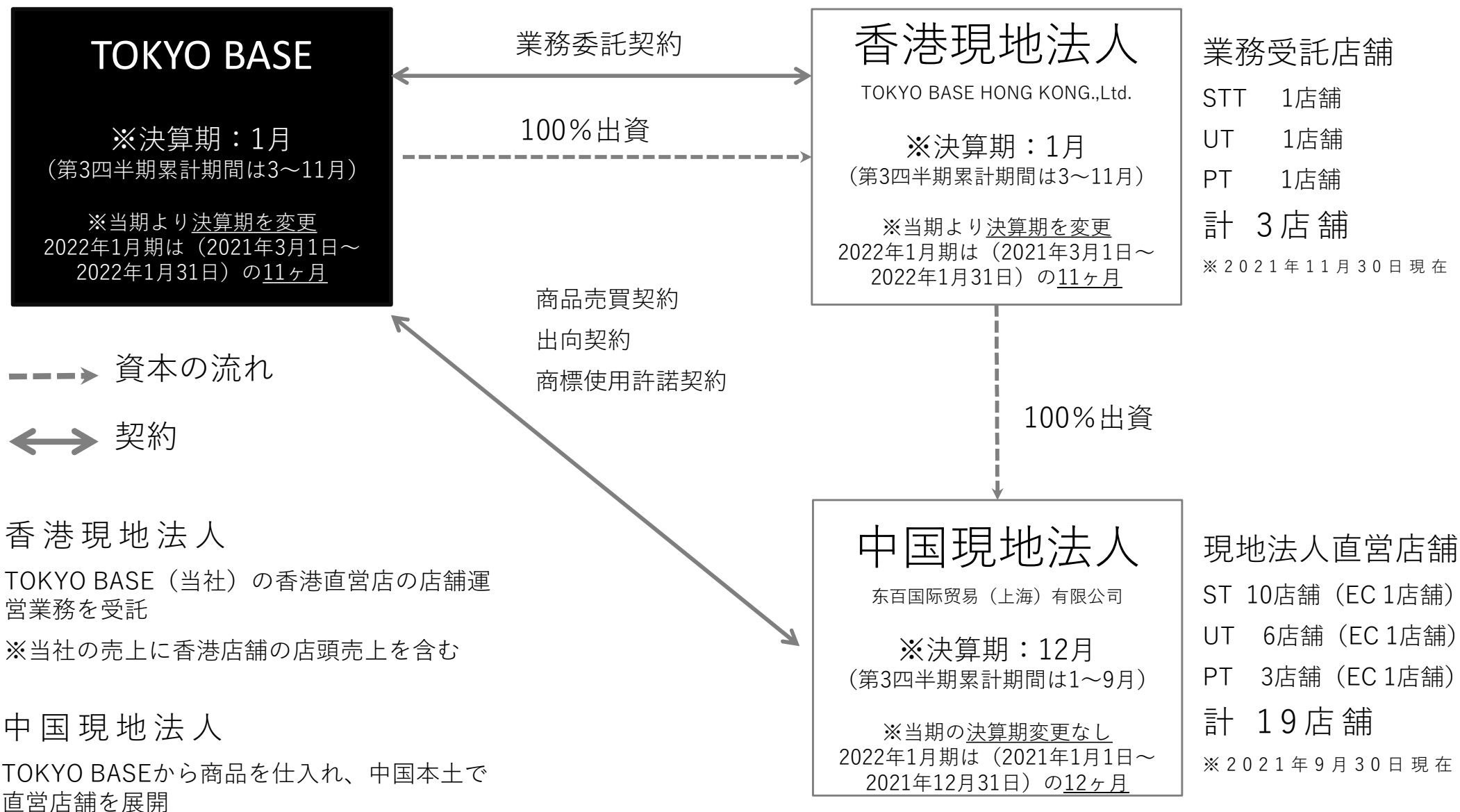
本資料における将来展望に関する表明は、2022年1月28日現在において利用可能な情報に基づいて
株式会社TOKYO BASEによりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、
将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません

目次

1. 2022年1月期通期 業績予想の修正	5
2. 2022年1月期3Q 連結決算実績	8
3. 2022年1月期3Q 売上実績（業態・販路別）	12
4. 2022年1月期3Q 出店実績および店舗数	19
5. 2022年1月期 取り組み事項	25
6. 今後の事業戦略（中・長期）	30
7. 参考資料	35
Appendix（弊社事業の特徴と強み）	38

TOKYO BASE GROUP

(2022年1月期 3Q末現在)



1. 2022年1月期連結業績予想の修正

2022年1月期 通期連結業績予想

■通期連結業績予想を以下の通り修正

(百万円)

	22/1月期 通期予想 (修正) (11カ月)	売上比 (%)	22/1月期 通期予想 (当初) (11カ月)	売上比 (%)	増減率(%)	売上比の 当初予想比 増減 (pt)
売上高	17,500	100.0	18,880	100.0	△ 7.3	—
売上総利益	9,230	52.7	9,930	52.6	△ 7.0	0.1
販管費	8,360	47.8	8,730	46.2	△ 4.2	1.6
営業利益	870	5.0	1,200	6.4	△ 27.5	△ 1.4
経常利益	970	5.5	1,200	6.4	△ 19.2	△ 0.9
純利益及び純損失	645	3.7	840	4.4	△ 23.2	△ 0.7

2022年1月期 通期連結業績予想

■通期連結業績予想の前提（当初：2021年4月14日公表）

- ✓ 売上高は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を一定程度受ける想定だが、下期にかけて段階的な回復を見込む
 - × **新型コロナウイルス感染症の第4波及び第5波による長期化が影響**
- ✓ 売上総利益率は前期での在庫適正化により、前々期並みに回復を見込む
 - ○ **前々期 51.8%、今期 52.7%へ回復**
参考：前期 48.7%
- ✓ 販管費は積極出店による人件費・地代家賃等の増加を見込む
 - ○ **費用増加**
- ✓ 中国現地法人は売上伸長、黒字転換を見込む
 - ○ **黒字化**
- ✓ 香港現地法人は不採算店舗の閉鎖で赤字幅縮小を見込む
 - ○ **黒字化**

（注）○=2021年4月14日に公表した通期連結業績予想作成時の前提通りのもの、×=同前提から異なるもの

2. 2022年1月期3Q 連結決算実績

※本ページ以後、STUDIOUSを「ST」、STUDIOUS TOKYOを「STT」、YOHJI YAMAMOTOを「YY」、UNITED TOKYOを「UT」、PUBLIC TOKYOを「PT」、A+ TOKYOを「AT」、THE TOKYOを「TT」、TOKYO DEPARTMENT STOREを「TDS」、NEW MARKET TOKYOを「NMT」と略記（ST業態には「STT」と「YY」を含む）

2022年1月期3Q 連結PL実績

(百万円)

