

TOKYO BASE、創業以来・8期連続増収増益へ 国内ブランドとの資本提携・海外出店等を積極展開

2017年10月25日に行われた、株式会社TOKYO BASE2018年2月期第2四半期決算説明会の内容を書き起こしでお届けします。

2018年2月期第2四半期決算説明会

谷正人氏：みなさま、おはようございます。本日は、お足元が悪い中お集まりいただきまして、ありがとうございます。株式会社TOKYO BASE代表取締役の谷と申します。本日はよろしくお願ひします。

それではさっそく、私から第2四半期の決算実績及び2018年2月期の見通し、そして今後の事業戦略の説明をさせていただきます。

2018年2月期第2四半期PL実績①

2018年2月期第2四半期PL実績

TOKYO BASE CO.,LTD.

- 売上高 55億5千万円、営業利益 6億6千万円。営業利益率12.0%（前期比2.4pt上昇）。
- 業容拡大により売上が拡大、ブランド商品(注)の比率と原価率を高めているため、粗利率は低下し、ST原宿本店・ST名古屋店改装により販管費額増加したものの、生産性向上により販管费率下がり、過去最高益を更新。

	18/2月期 2Q実績 (百万円)	売上比 (%)	17/2月期 2Q実績 (百万円)	売上比 (%)	各項目の 前期比増減額、増減率 (百万円、%)		売上比の 前期比増減 (pt)
売上高	5,550	100.0	3,610	100.0	+1,940	+53.7%	—
売上総利益	2,860	51.5	1,908	52.9	+952	+49.9%	△1.3
販管費	2,197	39.6	1,562	43.3	+635	+40.7%	△3.7
営業利益	663	12.0	346	9.6	+317	+91.7%	+2.4
経常利益	663	11.9	347	9.6	+315	+91.0%	+2.3
純利益	457	8.2	232	6.4	+224	+96.8%	+1.8

(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を行う商品のことをいいます。

2018年2月期第2四半期のPL実績です。

売上高55億5,000万円、売上総利益28億6,000万円、営業利益6億6,300万円、営業利益率は12パーセント、前期比で2.4ポイント上昇しております。主な要因としては、業容拡大により売上が拡大したことがポイントです。

前期と比べて、粗利率、売上総利益率が若干低下しているのですが、こちらに関しましてはセレクトショップ・STUDIOUS業態のブランド商品、要するに、オリジナルではなく他社から仕入れているデザイナーズブランドの商品比率とオリジナル商品の原価率を前向きに高めているためです。

また、STUDIOUS原宿本店・STUDIOUS名古屋店改装により、販管費が増額したものの、EC化率が上がったことによる生産性の向上により、結果的に全体の販管費率が下がって、実績としては過去最高益を更新しております。

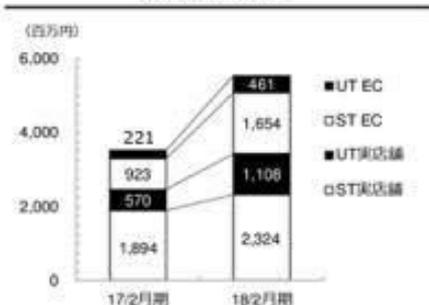
2018年2月期第2四半期PL実績②

2018年2月期第2四半期PL実績

TOKYO BASE CO.,LTD.

- 業態別売上高は、ST 39億7千万円、UT 15億7千万円であり、両業態とも、EC含め大幅増加。
- STにおけるブランドFC開始や実店舗とEC店舗の相乗効果により、EC化率は38.1%へ上昇。

売上高内訳推移



売上大幅増加・販管費率減少

- STのEC比率 41.6% (前期32.8%)、UTのEC比率 29.4% (同28.0%)、全体ではEC比率**38.1%** (同**31.7%**)。EC店舗が引き続き独自商品や独自のMD等工夫を凝らした結果。
- 実店舗では引き続きSNS及び自社アプリによって営業活動を行った上、最高で年収1,000万円を可能にする「スーパーセールス制度」の導入によりモチベーション向上、実店舗とEC店舗それぞれが売上拡大に尽力した結果、相乗効果をもたらし大幅に売上を伸ばした。
- 売上高販管費率は、スケールメリット、生産性の向上、EC比率増加、コスト管理の徹底等あり、引き続き減少。

	18/2月期 2Q	構成比(%)	17/2月期 2Q	構成比(%)	増加額 (百万円)	増減率 (%)
ST (実店舗)	2,324	41.9	1,894	52.5	429	22.7
UT (実店舗)	1,108	20.0	570	15.8	537	94.3
ST (EC)	1,654	29.8	923	25.6	731	79.3
UT (EC)	461	8.3	221	6.1	239	108.1
合計	5,550	100	3,610	100.0	1,940	53.7

Copyright © TOKYO BASE All Rights Reserved.

