



TSI HOLDINGS



2026年1月15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 豪
(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 第3四半期決算説明会資料

当社は、このたび、「2026年2月期 第3四半期決算説明会資料」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



2026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）

2026.01.15



AGENDA

- 1 2026年2月期 第3四半期決算概況
- 2 販売チャネル別概況
- 3 事業トピックス
- 4 補足資料

Next Agenda

2026年2月期 第3四半期決算概況



エグゼクティブサマリ

-  当第3四半期において、日本国内の消費、物価、雇用情勢などは堅調。高市総理就任で経済政策や物価高対策に期待が高まっている。一方で、日中関係は不透明な情勢にあり、今後のインバウンドビジネス等への影響が懸念される状況。
-  アパレル市場においては、マクロ経済環境の影響に加え、10月以降の気温低下により秋冬物の消化が進み、第3四半期を通じては堅調な市場環境となった。
-  当社の業績は、9月より(株)デイトナ・インターナショナルが連結され、売上・利益規模が大きく伸長した。既存事業は10月より回復基調となつたが、販売チャネルやブランドにより好不調のばらつきが見られる。

業績ハイライト

中期経営計画で掲げている収益構造改革の各種取り組みは順調に進捗し、収益性の改善が表れた。

また、デイトナ・インターナショナルの連結寄与が始まり、累計・単体とも前年を超える業績となった。

売上高

第3四半期 累計

1,166.1億円

対前期 +5.6億円 (100.5%)

第3四半期 単体

504.4億円

対前期 +96.2億円 (123.6%)

営業利益

第3四半期 累計

37.0億円

対前期 +15.2億円 (170.0%)

第3四半期 単体

30.6億円

対前期 +6.6億円 (127.6%)

純利益

第3四半期 累計

32.8億円

対前期 +31.2億円 (2053.4%)

第3四半期 単体

19.7億円

対前期 +10.1億円 (207.1%)

【第3四半期単体のハイライト】

- 売上高は、デイトナ・インターナショナルの連結によるプラス影響があり、増収となった。既存事業においては、前期事業撤退の影響 ($\Delta 6.1\%$) を除くとほぼ前年並み。
- 営業利益の増益には、売上総利益率の改善が大きく寄与。計画に対しても順調に進捗。
- 税引前純利益および純利益は大幅増益となった。

業績ハイライト（第3四半期単体）

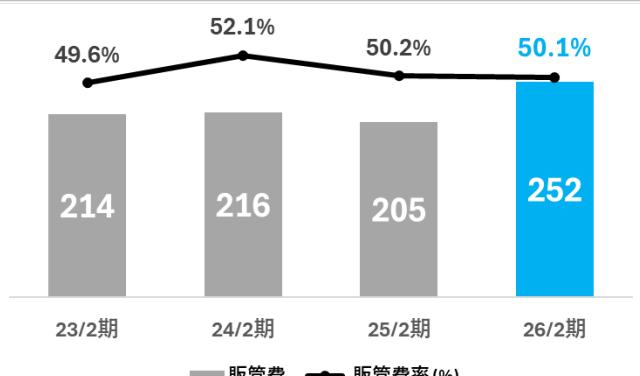
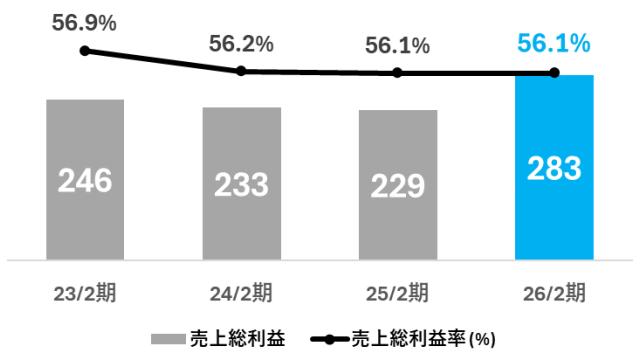
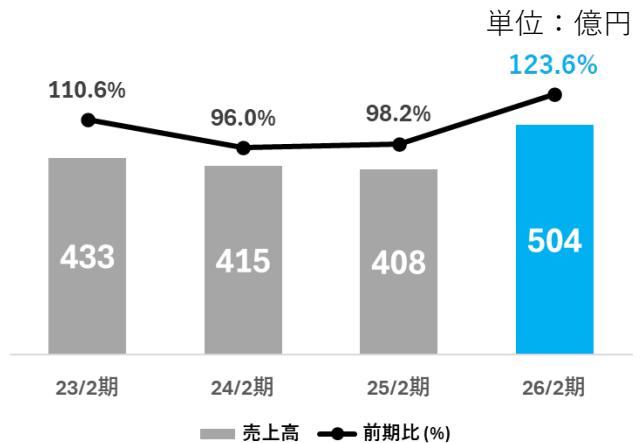