連結	第3四半期 (3ヶ月)						第3四半期累計 (9ヶ月)					
	22/1月期	売上比 (%)	21/2月期	売上比 (%)	増減率 (%)	売上比の前期比増減 (pt)	22/1月期	売上比 (%)	21/2月期	売上比 (%)	増減率 (%)	売上比の前期比増減 (pt)
売上高	5,155	100.0	4,653	100.0	10.8	—	13,326	100.0	10,549	100.0	26.3	—
TOKYO BASE (単体)	4,578	—	4,433	—	3.3	—	11,593	—	10,245	—	13.2	—
TOKYO BASE HONGKONG.,Ltd. (香港)	68	—	63	—	7.5	—	181	—	152	—	19.5	—
东百国际贸易 (上海) 有限公司 (中国)	613	—	242	—	153.0	—	1,828	—	343	—	432.1	—
売上総利益	2,786	54.0	2,314	49.7	20.4	4.3	7,096	53.3	5,085	48.2	39.5	5.1
販管費	2,414	46.8	1,996	42.9	21.0	3.9	6,367	47.8	4,953	47.0	28.6	0.8
営業利益	371	7.2	318	6.8	16.7	0.4	729	5.5	132	1.3	450.3	4.2
TOKYO BASE (単体)	340	7.4	344	7.8	△ 1.3	△ 0.3	579	5.0	272	2.7	112.8	2.3
TOKYO BASE HONGKONG.,Ltd. (香港)	14	21.4	△ 6	—	—	32.2	27	15.1	△ 71	—	—	61.9
东百国际贸易 (上海) 有限公司 (中国)	24	3.9	△ 14	—	—	10.1	131	7.2	△ 59	—	—	24.5
経常利益	451	8.8	307	6.6	46.8	2.2	859	6.5	103	1.0	729.0	5.5
税引前利益及び損失	481	9.3	297	6.4	62.1	2.9	864	6.5	△ 56	—	—	7.0
純利益及び純損失	338	6.6	197	4.2	71.5	2.4	620	4.7	△ 112	—	—	5.8

(注1) 決算期間

TOKYO BASE (単体)、TOKYO BASE HONGKONG.,Ltd. (香港) : 3Q (3ヶ月) = 9~11月、累計 (9ヶ月) = 3~11月
 东百国际贸易 (上海) 有限公司 (中国) : 3Q (3ヶ月) = 7~ 9月、累計 (9ヶ月) = 1~9月

(注2) 香港店舗の売上はTOKYO BASE単体 (日本) に計上、香港法人の売上は店舗運営業務受託

2022年1月期3Q 連結販管費実績

(百万円)

連結	第3四半期(3ヶ月)						第3四半期累計(9ヶ月)					
	22/1月期	売上比 (%)	21/2月期	売上比 (%)	増減率 (%)	売上比の 前期比増減 (pt)	22/1月期	売上比 (%)	21/2月期	売上比 (%)	増減率 (%)	売上比の 前期比増減 (pt)
販管費計	2,414	46.8	1,996	42.9	21.0	3.9	6,367	47.8	4,953	47.0	28.6	0.8
人件費	633	12.3	531	11.4	19.2	0.9	1,762	13.2	1,310	12.4	34.4	0.8
地代家賃・販売手数料	1,008	19.6	838	18.0	20.3	1.6	2,574	19.3	2,040	19.3	26.1	—
減価償却費	97	1.9	47	1.0	105.5	0.9	242	1.8	136	1.3	78.4	0.5
宣伝販促費	118	2.3	138	3.0	△ 14.6	△ 0.7	415	3.1	387	3.7	7.4	△ 0.6
業務委託費	119	2.3	88	1.9	35.6	0.4	330	2.5	254	2.4	29.9	0.1
その他	436	8.5	351	7.6	24.2	0.9	1,042	7.8	824	7.8	26.4	—

(注) 中国事業現地スタッフの人件費は会計処理上は業務委託費に含んでいるため、本資料上は人件費へ組替えて表示

[3Q (3ヶ月)]

■増収増益

■売上高 51.5億円 (前年同期比10.8%増)

※詳細は「業態・販路別売上」を参照

■売上総利益 27.8億円、売上総利益率 (4.3pt増)

✓ 前期に対してセール規模縮小

■販管費 24.1億円 (前年同期比21.0%増)

✓ 売上高販管費比率 3.9pt増

- ・ 人件費 (0.9pt増)、地代家賃・販売手数料 (1.6pt増)、減価償却費 (0.9pt増)
→ 出店に伴う増加

■営業利益 3.7億円 (前年同期比16.7%増)

■当期純利益 (前年同期比71.5%増)

- ✓ 為替差益 0.7億円
- ✓ 固定資産受贈益 0.6億円
- ✓ 減損損失 0.4億円

3. 2022年1月期3Q 売上実績 (業態・販路別)

2022年1月期3Q 業態・販路別売上

(百万円)

業態	第3四半期 (3ヶ月)					第3半期累計 (9ヶ月)				
	22/1月期	構成比 (%)	21/2月期	構成比 (%)	増減率 (%)	22/1月期	構成比 (%)	21/2月期	構成比 (%)	増減率 (%)
ST	2,469	47.9	2,239	48.1	10.3	6,439	48.3	5,003	47.4	28.7
実店舗 (国内)	1,500	60.8	1,409	62.9	6.5	3,683	57.2	2,755	55.1	33.7
実店舗 (海外)	460	18.7	205	9.1	125.4	1,277	19.8	347	6.9	268.9
EC	508	20.6	574	25.6	△ 11.4	1,442	22.4	1,782	35.6	△ 19.0
その他	—	—	52	2.3	—	36	0.6	120	2.4	△ 70.0
UT	1,553	30.1	1,486	31.9	4.5	4,277	32.1	3,393	32.2	26.1
実店舗 (国内)	899	57.9	809	54.5	11.1	2,186	51.1	1,578	46.5	38.6
実店舗 (海外)	177	11.4	95	6.4	85.2	559	13.1	212	6.3	163.3
EC	476	30.7	580	39.1	△ 18.0	1,515	35.4	1,547	45.6	△ 2.0
その他	—	—	—	—	—	16	0.4	55	1.6	△ 71.0
PT	903	17.5	676	14.5	33.6	2,197	16.5	1,446	13.7	52.0
実店舗 (国内)	549	60.7	457	67.5	20.1	1,183	53.8	834	57.7	41.7
実店舗 (海外)	108	12.0	73	10.8	48.8	351	16.0	142	9.8	148.3
EC	245	27.2	146	21.5	68.7	645	29.4	449	31.0	43.8
その他	—	0.1	—	0.1	—	17	0.8	21	1.5	△ 15.7
TT	104	2.0	—	—	—	104	0.8	—	—	—
実店舗 (国内)	104	100.0	—	—	—	104	100.0	—	—	—
AT	99	1.9	—	—	—	99	0.7	—	—	—
実店舗 (国内)	82	82.6	—	—	—	82	82.6	—	—	—
EC	17	17.4	—	—	—	17	17.4	—	—	—
TDS	24	0.5	230	5.0	△ 89.3	196	1.5	684	6.5	△ 71.4
EC・その他	24	100.0	230	100.0	△ 89.3	196	100.0	684	100.0	△ 71.4
NMT	—	—	20	0.4	—	12	0.1	22	0.2	△ 43.8
EC・その他	—	—	20	100.0	—	12	100.0	22	100.0	△ 43.8
全社	5,155	100.0	4,653	100.0	10.8	13,326	100.0	10,549	100.0	26.3
実店舗 (国内)	3,135	60.8	2,675	57.5	17.2	7,239	54.3	5,168	49.0	40.1
実店舗 (海外)	746	14.5	373	8.0	100.1	2,187	16.4	700	6.6	212.5
EC	1,272	24.7	1,551	33.3	△ 18.0	3,829	28.7	4,484	42.5	△ 14.6
その他	0	0.0	53	1.2	—	69	0.5	196	1.9	△ 64.5