8

業態別売上高に関しましては、STUDIOUSが39億7,000万円、UNITED TOKYOが15億7,000万円、両業態ともEC含め大幅に増加しております。実店舗とEC売上の割合は、下に書いてある表どおりになります。

STUDIOUSにおけるブランドフランチャイズの開始や、実店舗とEC店舗の相乗効果により、EC化率は38.1パーセントへと上昇しております。

ポイントとしては、STUDIOUSのEC化率が41.6パーセント、前期の32.8パーセントから大幅に上昇しています。UNITED TOKYOのEC化率は29.4パーセント。全体のEC化率は38.1パーセントです。前期は(全体のEC化率が)31.7パーセントでした。EC化率が上昇した要因としましては、ECにおけるフランチャイズ事業などを開始したのですが、一番はEC店舗における独自商品の開発、あるいはEC売り場内におけるMD精度が向上したことが大きな要因となっております。

2つ目のポイントとして、実店舗においては引き続きLINEやInstagramといったSNS及び自社のアプリによって営業活動を行った上で、今年から最高で年収1,000万円を

可能にする「スーパースターセールス制度」という販売スタッフの評価制度を導入したことにより、モチベーションが向上したということです。そして、実店舗の売上拡大が大幅に上がったという結果になりました。

売上販管費率に関しては、スケールメリット、生産性の向上、EC化率増加、コスト管理の徹底等あり、引き続き減少しております。

2018年2月期第2四半期BS実績

2018年2月期第2四半期BS実績

TOKYO BASE CO.,LTD.

- 資産合計は58億1千万円、秋冬商品増加と、機動的な資本支出に備えた借入金の増加による。
- 負債は1億8千万円増加。主に長期借入金の借入による。
- 純資産は、主に利益剰余金の増加によって5億1千万円の増加。上期末の自己資本比率は54.8%に。

資産			負債・純資産		
	18/2月期2Q	2017/2月期		18/2月期2Q	2017/2月期
	(百万円)			(百万円)	
流動資産	4,684	4,107	流動負債	1,992	1,982
現金及び預金	2,757	2,550	買掛金	992	941
売掛金	572	519	1年内返済予定の長期借入金	266	133
商品	1,242	938	固定負債	621	449
固定資産	1,129	1,006	長期借入金	616	444
有形固定資産	515	520	負債合計	2,614	2,431
差入保証金	443	429	純資産	3,199	2,681
資産合計	5,813	5,113	利益剰余金	2,623	2,166
			負債純資産合計	5,813	5,113

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

9

続きまして、BS実績です。

資産合計は58億1,300万円です。秋冬商品の増加と機動的な資本支出に備えた借入金の増加により、拡大しております。

負債は1億8,000万円増加。こちらは主に長期借入金の借入によるものです。

純資産は、主に利益剰余金の増加によって、5億1,000万円の増加です。

上期末の自己資本比率は54.8パーセントとなりました。

2018年2月期第2四半期CF実績

- 現金及び現金同等物残高は27億5千万円、期首残高より2億円の増加。
- 営業CF：秋冬店舗拡大と仕入の前倒しによる棚卸資産増加と法人税等支払により3千5百万円の収入。
- 投資CF：1億9千万円の支出。前年同期は出店による固定資産の支出、差入保証金の差入等が主だったが、今上期は前ロスチャイルドとの資本提携等、株式の取得等が主な支出となった。

(百万円)