概況

- デイトナ・インターナショナル連結による押し上げ効果。
- メンズカジュアルの好調継続に加え、一部主力ブランドの回復。
- 前期の事業撤退・売却による減収。

継続課題

- ブランドにより、リアル店舗及び自社ECにて新規顧客獲得に苦戦。



概況

- プライシングと仕入原価低減の効果で仕入原価率が改善。
- 過度な値引きの抑制により収益を確保。

→ 既存事業ベースの売上総利益率は前期差0.9ポイントの改善。

概況

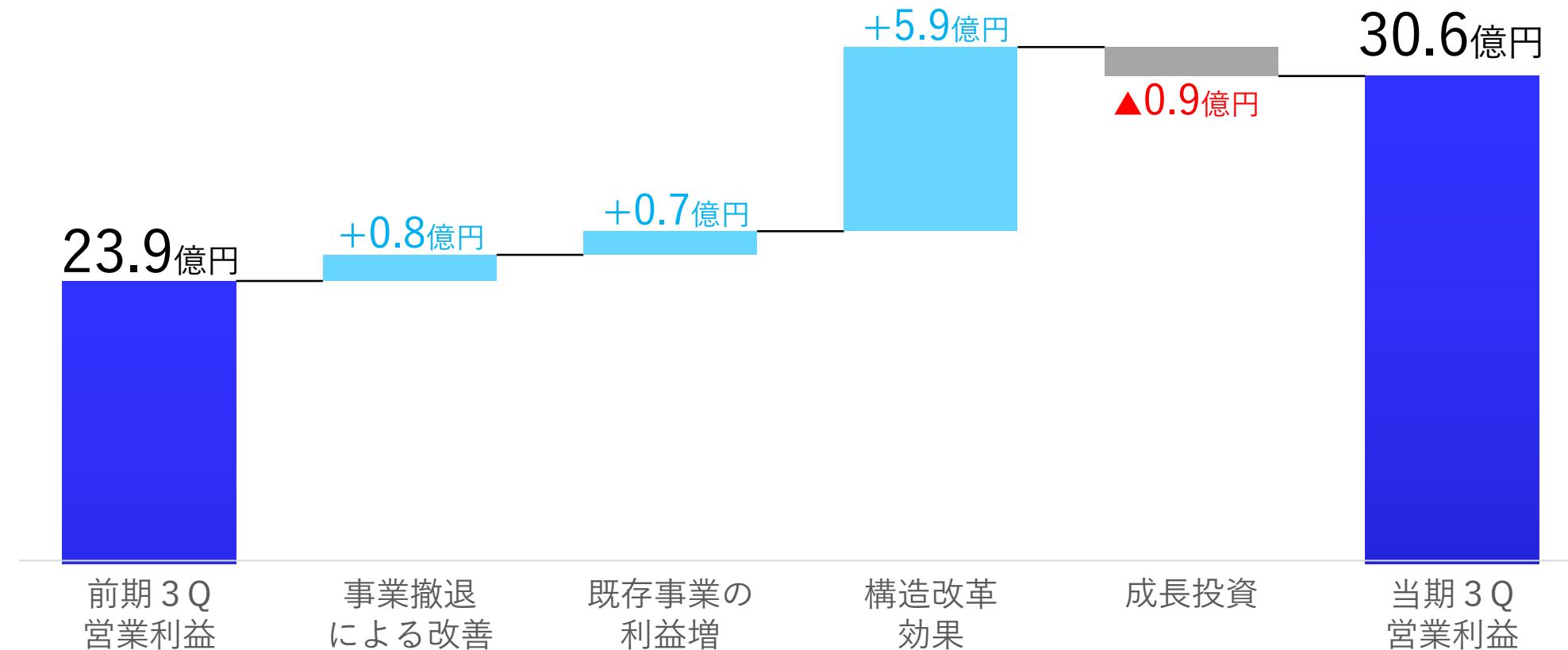
- 販管費は4.2億円減。（デイトナ・インターナショナル除く）
- M&A等に関わる戦略投資が増加しているが、計画の範囲内。
- 構造改革効果が継続して発現。
- 広告販促費は抑制よりも効果的な使用を重視してコントロール。