(注) 構成比：①各業態合計の構成比は全社売上合計に占める構成比 ②実店舗 (国内) ・実店舗 (海外) ・EC・その他は各業態の売上合計に占める構成比

[3Q（3ヶ月）]

■新規出店及び既存店の回復による増加（10.8%）

- ✓ 既存3業態：ST 10.3%増、UT 4.5%増、PT 33.6%増
- ✓ 新業態売上実績：THE TOKYO 1億円、A+ TOKYO 1億円

■実店舗（国内+海外）27.1%増

- ✓ 国内：既存店の回復及び新規出店
- ✓ 海外：中国現地法人の新規出店

■国内EC（ST+UT+PT）4.3%減

- ✓ MD政策変更（低価格商品の廃止）、セール販売の最小化
※詳細は「EC売上（国内）」を参照

■TDS 89.3%減

- ✓ 事業縮小

■出店の状況

✓9月に丸の内仲通り店、11月に六本木ミッドタウン店の合計2店舗を出店



丸の内仲通り店



六本木ミッドタウン店

■成果

✓30代～50代へ顧客層の拡大

■課題

✓商品内容の改善

■出店の状況

- ✓ WOMENS新宿店、MENS新宿店、大阪店（複合）の実店舗を3店舗、自社ONLINE STORE、ZOZOTOWNのECを2店舗、合計5店舗を出店



WOMENS新宿店



MENS新宿店



大阪店（複合）

■成果

- ✓ 新たな顧客層の拡大

■課題

- ✓ スポーツ軸→ファッション軸へ修正

2022年1月期3Q EC売上（国内）

業態	第3四半期（3ヶ月）					第3四半期累計（9ヶ月）				
	22/1月期	構成比 （%）	21/2月期	構成比 （%）	増減率 （%）	22/1月期	構成比 （%）	21/2月期	構成比 （%）	増減率 （%）
ST	507	40.0	555	36.4	△ 8.6	1,441	37.7	1,749	39.5	△ 17.6
（自社）	214	42.3	174	31.4	23.2	651	45.2	527	30.2	23.4
（他社モール）	292	57.7	381	68.6	△ 23.2	789	54.8	1,221	69.8	△ 35.3
UT	474	37.4	580	38.1	△ 18.3	1,512	39.6	1,542	34.9	△ 1.9
（自社）	108	22.9	149	25.7	△ 27.1	401	26.6	430	27.9	△ 6.6
（他社モール）	365	77.1	431	74.3	△ 15.3	1,111	73.4	1,112	72.1	△ 0.1
PT	244	19.3	145	9.5	68.1	644	16.8	447	10.1	43.9
（自社）	73	30.0	54	37.6	33.8	244	38.0	164	36.7	49.0
（他社モール）	171	70.0	90	62.4	88.7	399	62.0	283	63.3	40.9
AT	17	1.4	0	—	—	17	0.5	—	—	—
（自社）	8	46.3	—	—	—	8	46.3	—	—	—
（他社モール）	9	53.7	—	—	—	9	53.7	—	—	—
TDS	24	1.9	227	14.9	△ 89.1	196	5.1	666	15.1	△ 70.5
（他社モール）	24	100.0	227	100.0	△ 89.1	196	100.0	666	100.0	△ 70.5
NMT	—	—	16	1.1	—	12	0.3	18	0.4	—
（自社）	—	—	16	—	—	12	100.0	18	—	—
全社（EC売上合計）	1,269	100.0	1,526	100.0	△ 16.8	3,824	100.0	4,423	100.0	△ 13.6
（自社）	404	31.9	395	25.9	2.5	1,317	34.5	1,140	25.8	15.6
（他社モール）	864	68.1	1,131	74.1	△ 23.6	2,506	65.5	3,283	74.2	△ 23.7

（注）構成比：①各業態合計の構成比は全社EC売上合計に占める構成比 ②自社・他社モールは各業態のEC売上合計に占める構成比
TTはECの運営なし（実店舗のみ）

2022年1月期3Q EC売上

■対前年増減率 抜粋(既存3業態)

	第3四半期 (3ヶ月)				第3四半期累計 (9ヶ月)			
	ST	UT	PT	3業態合計	ST	UT	PT	3業態合計
自社	23.2%	△27.1%	33.8%	4.9%	23.4%	△6.6%	49.0%	15.7%
他社モール	△23.2%	△15.3%	88.7%	△8.1%	△35.3%	△0.1%	40.9%	△12.1%
合計	△8.6%	△18.3%	68.1%	△4.3%	△17.6%	△1.9%	43.9%	△3.8%

■概況 (3ヶ月)

- ✓ST：自社（メンズ）は在庫高の適正化、他社モールはオリジナル商品及びセール縮小
- ✓UT：自社、他社モールともに在庫積み込み不足、低価格商品縮小
- ✓PT：商品力及びブランド認知の向上

4. 2022年1月期3Q 出店実績および店舗数

2022年1月期3Q 店舗数実績(連結)

業態	期首	2Q末	出店	退店	3Q末	期首比較
ST	33	38	4	0	42	9
実店舗(国内)	25	26	2	0	28	3
実店舗(海外)	5	8	2	0	10	5
実店舗合計	30	34	4	0	38	8
E C	3	4	0	0	4	1
UT	18	19	3	0	22	4
実店舗(国内)	13	13	0	0	13	0
実店舗(海外)	3	4	2	0	6	3
実店舗合計	16	17	2	0	19	3
E C	2	2	1	0	3	1
PT	16	14	3	0	17	1
実店舗(国内)	11	9	2	0	11	0
実店舗(海外)	3	3	0	0	3	0
実店舗合計	14	12	2	0	14	0
E C	2	2	1	0	3	1
TT	0	0	2	0	2	2
実店舗(国内)	0	0	2	0	2	2
実店舗(海外)	0	0	0	0	0	0
実店舗合計	0	0	2	0	2	2
E C	0	0	0	0	0	0
AT	0	0	5	0	5	5
実店舗(国内)	0	0	3	0	3	3
実店舗(海外)	0	0	0	0	0	0
実店舗合計	0	0	3	0	3	3
E C	0	0	2	0	2	2
TDS	1	1	0	0	1	0
E C	1	1	0	0	1	0
NMT	1	0	0	0	0	△1
E C	1	0	0	0	0	△1
全社	69	72	17	0	89	20
実店舗(国内)	49	48	9	0	57	8
実店舗(海外)	11	15	4	0	19	8
実店舗合計	60	63	13	0	76	16
E C	9	9	4	0	13	4

2022年1月期3Q 出退店実績(連結)

■2022年1月期3Qは17店舗を出店し、3Q末時点の店舗数は89店舗

- ✓国内は11店舗（うちEC2店舗）、海外は出店6店舗（うちEC2店舗）を出店
- ✓3Q末時点の海外は実店舗19店舗、EC3店舗の計22店舗（構成比25%、期首対比+9pt）