	18/2月期2Q	17/2月期2Q
営業活動によるCF	35	338
(うち、税金等調整前当四半期利益)	(+663)	(+347)
(棚卸資産の増減前)	(△302)	(△93)
(法人税等の支払前)	(△314)	(△131)
投資活動によるCF	△193	△194
(有価証券売却益等・敷金差入)	△80	△209
(有限会社株式取得・資金貸付)	△113	-
財務活動によるCF	365	205
現金及び現金同等物の増減前	207	348
現金及び現金同等物の期首残高	2,550	958
現金及び現金同等物の期末残高	2,757	1,307

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

10

続きまして、キャッシュフロー実績です。

現金及び現金同等物残高は27億5,700万円。期首残高より2億円の増加です。

営業活動によるキャッシュフローに関しましては、秋冬店舗拡大と秋冬商品おける仕入の前倒しによる棚卸資産増加と法人税等支払により、3,500万円の収入です。

投資活動によるキャッシュフローは、1億9,000万円の支出です。前年同期は出店による固定資産の支出、差入保証金の差入等が主だったのですけれども、今上期は、有限会社ロスチャイルドとの資本提携等、株式の取得等が主な支出となりました。こちらの資本提携に関しましては、後ほどお話しさせていただきたいと思ひます。

TOKYO BASE トピックス

人事評価制度として、「スーパースターセールス」制度を開始

- 基準売上を大幅に満たした実店舗スタッフに対し、個人売上の10%を目安として給与を支払う、「スーパースターセールス」制度を開始。2017年2月から7月の個人売上から適用開始し、**年収700万円～1,000万円**の店舗スタッフが23名誕生。今後、半期ごとに各人の売上に応じて再選定を行うことで、緊張感もキープ。

海外への展開進める

- 2017年4月、初の海外店舗として、香港「銅鑼湾（コースウェイベイ）」にST路面店がオープンし、本年11月、同店舗至近にUTの路面店もオープン予定。

資本・業務提携の拡大

- ブランド「FACTOTUM」等を手がける「有限会社ロスチャイルド」に約49%、「MIHARAYASUHIRO」等を手がける、「株式会社ソスウ」に約12%出資。出資先の商品力と弊社の営業力のシナジー狙う。

ブランドのECフランチャイズ店舗を出店

- 有力ブランドの商品を取り扱う店舗をZOZOTOWNにフランチャイズ形態で出店開始。
- 上期は2ブランド、下期は3ブランドの店舗を出店。弊社のECノウハウを生かし、新たな収益源の1つとして育成する。

会社としての上期のトピックスをまとめました。大きなところでは、こちらはメディアにもたくさん掲載されましたけれども、人事評価制度として、「スーパースターセールス制度」を開始いたしました。

こちらはSTUDIOUS、UNITED TOKYO、CITY業態の実店舗がすべて該当するのですけれども、年間の個人売上の店舗アセットを目安として給与水準を支払うというものです。

ワンスター、ツースター、スリースターという3段階がありまして、ワンスターは、年間で7,000万円売った人が年収で700万円ベースになる。ツースターは、年間で8,500万円売った人が年収850万円ベースになる。スリースターは、年間で1億円売った人が年収1,000万円ベースになるということです。

こちらは半期ごとにどんどん更新をしていきますので、販売スタッフもいい緊張感を持ちながら半期ごとに売上を上げて、給与を再設定していくかたちです。

上期の実績としましては、スーパースターセールスが23名誕生しました。こちらは引き続き強化していきたいと思っております。

トピックスの2つ目としましては、2017年4月にSTUDIOUSとして初めて海外店舗を出しました。STUDIOUS香港店ということで、香港の銅鑼湾（コースウェイベイ）という地区に路面店を出しました。こちらに関しては、引き続き来月にUNITED TOKYOも同じエリアの斜め向かいにお店を出す予定です。

また、上期に資本・業務提携を行いました。まずは「FACTOTUM（ファクトタム）」等のブランドを手がける有限会社ロスチャイルドの株を49パーセント取得しました。

続いて「MIHARUYASUHIRO（ミハラヤスヒロ）」等のブランドを手がける株式会社ソスウに約12パーセントの出資をしました。出資先の商品力と弊社の営業力のシナジーを狙って資本提携に至りました。

「FACTOTUM」「MIHARAYASUHIRO」ともに、STUDIOUSの中でも非常に売れているブランドでして、今後もともに大きくしていこうというかたちでの提携に至りまして、今後このような提携を少しずつ増やしていきたいなと思っております。

こちら後で説明しますが、ブランドのECフランチャイズ店を出店しました。こちらは何かというと、我々がそのブランドを買い取って、ZOZOTOWNにおけるフランチャイズ形態で出店・運営をしていくと。

前期においては、先ほど資本提携のお話をした「MIHARAYASUHIRO」や「ATTACHMENT（アタッチメント）」といったブランドをスタートしました。

STUDIOUS業態 上期新規出店実績（実店舗）

STUDIOUS業態 上期新規出店実績（実店舗）

TOKYO BASE CO.,LTD.