営業利益影響項目の内訳（第3四半期単体）

事業撤退・譲渡・M&Aを除く既存事業においては、ほぼ前年並みの売上・営業利益であった。

これに加えて構造改革効果により5.9億円の改善が見られた。

また、M&Aによる収益貢献は、のれん償却を加味してもプラスであったが、一過性の費用により成長投資全体としては0.9億円のマイナスとなった。



純利益影響項目の内訳（第3四半期単体）

受取配当金、不動産収入、為替差益などの営業外損益5.6億円により、経常利益は36.1億円。

支払利息はデイトナ・インターナショナルM&A資金の借り入れ分が増加要因。

投資有価証券売却損益、減損損失などにより、3Qの税引前純利益は32.9億円。

また、純利益は18.4億円、利益率3.6%となった。

営業外収益

- 受取配当金 ・・・・・・・・・・・・ 3.2億円
- 不動産収入 ・・・・・・・・・・・・ 0.3億円
- 為替差益 ・・・・・・・・・・・・ 2.6億円

営業外費用

- 支払利息 ・・・・・・・・・・・・ 1.1億円

特別損益

- 投資有価証券損益(益) ・・・・ 4.2億円
- 減損損失 ・・・・・・・・・・・・ 3.3億円

法人税等

- 法人税 / 住民税 / 事業税 ・・・・ 11.0億円
- 法人税等調整額 ・・・・・・・・ 2.1億円

*主要科目のみ表示

貸借対照表

	2025.2期 第3四半期末		2026.2期 第3四半期末			
	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	71,748	53.8%	83,220	47.8%	11,472	116.0%
うち現金及び預金	22,014	16.5%	24,719	14.2%	2,705	112.3%
うち棚卸資産	30,945	23.2%	34,396	19.8%	3,451	111.2%
固定資産	61,624	46.2%	90,878	52.2%	29,254	147.5%
うち投資有価証券	25,042	18.8%	26,416	15.2%	1,374	105.5%
うち投資不動産	4,872	3.7%	2,239	1.3%	▲2,633	46.0%
資産合計	133,373	100.0%	174,099	100.0%	40,726	130.5%
流動負債	33,526	25.1%	70,058	40.2%	36,532	209.0%
うち短期借入金	9,583	7.2%	43,682	25.1%	34,099	455.8%
うち1年内返済予定の長期借入金	1,752	1.3%	590	0.3%	▲1,162	33.7%
固定負債	6,471	4.9%	7,565	4.3%	1,094	116.9%
うち長期借入金	731	0.5%	428	0.2%	▲303	58.5%
負債合計	39,998	30.0%	77,624	44.6%	37,626	194.1%
純資産	93,375	70.0%	96,474	55.4%	3,099	103.3%
うち自己株式(▲)	▲4,550	-3.4%	▲16,459	-9.5%	▲11,909	361.7%
負債純資産合計	133,373	100.0%	174,099	100.0%	40,726	130.5%

現金及び預金

- デイトナ・インターナショナル連結により増加し、前期比112.3%。

棚卸資産

- 前期比91.9%に低減。(デイトナ・インターナショナル除く)
- 在庫効率化への取り組みは継続しており、下期以降も出口戦略を拡大し、引き続き効率化を図る。

投資有価証券

- 政策保有株をはじめとした売却を継続。

短期借入金

- M&A資金の銀行借り入れで増加。今期末までに長期に借り換える予定。

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月末に全数消却予定。

通期連結業績予想

2025年10月14日に公表した2026年2月期の通期連結業績予想を据え置く。

2026年2月期 通期予想	
売上高	1,690億円
営業利益	57億円 (利益率：3.4%)
経常利益	60億円 (利益率：3.6%)
親会社株式に 帰属する当期純利益	42億円 (利益率：2.5%)
1株当たり当期純利益	62.56円

Next Agenda

販売チャネル別概況



販売チャネル別売上（第3四半期単体）

国内リアル店合計売上高は+43.2億円、前期比117.6%。M&Aのプラス影響が前期の事業撤退・譲渡のマイナス影響を上回った。百貨店は一部主力ブランドが回復基調も前期事業撤退影響が大きく、同89.6%。非百貨店はデイトナ・インターナショナル連結影響と既存のメンズカジュアルがけん引し、同124.5%。国内その他は新規事業等により同110.7%。海外は米国事業の苦戦継続および前期事業譲渡の影響で同71.0%となった。

	2024年2月期※3 第3四半期実績	2025年2月期※3 第3四半期実績	2026年2月期※4 第3四半期実績	前期比
国内小売	百貨店 54.0億円 (構成比：13.0%)	48.5億円 (構成比：11.9%)	43.4億円 (構成比：8.6%)	89.6%
	非百貨店※1 190.9億円 (構成比：45.9%)	197.3億円 (構成比：48.3%)	245.6億円 (構成比：48.7%)	124.5%
	EC 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%)	141.1億円 (国内小売EC化率：32.8%)	166.8%
	国内その他※2 54.9億円 (構成比：13.2%)	47.7億円 (構成比：11.7%)	52.8億円 (構成比：10.5%)	110.7%
	海外 34.4億円 (構成比：8.3%)	30.0億円 (構成比：7.7%)	21.2億円 (構成比：4.2%)	71.0%

※1 非百貨店：ファッショビル、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が連結しております。

EC売上（第3四半期単体）

国内EC売上高は+56.5億円、前期比166.8%であり、特にデイトナ・インターナショナルが大きく貢献した。

国内自社EC売上高は+14.7億円、同141.6%。3rdECは+41.7億円、同184.9%。

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37.1%。

	2024年2月期※2 第3四半期実績	2025年2月期※2 第3四半期実績	2026年2月期※3 第3四半期実績	前期比
国内EC	自社EC (国内EC自社比率)	35.9億円 (44.1%)	35.5億円 (41.9%)	50.2億円 (35.6%)
	3rdEC (国内EC 3rd比率)	45.4億円 (55.9%)	49.1億円 (58.1%)	90.8億円 (64.4%)
	国内EC合計 (国内EC化率)	81.3億円 (24.9%)	84.6億円 (25.6%)	141.1億円 (32.8%)
	海外EC (海外EC化率)	8.5億円 (24.8%)	8.5億円 (28.4%)	3.1億円 (14.9%)
	EC売上高合計 (EC化率)※1	89.9億円 (24.9%)	93.1億円 (25.9%)	144.3億円 (32.0%)

※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(国内ECその他、国内EC合計、国内その他、国内外EC合計、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が連結しております。

Next Agenda

事業トピックス



主力ブランド

10月以降の気温低下により秋冬物の消化が進み、上期不調だった「MARGARET HOWELL」「PEARLY GATES」に復調が見られた。「AVIREX」は引き続き好調を加速。

AVIREX®

前期比 128.9%

- 50周年記念企画を加速する中で、コラボ企画の高反響に加え、MA-1を中心に定番アウターも好調に推移。新規顧客層の獲得と売上向上に貢献。
- 「MOUSSY」と11年ぶりにコラボしたレディスアイテムも好評。



「MOUSSY」とのコラボ

NANO universe

前期比 91.2%

- 退店影響により売上高は縮小傾向も、サプライチェーンの再構築等により、収益性は大きく改善した。
- 「はっとり（マカロニえんぴつ）」や、SNSで話題の「おじフェス」等、鮮度の高いコラボ企画を積極的に仕掛けている。