【国内】出店：実店舗9店舗 EC2店舗

■ST

- ✓STUDIOUS WOMENS 二子玉川店（51坪）を出店（9月）
- ✓STUDIOUS MENS 有楽町店（38坪）を出店（10月）

■AT

- ✓A+ TOKYO WOMENS 新宿店（29坪）を出店（9月）
- ✓A+ TOKYO MENS 新宿店（25坪）を出店（9月）
- ✓A+ TOKYO 大阪店（43坪）を出店（9月）
- ✓A+ TOKYO 自社ONLINE STORE を出店（9月）
- ✓A+ TOKYO ZOZOTOWN店を出店（9月）

■PT

- ✓PUBLIC TOKYO 池袋店（71坪）を出店（9月）
- ✓PUBLIC TOKYO 神宮前店（120坪）を出店（11月）

■TT

- ✓THE TOKYO 丸の内店（95坪）を出店（9月）
- ✓THE TOKYO 六本木店（50坪）を出店（11月）

【海外】出店：実店舗4店舗 EC2店舗

■ST

- ✓STUDIOUS 深圳万象天地店（85坪）を出店（9月）
- ✓STUDIOUS 上海前灘太古里店（105坪）を出店（9月）

■UT

- ✓UNITED TOKYO 深圳万象天地店（70坪）を出店（9月）
- ✓UNITED TOKYO 北京ラッフルズ店（51坪）を出店（9月）

- ✓UNITED TOKYO T-MALL (EC) を出店（8月）

■PT

- ✓PUBLIC TOKYO T-MALL (EC) を出店（8月）

(注) 当期より出退店は連結対象各社の決算期に合わせて記載 (3Q (3ヶ月) : 日本・香港は9月～11月、中国は7月～9月)

2022年1月期3Q 坪数実績(連結)

■ 2022年1月期3Q末で1,291坪純増、3Q末坪数は4,670坪

✓ 出店：1,518坪増、退店：213坪減、改装等：14坪減

✓ 3Q末時点の海外は1,631坪（構成比35%、期首対比+10pt）

(坪)

業態	期首	出店	退店	増減床	3Q末	期首比較
ST	1,687	796	△ 31	△ 14	2,438	751
国内	1,178	186	△ 31	△ 14	1,319	141
海外	509	610	0	0	1,119	610
UT	985	289	△ 84	0	1,190	205
国内	809	107	△ 84	0	832	23
海外	176	182	0	0	358	182
PT	707	191	△ 98	0	800	93
国内	553	191	△ 98	0	646	93
海外	154	0	0	0	154	0
TT	0	145	0	0	145	145
国内	0	145	0	0	145	145
海外	0	0	0	0	0	0
AT	0	97	0	0	97	97
国内	0	97	0	0	97	97
海外	0	0	0	0	0	0
全社	3,379	1,518	△ 213	△ 14	4,670	1,291
国内	2,540	726	△ 213	△ 14	3,039	499
海外	839	792	0	0	1,631	792

2022年1月期3Q 連結BS実績

資産

負債・純資産

(百万円)

連結	22/1月期 3Q末	21/2月期 期末	増減額	増減率 (%)	21/2月期 3Q末	増減額	増減率 (%)	連結	22/1月期 3Q末	21/2月期 期末	増減額	増減率 (%)	21/2月期 3Q末	増減額	増減率 (%)
流動資産	7,445	5,233	2,212	42.3	5,163	2,282	44.2	流動負債	4,662	3,315	1,346	40.6	3,307	1,354	41.0
現金及び預金	2,613	2,605	8	0.3	1,821	791	43.5	買掛金	1,974	1,141	833	73.0	1,307	667	51.1
売掛金	1,412	797	614	77.1	1,173	238	20.3	1年以内返済予定の 長期借入金	1,107	1,191	△ 83	—	1,032	75	7.4
商品	3,084	1,615	1,469	91.0	1,920	1,164	60.6	その他	1,579	982	596	60.7	967	611	63.2
未収法人税等	—	104	△ 104	—	—	—	—	固定負債	666	1,022	△ 355	—	923	△ 256	—
その他	335	110	224	203.5	247	87	35.2	長期借入金	569	1,012	△ 443	—	913	△ 344	—
固定資産	3,619	2,323	1,296	55.8	2,283	1,335	58.5	資産除去債務	96	9	87	944.7	9	87	945.2
有形固定資産	2,018	1,243	775	62.3	1,240	777	62.6	負債合計	5,328	4,338	990	22.8	4,230	1,097	25.9
無形固定資産	78	66	11	17.0	62	15	24.9	純資産	5,737	3,218	2,518	78.2	3,217	2,520	78.3
繰延税金資産	94	94	—	0.1	96	△ 2	—	資本金	564	409	154	37.6	409	154	37.6
差入保証金	1,407	909	498	54.8	878	529	60.3	資本剰余金	862	393	468	119.1	393	468	119.1
その他	20	9	11	122.6	5	15	292.2	利益剰余金	5,672	5,052	620	12.3	5,052	619	12.3
								自己株式	△ 1,359	△ 2,655	1,295	—	△ 2,660	1,300	—
								その他	△ 3	17	△ 20	—	20	△ 23	—
資産合計	11,065	7,556	3,508	46.4	7,447	3,617	48.6	負債純資産合計	11,065	7,556	3,508	46.4	7,447	3,617	48.6

(注) 決算期間

TOKYO BASE (単体)、TOKYO BASE HONGKONG.,Ltd. (香港) : 3Q (3ヶ月) = 9~11月、累計 (9ヶ月) = 3~11月
 东百国际贸易 (上海) 有限公司 (中国) : 3Q (3ヶ月) = 7~ 9月、累計 (9ヶ月) = 1~9月

2022年1月期3Q 連結BS実績

[前期末比]

■資産（35.0億円増）

- ✓商品14.6億円増
- ✓新規出店に伴う有形固定資産7.7億円、差入保証金4.9億円増

■負債（9.9億円増）

- ✓買掛金8.3億円増

■純資産（25.1億円増）

- ✓ストックオプション行使による自己株式処分12.9億円、資本剰余金4.6億円増
- ✓利益剰余金6.2億円

■自己資本比率 9.3pt増（当期51.8%、前期末42.5%）

[前年同期比]

■資産（36.1億円増）

- ✓ストックオプション行使及び利益増に伴う現預金7.9億円増
- ✓商品11.6億円増

■自己資本比率 8.7pt増（前年同期43.1%）

5. 2022年1月期 取り組み事項

2022年1月期 通期取り組み

■ 2022年1月期の取り組み

仕入の適正化

前期構築した仕入と在庫コントロールの運用強化
✓ 前期大幅抑制した仕入を適正化
店舗と物流拠点へのRFID導入による業務効率化
✓ 今秋全業態導入完了

自社EC強化

システム投資
✓ 他社モールとの連携、ユニサイズ、検索エンジン等
優秀な人材の配置
✓ 営業実績のある人材を抜擢
WEB広告およびSNS広告
✓ 本質的な効果がみえないので取りやめ
MD強化
✓ 自社EC起点の商品展開、客注運用改善による利便性の向上

中国事業拡大

地域別MDの構築 → 華北・華東・華中・華南の気候に応じたMD構築
積極出店継続 新規出店 15店舗
✓ EC出店 (ST 1店舗・UT 1店舗・PT 1店舗)
✓ 3Q (1~9月) までに実店舗 8店舗、EC 3店舗を出店