2018年2月期上期は、海外初の実店舗として香港店をオープン、また、大阪・なんばパークス内にMENS、WOMENS店舗をオープン。

- STUDIOUS 香港店：海外初出店。香港「銅鑼灣（コースウェイベイ）」にメンズ店舗を4月オープン。
- STUDIOUS MENSなんば店・WOMENSなんば店：8月、大阪・なんばパークスに2店同時出店。

■ STUDIOUS 香港店



店舗概要	
形態	路店
場所	香港・銅鑼灣 fashionwalk
面積	30坪

■ STUDIOUS MENSなんば店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	なんばパークス 2F
面積	42坪

■ STUDIOUS WOMENSなんば店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	なんばパークス 2F
面積	42坪

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

12

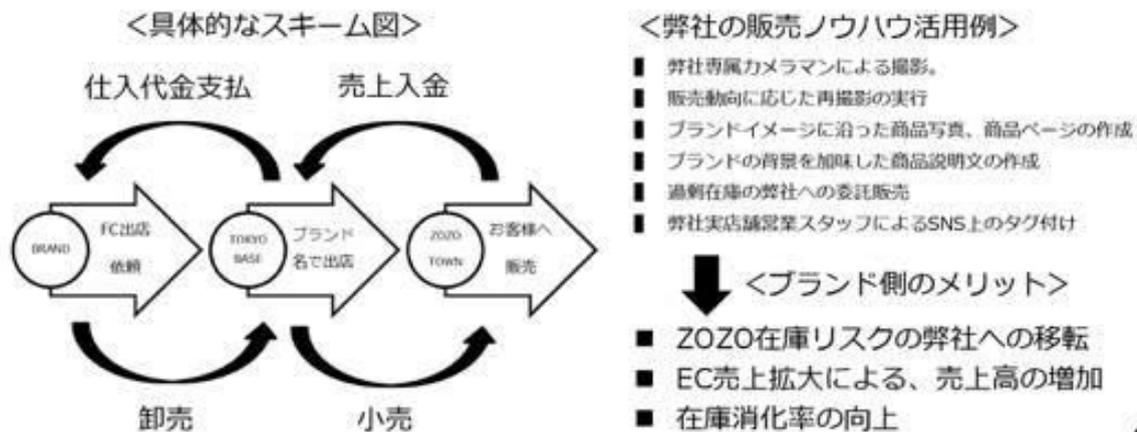
続きまして、出店実績になります。先ほどご説明したSTUDIOUS香港店は30坪の小型店で、まずはメンズからスタートしております。

そしてSTUDIOUS MENSなんば店・WOMENSなんば店は、大阪の難波地区のなんばパークスという商業施設の2階、いわゆるコンコース階に出店しました。

STUDIOUS業態 上期新規出店実績（EC）

2018年2月期より、有力ブランドの商品取り扱い店舗を、ZOZOTOWNにフランチャイズ形態で出店開始。

- 弊社仕入先ブランドにZOZOTOWN出店を働きかけ、ブランドの名前を冠したZOZOTOWN店舗を出店。すでにZOZOTOWNに出店しているブランドについても、弊社ノウハウを活用したEC販売の拡大を目的として、弊社にZOZOTOWN店舗の引き継ぎを提案。
- 上期は2店舗がオープンし、収益に貢献開始。
- 下期は3店舗オープン予定。引き続きブランドへの提案を進めていく。



Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

13

先ほど触れた、フランチャイズ出店のスキーム図です。まず前提として、ZOZOTOWNとECでしっかりと手を取り合って組んでいるところから生まれたのですが、背景としては、今、ZOZOTOWNの規模がある程度拡大して、年商5億円以下のブランドはあまり自分たちでやらなくなりました。