NATURAL BEAUTY BASIC

前期比 92.4%

- 退店や店舗構成の見直しを進めている影響で減収も、既存店は前年水準に近い回復基調。
- 「ちょうど、いい服」第2弾は、雑誌タイアップ等の施策を通じて好評を博し、新たなヒットシリーズの萌芽が見られた。

MARGARET HOWELL

前期比 105.6%

- 9月にオープンのNEWoMan高輪店は、好調なスタートを切り、新たなブランドの成長エンジンとして役割を担い始めている。
- 3Qは前年を超える水準で着地。英国を中心とする海外事業が回復し下支えした。

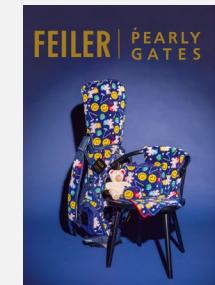


MARGARET HOWELL
SHOP & CAFE NEWoMan高輪店

PEARLY GATES

前期比 91.3%

- 定価販売が持ち直し、上期より大幅改善。前年には届かなかったものの収益性は良化。
- 「FEILER」とのコラボは、旗艦店での特別イベントも開催し、新規会員獲得に大きく貢献した。



新規事業：(株)デイトナ・インターナショナル

**DAYTONA
INTERNATIONAL**

2025年9月より連結子会社となった株式会社デイトナ・インターナショナルの
「FREAK'S STORE」が好調。第3四半期売上高 前期比115.6%。

FREAK'S STORE

2025年10月17日、路面店としては関西初となる
京都/寺町京極商店街に新店舗をオープン。



▲ 錢湯絵師の山本奈々子さんによるオリジナルのペンキ絵が描かれる壁面



ファッションだけでなく、
京都の文化・人・ものづくりを発信する拠点として新しい“ローカルカルチャー”を提案していく。

◆ 東京/御茶の水のCAHLUMN STOREで扱う
限定商品をFREAK'S STORE京都でも展開

包括連携協定を結ぶ 長野エリアでの複合企画

長野市×信濃毎日新聞×地球の歩き方×FSの4社連携の自治体共創プロジェクト。信州版のプロモーションとしてインフラ・飲食店・施設との商品開発およびキャンペーンを設計。



◀ 善行寺表参道（長野中央通り）と二線路通りの交差点歩道内に『長野×FREAK'S STORE』のマンホールを設置



◀ 信州プレイウォリアーズ
コラボ第2弾

「FILSON」を

2026年1月1日より取扱い開始



FILSON
SINCE 1897

『FILSON』

ゴールドラッシュに沸く探鉱者たちへの装備供給として1897年シアトルで創業。
誠実さ、品質、耐久性の評価に支えられ、129年に渡る歴史を刻む。

冒険家、ハンター、牧場主、釣り人、エンジニア、
アウトドアへの情熱を持つすべての人々へ。

新規事業：(株)ウォーターフロント

傘業界をリードするブランドのグループ参画により、中期経営計画に掲げる成長戦略の一つである事業ポートフォリオの空白領域への進出を実現。当社既存ブランドとの親和性も高く、新たな顧客接点の創出が可能に。

会社概要

Waterfront Co.,Ltd.

会社名 株式会社ウォーターフロント

所在地 東京都渋谷区

設立 2020年4月（創立：1986年5月）

代表者 代表取締役 吉野 哲

「満足をもっと近くに、その先へ」というビジョンのもと、傘業界におけるリーディングカンパニーとして、「Waterfront」等の高い認知度を有するブランドを展開。

直営店およびECサイトをはじめ、大手日用品小売チェーンへの卸売や、アジアを中心とした海外市場においても幅広い販売網を構築。

生活用品の枠を超えた、ファッショナブルアイテムとしてのデザイン性と機能性を兼ね備えた雨傘・日傘を、幅広い顧客層に向けてリーズナブルな価格で提供。

※2026年2月期第4四半期より連結

事業の強み・特徴

直営店：Waterfront JIYUGAOKA / TOKYO



機能性とデザイン性を両立した多彩な傘を展開



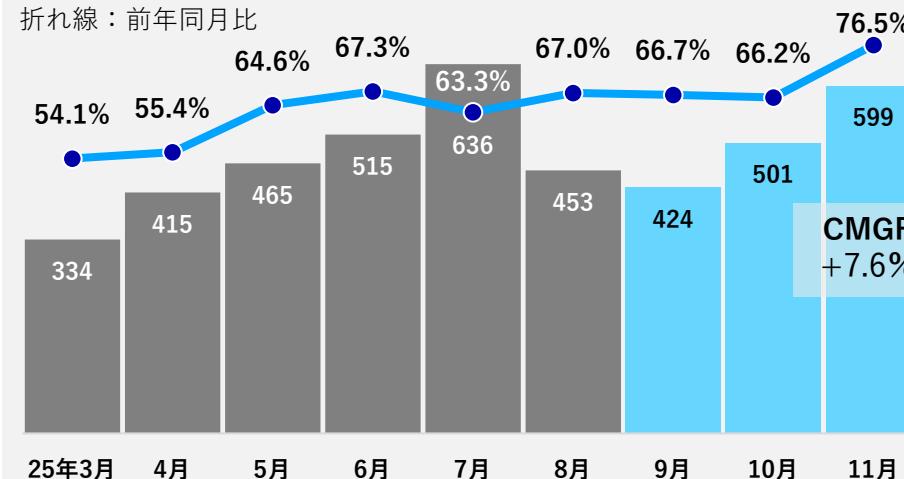
Images © Waterfront Co., Ltd.