2つの新業態立ち上げ

A+TOKYO : 5店舗出店
✓ 新宿ルミネ1・2、ルクア大阪、自社ONLINE STORE、ZOZOTOWNに出店済 (9月)
THE TOKYO : 2店舗出店
✓ 丸の内仲通りに路面店 (9月)、六本木ミッドタウンに出店済 (11月)

本社移転

業容拡大後の生産性向上を見据え、11月に本社を表参道 (新青山東急ビル) に移転
✓ 現状2フロア、241.4坪 ⇒ 3フロア、574.7坪 (約2.4倍) へ拡大
✓ 設備投資180百万円、消耗品費16百万円、固定資産受贈益68百万円

資金調達

自社株を活用した新株予約権による資金調達15.9億 (11月1日 行使完了)
銀行からの長期借入による資金調達額10.0億円 (3年)

今後の出退店計画（国内）

【国内】出店：なし、退店：実店舗 3店舗

■ST

✓ **STUDIOUS WOMENS 博多店（51坪）を退店（1月）**

■PT

✓ **PUBLIC TOKYO 天王子店（65坪）を退店（1月）**

✓ **PUBLIC TOKYO WOMENS 横浜店（32坪）を退店（1月）**

■TOKYO DEPARTMENT STORE

✓ **1月退店 →在庫消化のため当面営業継続へ変更**

(注) ①2022年1月28日時点

②当期より店舗数は連結対象各社の決算期に合わせて記載（2022年1月期：日本・香港は3月～1月、中国は1月～12月）

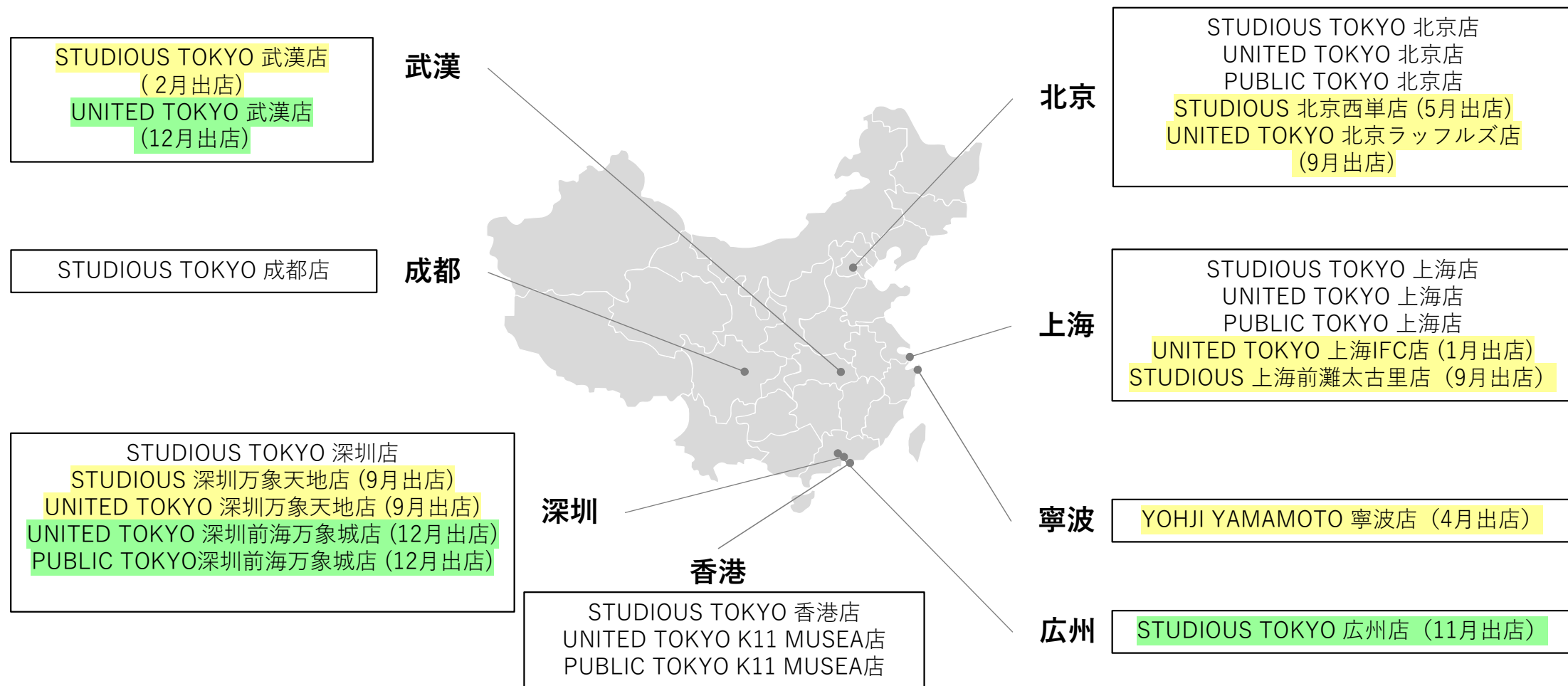
今後の出店計画・出店状況(海外)

■4Q(10月~12月)で4店舗出店(実店舗:4店舗)

✓実店舗:STT 1店舗、UT 2店舗、PT 1店舗

■2022年1月期末の海外店舗数は26店舗

✓実店舗 23店舗、EC 3店舗



(注) ①2022年1月28日時点

②当期より店舗数は連結対象各社の決算期に合わせて記載(2022年1月期:日本・香港は3月~1月、中国は1月~12月)

2022年1月期 期末時点 店舗数見込(連結)

■2022年1月期 期末時点店舗数：実店舗：77店舗 EC：13店舗 計：90店舗

✓実店舗は77店舗中海外が23店舗（構成比30%）へ

業態	期首	3Q末	出店	退店	期末	期首比較	改装
ST	33	42	1	1	42	9	0
実店舗（国内）	25	28	0	1	27	2	0
実店舗（海外）	5	10	1	0	11	6	0
実店舗合計	30	38	1	1	38	8	0
E C	3	4	0	0	4	1	0
UT	18	22	2	0	24	6	0
実店舗（国内）	13	13	0	0	13	0	0
実店舗（海外）	3	6	2	0	8	5	0
実店舗合計	16	19	2	0	21	5	0
E C	2	3			3	1	0
PT	16	17	1	2	16	0	0
実店舗（国内）	11	11	0	2	9	△2	0
実店舗（海外）	3	3	1	0	4	1	0
実店舗合計	14	14	1	2	13	△1	0
E C	2	3	0	0	3	1	0
TT	0	2	0	0	2	2	0
実店舗（国内）	0	2	0	0	2	2	0
実店舗（海外）	0	0	0	0	0	0	0
実店舗合計	0	2	0	0	2	2	0
E C	0	0	0	0	0	0	0
AT	0	5	0	0	5	5	0
実店舗（国内）	0	3	0	0	3	3	0
実店舗（海外）	0	0	0	0	0	0	0
実店舗合計	0	3	0	0	3	3	0
E C	0	2	0	0	2	2	0
TDS	1	1	0	0	1	0	0
E C	1	1	0	0	1	0	0
NMT	1	0	0	0	0	△1	0
E C	1	0	0	0	0	△1	0
全社	69	89	4	3	90	21	0
実店舗（国内）	49	57	0	3	54	5	0
実店舗（海外）	11	19	4	0	23	12	0
実店舗合計	60	76	4	3	77	17	0
E C	9	13	0	0	13	4	0