mix.tokyoの進捗（第3四半期単体）

新キービジュアルの公開やリアルイベント開催などの認知拡大施策により、EC売上高と会員獲得に進捗が見られた。mix.tokyoを中心とした話題性の高い商品展開や費用対効果の高い販促施策により復調の兆しを見せた一方で、施策のはざまに売上を落とす課題も残った。

mix.tokyo 売上推移

単位：百万円
折れ線：前年同月比



mix.tokyo メンバーズ状況

会員登録数 約75万人
2025年11月末時点

第3四半期(単体)
会員獲得数の前期同期比較

単位：人

旧サイト
146,532

前期

mix.tokyo
171,759

前期比
117.2%

当期

- 9月序盤はコラボ施策で売上をつくるも後半失速。
アーカイブセールや11月のブラックフライデーなど
により、一部主力ブランドは回復傾向にある。
- 仕込んだ施策は一定の成果を得られたが、
施策の端境期における売上に課題。

商品企画

様々なコラボ企画等がヒート商材となり
mix.tokyoの売上が伸長。

ATEEZ × AVIREX コラボ企画



2025年9月10日よりWEB先行で販売開始

- MA-1、パーカー、Tシャツなど中心とした8品番をmix.tokyoや限定店舗に展開。
- ATEEZライブツアーでの着用や、渋谷109ビジョン、渋谷地下パネルなど効果的なPRにより新規顧客の獲得につながった。

mix.tokyo拡大戦略（第3四半期単体）

下期は「mix.tokyoの認知拡大」「新規顧客獲得強化」を掲げ、SNS・広告などのデジタルアプローチだけでなく、リアルイベントや店舗との相互送客など網羅的に施策を展開。各施策の相乗効果による新たな顧客獲得と認知拡大を図った。

初のリアル体験型ポップアップストアを開催



▲「東京ミッドタウン日比谷・アトリウム」

mix.tokyoメンバーズ会員登録で、豪華景品が当たる「アドベントカレンダー」や、ポップアップストア限定アイテムなどを展開し、新たなお客様への認知拡大を図った。



▲「限定トートバッグ」



▲「human woman × TAIONコラボダウンコート」



▲「HUF」限定フード

新キービジュアルを2025年11月1日より公開



今回の新キービジュアルでは、山中 柔太朗さん（M!LK）と那須 ほほみさんを起用し、「自分らしさをまとう自然体のスタイルが、このシーズンを軽やかに彩る」をキーワードとした、華やかな演出に。

サステナビリティ経営

初の「Sustainability WEEK」を開催 (10月27日～30日)

本社1階のエンタメエリアにて「Sustainability WEEK」を開催。4日間のイベントを通じて、サステナブルなモノづくりへのアクションが出来るような啓発活動の推進を目的に社内外の関係者に向けて様々なイベントを開催。

[本リリースはこちらから>>>](#)



4日間のプログラム



Day1

英国最優秀新人デザイナーのエイミー・パウニー氏がサステナブルな革新に挑む軌跡を描いた映画を上映。

>>



Day2～3

革新的な技術を用いたテキスタイル製品展を実施し、社内外への啓発活動を促進。

>>



Day4

循環型ビジネスとオウンドリセールが切り拓くファッション産業の収益モデルの可能性について、WWD JAPAN主催のセミナーを開催。

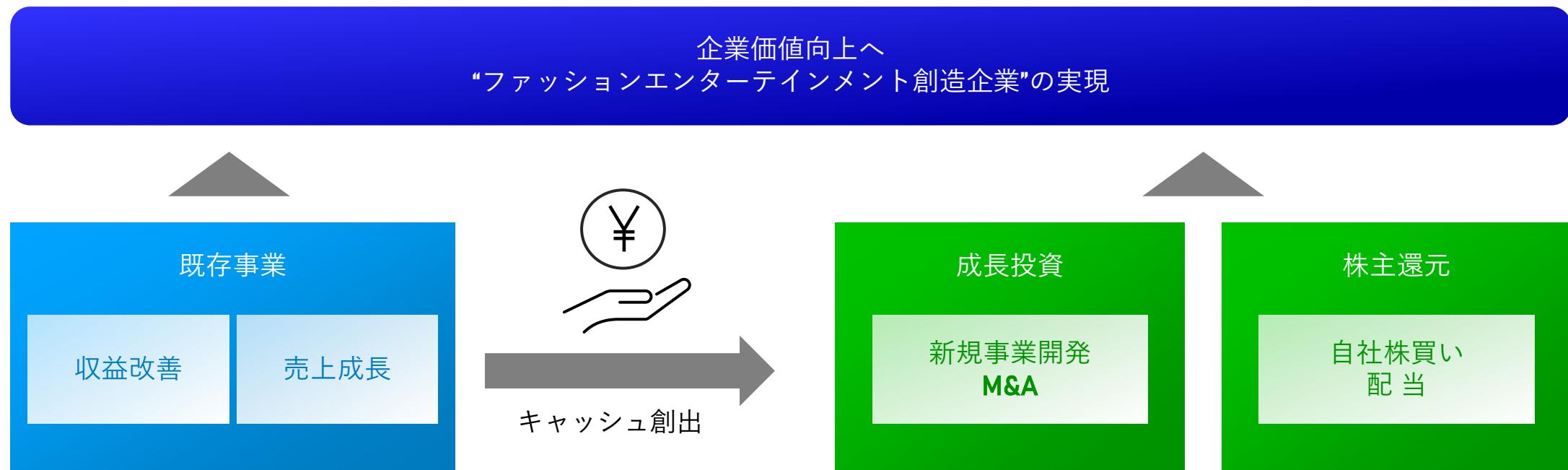
国内大手アパレル「初」製品化 第1号を発売

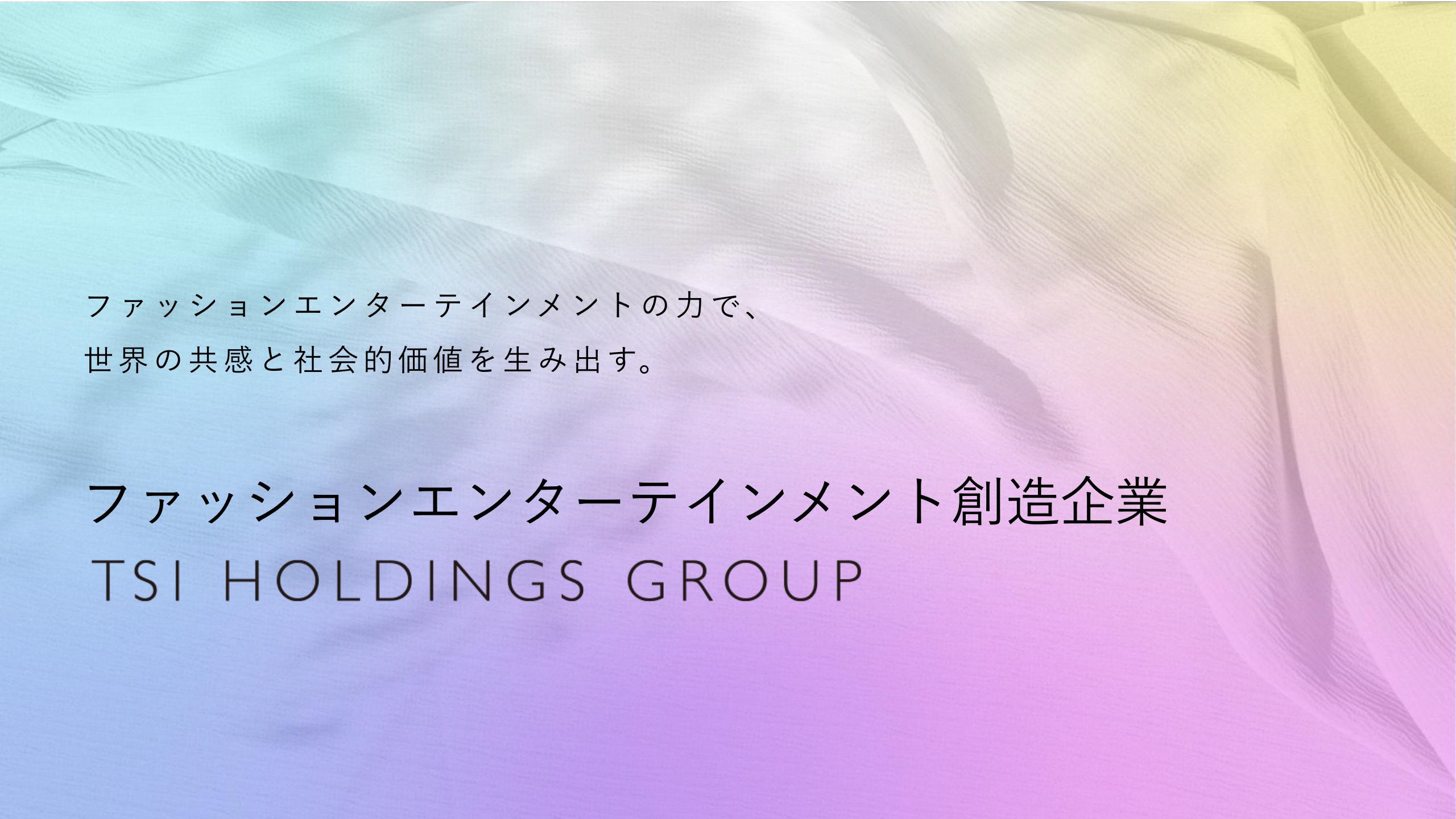


国際的な水準で環境に配慮した天然繊維であること認証している「OCS認証」を取得した商品が、12月20日より販売を開始。「ナノ・ユニバース」の新たなアイコンとして期待が高まる。

第4四半期に向けて

- 第3四半期は既存事業の売上がほぼ前年並みに回復し、“売る力”が戻ってきた手応えがあった。
- デイトナ・インターナショナルのPMIは連結業績寄与のみにとどまらず、TSIグループ全体のリテール力強化に向けて協業を図っていく。
- mix.tokyoには成長余地が多くあり、今後も様々な仕掛けを展開していく。
- 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 第3四半期業績ハイライト

第3四半期累計概況 (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期累計		2026.2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	116,051	100.0	116,611	100.0	560	100.5
売上総利益	63,465	54.7	65,149	55.9	1,683	102.7
販管費	61,287	52.8	61,446	52.7	158	100.3
販管費（のれん償却費・減価償却費除）	58,690	50.6	58,000	49.7	▲690	98.8
のれん償却費	330	0.3	762	0.7	432	230.9
減価償却費	2,266	2.0	2,683	2.3	416	118.4
営業利益	2,178	1.9	3,703	3.2	1,524	170.0
経常利益	2,475	2.1	4,956	4.3	2,481	200.2
特別利益	983	0.8	1,158	1.0	174	117.7
特別損失	2,000	1.7	1,305	1.1	▲694	65.3
税金等調整前四半期純利益	1,459	1.3	4,809	4.1	3,350	329.6
親会社株主に帰属する四半期純利益	159	0.1	3,284	2.8	3,124	2053.4
EBITDA ※	4,775	4.1	7,149	6.1	2,374	149.7