(注) ①2022年1月28日時点

②当期より店舗数は連結対象各社の決算期に合わせて記載（2022年1月期：日本・香港は3月～1月、中国は1月～12月）

6. 今後の事業戦略(中・長期)

今後の国内出店戦略

業態	日本										
	首都圏						名古屋	京阪神			EC
	渋谷・原宿 青山・恵比寿	新宿	丸の内・銀座 有楽町・日本橋	六本木	池袋	横浜 二子玉川	名古屋	京都	大阪	神戸	
STUDIOUS業態											
(STUDIOUS MENS)	◎	◎	◎	★	◎	★	◎	◎	◎	★	◎
(STUDIOUS WOMENS)	◎	◎	◎	★	◎	◎	◎	◎	◎	★	◎
(STUDIOUS TOKYO)	◎	★	★	★					★		
UNITED TOKYO業態	◎	◎	◎	★	◎	◎	◎	◎	◎	★	◎
PUBLIC TOKYO業態	◎	◎	★	★	◎	◎	◎	★	◎	★	◎
A+TOKYO業態	★	◎	★	★	★	★	★	★	◎	★	◎
THE TOKYO業態	◎	★	◎	◎					★		◎

◎ = 出店済および予定地域（今後の出店数拡大、増床の検討を含む）、★ = 新規開発強化地域

今後の海外出店戦略

業態	アジア										欧米				
	香港	中国本土								EC	北米		欧州		EC
		上海	北京	深圳	成都	武漢	広州	杭州	その他		NY	LA	PARIS	LONDON	
STUDIOUS業態															
(STUDIOUS MENS)		★	◎	◎	★	◎	★	★	★	◎	★	★	★	★	★
(STUDIOUS WOMENS)		★	◎	◎	★	◎	★	★	★	◎	★	★	★	★	★
(STUDIOUS TOKYO)	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	★	★	★	★	★	★	★	★
(ブランド FC)	★	★	★	★	★	★	★	★	◎	★	★	★	★	★	★
UNITED TOKYO業態	◎	◎	◎	◎	◎	★	★	★	★	◎	★	★	★	★	★
PUBLIC TOKYO業態	◎	◎	◎	◎	◎	★	★	★	★	◎	★	★	★	★	★
A+TOKYO業態	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
THE TOKYO業態	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★

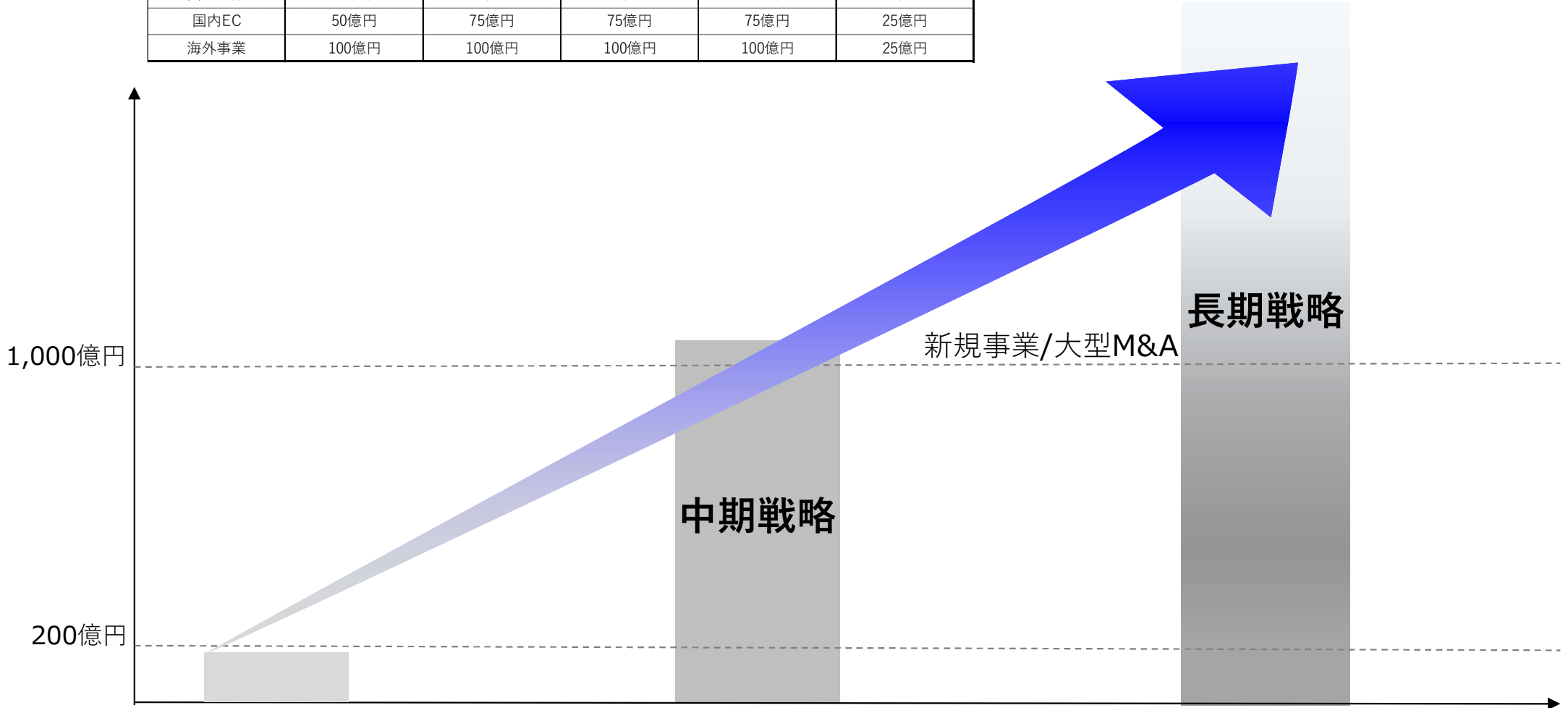
◎ = 出店済および予定地域（今後の出店数拡大、増床の検討を含む）、★ = 新規開発強化地域

中・長期戦略

STUDIOUS、UNITED TOKYO、PUBLIC TOKYO、A+TOKYO、THE TOKYOを基軸とし、
 中期的に営業利益率10%台を確保しながら、売上高1,000億円を目標

長期的に新規事業、大型M&Aにより更なる規模拡大を目指す

中期	STUDIOUS	UNITED TOKYO	PUBLIC TOKYO	A+TOKYO	THE TOKYO
	250億円	250億円	250億円	250億円	100億円
国内店舗	100億円	75億円	75億円	75億円	50億円
国内EC	50億円	75億円	75億円	75億円	25億円
海外事業	100億円	100億円	100億円	100億円	25億円



2022年1月期3Q 決算説明資料

ご清聴ありがとうございました

※2022年1月期 期末の決算発表は、
2022年3月17日（木）午後5時を予定しております

6. 参考資料

2022年1月期3Q PL実績(日本単体)