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

※ 2025年9月より(株)イトナ・インターナショナルが連結しております。

2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

第3四半期単体概況 (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期		2026.2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	40,821	100.0	50,444	100.0	9,622	123.6
売上総利益	22,911	56.1	28,321	56.1	5,410	123.6
販管費	20,511	50.2	25,258	50.1	4,747	123.1
販管費（のれん償却費・減価償却費除）	19,679	48.2	23,589	46.8	3,909	119.9
のれん償却費	86	0.2	539	1.1	452	621.9
減価償却費	744	1.8	1,129	2.2	384	151.6
営業利益	2,399	5.9	3,062	6.1	663	127.6
経常利益	2,642	6.5	3,623	7.2	980	137.1
特別利益	516	1.3	432	0.9	▲83	83.7
特別損失	1,658	4.1	693	1.4	▲965	41.8
税金等調整前四半期純利益	1,500	3.7	3,362	6.7	1,861	224.1
親会社株主に帰属する四半期純利益	951	2.3	1,971	3.9	1,019	207.1
EBITDA ※	3,231	7.9	4,731	9.4	1,500	146.4

※ EBITDA = 営業利益+のれん償却費+減価償却費

※ 2025年9月より(株)イトナ・インターナショナルが連結しております。

2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

販路別の売上高（累計） (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期累計		2026.2期 第3四半期累計			
	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)
販路別	百貨店	14,161	12.2	11,923	10.2	84.2
	非百貨店※1	54,915	47.3	58,354	50.0	106.3
	自社サイト	10,710	9.2	10,522	9.0	98.2
	その他	13,706	11.8	16,873	14.5	123.1
	EC(E-Commerce)	24,417	21.0	27,395	23.5	112.2
	その他※2	14,115	12.2	12,833	11.0	90.9
	国内合計	107,609	92.7	110,507	94.8	102.7
	EC(E-Commerce)	2,628	2.3	1,412	1.2	53.7
	海外合計※3	8,441	7.3	6,104	5.2	72.3
	EC(E-Commerce)	27,046	23.3	28,808	24.7	106.5
総合計		116,051	100.0	116,611	100.0	100.5

※1 非百貨店：ファッショビル、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(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。

2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

販路別の売上高（単体） (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期単体		2026.2期 第3四半期単体			
	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)
販路別	百貨店	4,850	11.9	4,346	8.6	89.6 ▲3.3pt
	非百貨店※1	19,730	48.3	24,561	48.7	124.5 +0.4pt
	自社サイト	3,551	8.7	5,029	10.0	141.6 +1.3pt
	その他	4,915	12.0	9,089	18.0	184.9 +6.0pt
	EC(E-Commerce)	8,466	20.7	14,119	28.0	166.8 +7.2pt
	その他※2	4,773	11.7	5,286	10.5	110.7 ▲1.2pt
	国内合計	37,821	92.7	48,314	95.8	127.7 +3.1pt
	EC(E-Commerce)	852	2.1	316	0.6	37.1 ▲1.5pt
	海外合計※3	3,000	7.3	2,129	4.2	71.0 ▲3.1pt
	EC(E-Commerce)	9,319	22.8	14,436	28.6	154.9 +5.8pt
総合計		40,821	100.0	50,444	100.0	123.6 -

※1 非百貨店：ファッショビル、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(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。

2026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（累計） (新収益認識基準)

2025.2期 第3四半期累計			2026.2期 第3四半期累計			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. FREAK'S STORE ^{※1}	-	-	11,897	10.2	49.5	-	-
2. MARGARET HOWELL	10,355	8.9	9,720	8.3	64.4	93.9	▲0.0pt
3. NANO universe	10,267	8.8	9,517	8.2	57.5	92.7	+2.1pt
4. PEARLY GATES ^{※2}	8,994	7.8	7,377	6.3	54.1	82.0	+3.0pt
5. NATURAL BEAUTY BASIC	8,154	7.0	7,199	6.2	65.4	88.3	+0.8pt
6. AVIREX	6,013	5.2	7,151	6.1	63.0	118.9	+3.7pt
7. STUSSY	4,719	4.1	4,631	4.0	51.0	98.1	▲3.6pt
8. HUF	6,097	5.3	4,299	3.7	61.5	70.5	+10.4pt
9. New Balance Golf	3,872	3.3	4,032	3.5	50.2	104.1	+2.4pt
10. Schott	2,193	1.9	2,784	2.4	60.7	127.0	+7.8pt
TOP10 計	60,670	52.3	68,613	58.8	57.7	113.1	+0.9pt
その他 計	51,696	44.5	47,940	41.1	53.1	92.7	+0.5pt
継続ブランド 計	112,366	96.8	116,554	100.0	55.9	103.7	+0.9pt
廃止ブランド 等	3,685	3.2	57	0.0	87.4	1.6	+40.2pt
合計	116,051	100.0	116,611	100.0	55.9	100.5	+1.2pt

※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 第3四半期業績ハイライト

ブランド別の売上高（単体） (新収益認識基準)