(百万円)

日本単体	第3四半期(3ヶ月)						第3四半期累計(9ヶ月)					
	22/1月期	売上比 (%)	21/2月期	売上比 (%)	増減率 (%)	売上比の 前期比増減 (pt)	22/1月期	売上比 (%)	21/2月期	売上比 (%)	増減率 (%)	売上比の 前期比増減 (pt)
売上高	4,578	100.0	4,433	100.0	3.3	—	11,593	100.0	10,245	100.0	13.2	—
売上総利益	2,417	52.8	2,201	49.6	9.8	3.2	6,045	52.1	4,934	48.2	22.5	3.9
販管費	2,077	45.4	1,856	41.9	11.9	3.5	5,465	47.1	4,662	45.5	17.2	1.6
営業利益	340	7.4	344	7.8	△ 1.3	△ 0.4	579	5.0	272	2.7	112.8	2.3
経常利益	421	9.2	338	7.6	24.5	1.6	682	5.9	260	2.5	162.3	3.4
税引前利益	451	9.9	324	7.3	39.1	2.6	687	5.9	176	1.7	289.2	4.2
純利益	312	6.8	224	5.1	38.8	1.7	472	4.1	121	1.2	290.6	2.9

2022年1月期 既存店売上前年対比 月別推移

区分	販路	業態	2021年3月	2021年4月	2021年5月	1 Q	2021年6月	2021年7月	2021年8月	2 Q	上半期	2021年9月	2021年10月	2021年11月	3 Q	2021年12月
業態別	実店舗	ST	138.1%	650.7%	385.3%	244.5%	115.4%	121.8%	95.0%	111.6%	155.5%	99.7%	105.2%	105.4%	103.3%	117.7%
		UT	117.1%	698.9%	389.3%	213.1%	118.3%	121.0%	97.2%	113.4%	146.0%	103.0%	99.7%	105.1%	103.5%	115.5%
		PT	126.5%	660.3%	301.6%	213.3%	130.5%	134.9%	108.6%	127.8%	157.7%	113.3%	105.8%	116.8%	112.3%	120.8%
	EC	ST	110.3%	74.7%	72.0%	82.5%	77.7%	80.0%	62.8%	73.8%	78.3%	81.6%	100.9%	91.4%	91.5%	92.6%
		UT	93.0%	83.8%	111.8%	96.4%	142.8%	121.2%	93.8%	121.5%	108.0%	80.2%	82.9%	81.5%	81.7%	95.5%
		PT	116.8%	96.7%	135.4%	115.7%	152.0%	138.6%	176.0%	153.6%	132.2%	212.5%	165.9%	141.5%	168.1%	182.9%
		TDS	67.7%	75.3%	56.4%	64.8%	28.6%	21.9%	16.6%	22.9%	39.1%	12.6%	11.2%	8.9%	10.9%	15.9%
		NMT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	ST	127.9%	183.0%	141.2%	145.2%	100.0%	103.9%	82.0%	95.5%	116.1%	94.1%	104.1%	101.3%	99.6%	109.2%
		UT	105.5%	167.5%	156.9%	133.2%	129.1%	121.1%	95.6%	117.1%	124.3%	93.5%	92.7%	95.6%	94.2%	106.9%
		PT	123.1%	200.2%	181.1%	156.4%	137.0%	136.1%	130.0%	136.3%	145.6%	137.6%	120.0%	122.5%	126.4%	137.4%
		TDS	67.7%	75.3%	56.4%	64.8%	28.6%	21.9%	16.6%	22.9%	39.1%	12.6%	11.2%	8.9%	10.9%	15.9%
		NMT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	全店	全店	115.7%	171.0%	141.3%	136.4%	108.5%	105.9%	87.0%	101.4%	115.9%	94.4%	97.7%	97.9%	96.5%	108.4%
		実店舗	128.8%	667.3%	372.9%	229.4%	119.1%	124.0%	97.8%	115.0%	152.7%	102.8%	103.6%	107.4%	105.0%	117.6%
EC		99.1%	81.0%	88.3%	89.2%	95.9%	87.0%	74.1%	86.4%	87.8%	80.6%	86.8%	81.0%	83.0%	94.5%	
国内/海外	日本	112.1%	172.2%	140.5%	134.3%	106.7%	104.7%	86.4%	100.2%	114.6%	94.1%	98.5%	98.1%	97.0%	110.6%	
	海外	249.8%	156.4%	152.8%	176.0%	132.5%	117.9%	91.5%	115.2%	136.0%	97.9%	92.2%	96.3%	92.5%	88.5%	