	2025.2期 第3四半期単体		
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上総利益率 (%)
1. FREAK'S STORE ^{※1}	-	-	-
2. MARGARET HOWELL	3,493	8.6	57.9
3. NANO universe	3,838	9.4	57.7
4. PEARLY GATES ^{※2}	2,887	7.1	53.9
5. NATURAL BEAUTY BASIC	2,828	6.9	65.9
6. AVIREX	2,451	6.0	61.0
7. STUSSY	1,598	3.9	50.7
8. HUF	1,973	4.8	51.5
9. New Balance Golf	1,277	3.1	50.8
10. Schott	1,071	2.6	54.4
TOP10 計	21,420	52.5	57.0
その他 計	18,732	45.9	55.4
継続ブランド 計	40,152	98.4	56.3
廃止ブランド 等	669	1.6	46.1
合計	40,821	100.0	56.1

	2026.2期 第3四半期単体			前期比	
	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)
	11,897	23.6	49.5	-	-
	3,687	7.3	65.1	105.6	+7.2pt
	3,501	6.9	60.0	91.2	+2.3pt
	2,636	5.2	57.3	91.3	+3.4pt
	2,611	5.2	67.2	92.4	+1.3pt
	3,160	6.3	62.2	128.9	+1.2pt
	1,571	3.1	50.1	98.3	▲0.5pt
	1,642	3.3	73.1	83.2	+21.6pt
	1,502	3.0	51.9	117.7	+1.0pt
	1,327	2.6	61.6	123.9	+7.2pt
	33,539	66.5	57.2	156.6	+0.2pt
	16,893	33.5	54.0	90.2	▲1.4pt
	50,432	100.0	56.1	125.6	▲0.2pt
	11	0.0	199.8	1.7	+153.6pt
	50,444	100.0	56.1	123.6	+0.0pt

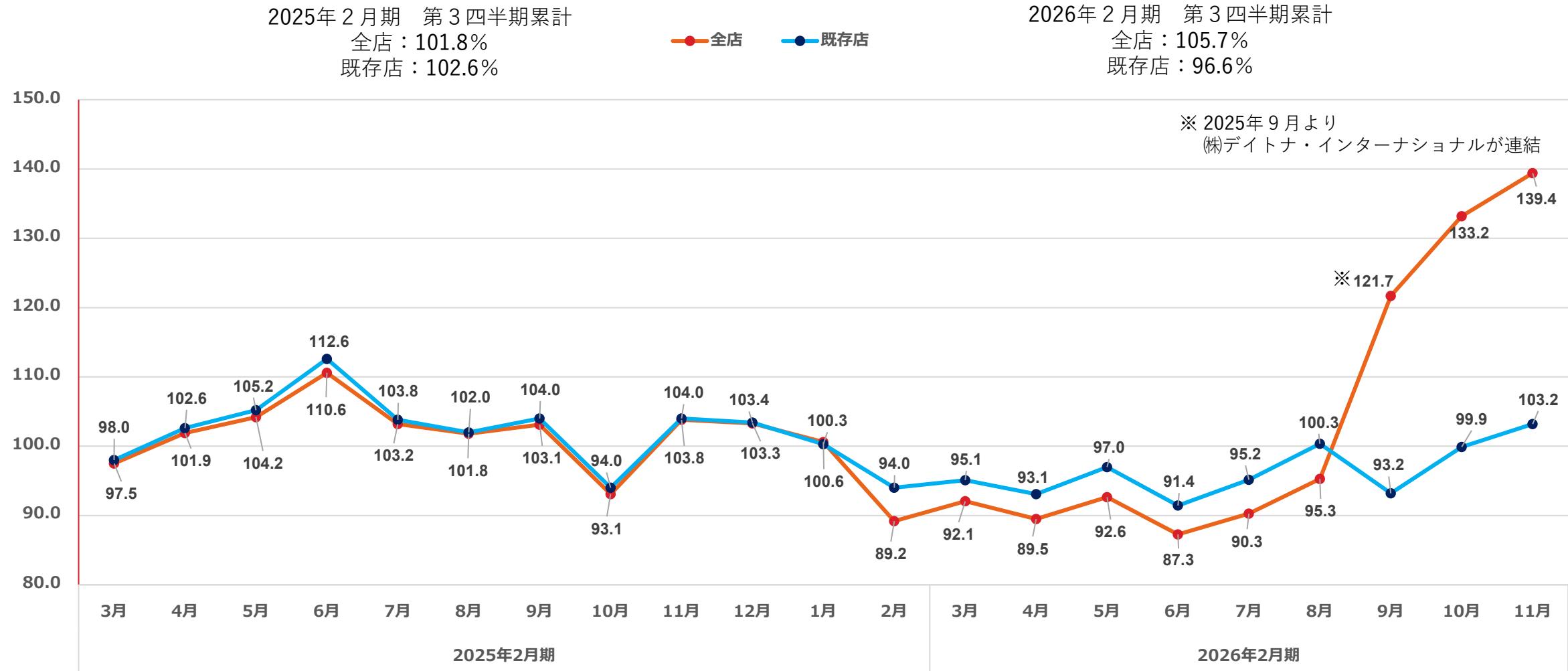
※1 2025年9月より(株)デイトナ・インターナショナルが連結しております。

※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 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



2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

店舗数の状況

	2025.2期 第3四半期	2025.2期 期末	出店※	退店	2026.2期 第3四半期	前年同期差	前期末差
アパレル	国内 729	688	+103	▲42	749	20	61
	海外 29	18	+2	▲4	16	▲13	▲2
	合計 758	706	+105	▲46	765	7	59
飲食	国内 6	1	+4		5	▲1	4
コスメ	国内 31	32	+1	▲1	32	1	0
総計	795	739	+110	▲47	802	7	63

※ 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)

本資料には、当社およびそのグループ会社に関する
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。