(注) 連結対象である中国現地法人は決算期末(12月)が異なるが、既存店売上は同月で集計

Appendix

弊社事業の特徴と強み

MISSION



日本発を世界へ

日本発を世界に発信する
ファッションカンパニーを創造するとともに、
事業拡大を通じて、顧客・従業員・取引先・株主の幸せと夢を実現します。

5 VISION



VISION 01
全世界顧客感動



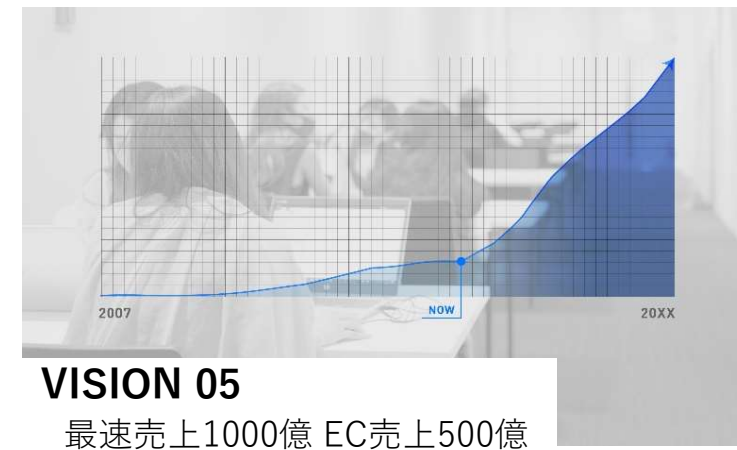
VISION 02
ファッションプロフェッショナル集団




VISION 03
NEXT MADE IN JAPAN



VISION 04
世界10大都市展開



VISION 05
最速売上1000億 EC売上500億



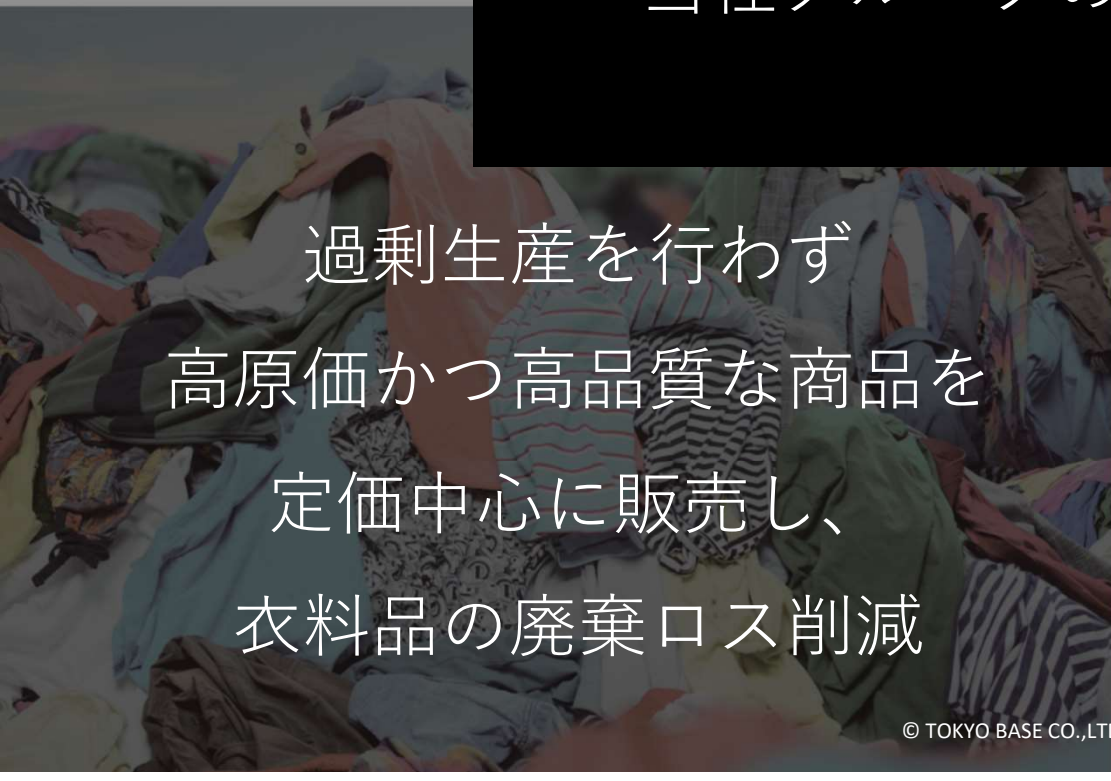
日本の優れたものづくり
クリエイションを世界へ発信



MADE IN JAPANを追求し
日本の縫製・繊維産業の活性化



当社グループの考える社会貢献



過剰生産を行わず
高原価かつ高品質な商品を
定価中心に販売し、
衣料品の廃棄ロス削減



売上及び利益を拡大し
高い給与水準で業界の地位を向上

STUDIOUS

TOKYOブランドを世界へ発信するセレクトショップ

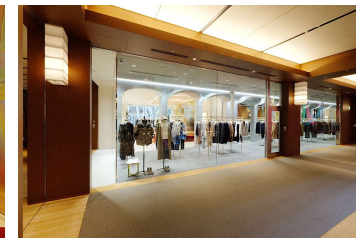


UNDERCOVER® JUN TAKAHASHI **JUNYA WATANABE** COMME des GARÇONS **MAN** *Yohji Yamamoto* **SOPH.** N. HOLLYWOOD WHISTER HOLLYWOOD
Mame Kurogouchi **TOGA PULLA** TOGA ARCHIVES beautiful people AKIRA NAKA **th**
White Mountaineering® **WACKO MARIA** GUILTY PARTIES nonnative® MIHARA YASUHIRO **su|vam**
muller of yoshiokubo **CINOH** **CLANE** **AMERI** **UJOH**
Reedles LAD MUSICIAN **ATTACHMENT** **FACTOTUM** **SHAREEF** -EST. In 2007- **CULLNI**
THE RERACS **08sircus** JOHN LAWRENCE SULLIVAN **TAN** **ELIN**




THE TOKYO

品格と感性が混ざり合う洗練されたクリエイション、
誇るべき本質的なTOKYOを世界に発信するセレクト型コミュニティストア



UNITED TOKYO

ALL MADE IN JAPANにこだわった「コンテンポラリーモード」ブランド

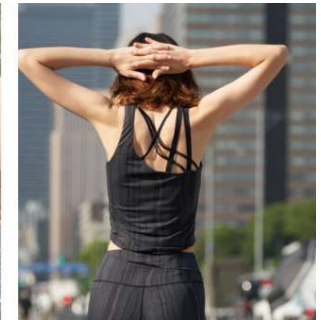
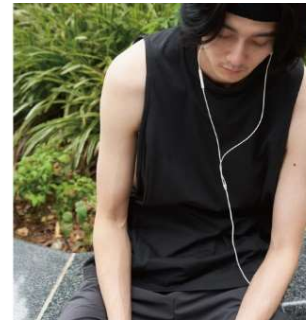


PUBLIC TOKYO

ALL MADE IN JAPANにこだわった「コンテポラリーカジュアル」ブランド



ALL MADE IN JAPANにこだわった「アクティブ」ブランド



事業展開とポジショニング

STUDIOUS

STUDIOUS - TOKYO -



THE TOKYO

コンセプト	日本国内の東京ブランドに特化した次世代セレクトショップ	世界を代表する東京ブランドに特化したSTUDIOUSのグローバル業態	誇るべき本質的なTOKYOを世界に発信するセレクト型コミュニティストア
顧客層	20～30代のファッション感度の高い若い世代をターゲット	30～40代のファッション感度の高い富裕層をターゲット	30～50代のファッション感度の高い富裕層をターゲット
平均単価	実店舗（国内） 2.3万円 実店舗（海外） 3.2万円	実店舗（国内） 2.5万円 実店舗（海外） 3.5万円	実店舗（国内） 4.0万円
	EC 1.6万円	EC -	EC -
店舗展開	国内大都市中心部及び中国北京に展開	国内大都市中心部及び中国主要都市に展開	東京中心部
業態特性	「ブランド商品（注）」の構成比率は75%程度	「ブランド商品（注）」の構成比率は100%	「ブランド商品（注）」の構成比率は80%程度

(注) 「ブランド商品」は、弊社のバイヤーが日本国内のファッションブランドより買い付け
「オリジナル商品」は、弊社デザイナーが企画し、取引先の国内工場で生産する弊社独自の商品

事業展開とポジショニング

UNITED TOKYO

PUBLIC TOKYO

A⁺ TOKYO

コンセプト	ALL MADE IN JAPANにこだわった 「コンテンポラリーモード」ブランド	ALL MADE IN JAPANにこだわった 「コンテンポラリーカジュアル」ブランド	ALL MADE IN JAPANにこだわった 「アクティブ」ブランド
顧客層	20～40代と広い世代をターゲット	20～40代と広い世代をターゲット	20～40代と広い世代をターゲット
平均単価	実店舗（国内） 1.5万円 実店舗（海外） 2.3万円	実店舗（国内） 1.4万円 実店舗（海外） 2.1万円	実店舗（国内） 1.5万円
	EC 1.1万円	EC 1.0万円	EC 1.1万円
店舗展開	国内東名阪の中心部及び 中国主要都市に展開	国内東名阪の中心部及び 中国主要都市に展開	国内東名阪の中心部及び 中国主要都市に展開
業態特性	全商品が「オリジナル商品（注）」 且つ日本製高品質・高原価率	全商品が「オリジナル商品（注）」 且つ日本製高品質・高原価率	「オリジナル商品（注）」 且つ日本製高品質・高原価率 ※一部シューズの仕入あり

（注）「ブランド商品」は、弊社のバイヤーが日本国内のファッションブランドより買い付け
「オリジナル商品」は、弊社デザイナーが企画し、取引先の国内工場で生産する弊社独自の商品