そして基本的にはZOZOTOWNさんは委託で運営しているので、昔のように買取型のビジネスではなくなりました。

そうなった時に、ZOZOTOWNは最低限売れるけど、さすがに委託ではできないというブランドさんが非常に多くて、そういったブランドさんというのは、まさに我々がSTUDIOUSで扱っている年商1~5億円ぐらいのデザイナーズブランドさんが多かったんです。

とはいえ、やはりZOZOTOWNで売りたいということで、STUDIOUSとの相乗効果があるので、我々が代わりに買い取って、ZOZOTOWNの中で運営をしていくということをやっています。

もともとZOZOTOWNで出店をしていたブランドさんをそのまま引き継ぐケースもありますし、我々が扱っていたブランドを初めてZOZOTOWNで出店させるケースもあります。上期は2ブランドなのですが、引き続きブランドを増やしていきたいと思っています。

UNITED TOKYO業態 上期新規出店実績

2018年2月期上期、UNITED TOKYO業態は実店舗2店舗がオープン。

- UNITED TOKYO 横浜店：3月、横浜エリア初出店。売場面積56坪のM&W複合店舗をオープン。
 - UNITED TOKYO 丸の内店：3月、東京駅周辺に初出店。売場面積60坪のM&W複合店舗でエスカレーターに面した好立地。
- (注) M&W：メンズ&ウィメンズ 本ページ以後同様

■ UNITED TOKYO 横浜店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	ルミネ横浜 3F
面積	56坪

■ UNITED TOKYO 丸の内店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	新丸ビル 2F
面積	60坪

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

14

UNITED TOKYOは引き続き都市部を中心に出店しております。まず、UNITED TOKYO 横浜店はルミネ横浜の3階にメンズ・レディースの複合店でオープンしました。

丸の内店はこの会場から非常に近いのですけれども、新丸ビルの2階の1等地をいただきまして、60坪でスタートしております。

とくに丸の内店に関しては順調に推移しておりまして、初めてこのようなビジネス街に出店したのですけれども、若いファッション好きなマーケットだけではなくて、ビジネスの方が使えるような洋服が提供できていると実感しておりまして、たかが1店舗ではあるのですが、新たなマーケットを開拓できたという感触であります。

2018年2月期通期見通し・下期事業計画

2018年2月期 通期決算見通し

- 売上高124.0億円（前期比33%増）、営業利益 17.5億円（同 36%増）、当期純利益 12.1億円（同 42%増）。
- EPS は89.39円で、創業来8期連続増収増益の見込み。

2018年2月期下期 事業計画①

改装・移転増床	新店舗開店
<ul style="list-style-type: none"> ■ 8月よりST原宿本店を改装工事開始し、9月完成。オープン初日には弊社初となる単店舗日販1,100万円を達成。 ■ ST名古屋店において8月中旬より改装工事を行い、WOMENSを別フロアに独立店舗として9月開店。既存フロアはMENS 名古屋店と、PLUS 名古屋店の2店舗に分離。 ■ ST福岡店においても、WOMENSを独立店舗として9月に分離開店。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月にEC2店舗含む7店舗開店、ST原宿本店・ST名古屋店改装完了もあわせ秋冬シーズンの収益拡大見込む。 ■ 11月には香港にUNITED TOKYOが初出店。収益状況注視し、UT業態の海外展開戦略をデザインしていく。 ■ 「CITY」業態のブランドホームページも兼ねたE C店舗を9月に開店。来訪者の購買へ直結させる狙い。

ここからは、2018年2月期の見通し及び今後の事業戦略の話をしたしたいと思います。2018年2月期通期の決算見通しとして、売上高124億円・前期比33パーセント増、営業利益17.5億円・前期比36パーセント増、当期純利益12.1億円・前期比42パーセント増の計画をしております。EPS（1株当たり利益）は89.39円で、創業以来8期連続の増収増益の見込みです。

ポイントは何個かあるのですが、まずはSTUDIOUSにおいて新規の出店や改装・移転増床をしております。

実は9月に終わったのですが、我々の創業の場所であるSTUDIOUS原宿本店は5年ごとに前向きなリニューアルをしております。

私が株式会社TOKYO BASEの前身の株式会社STUDIOUSを起業する前の1事業部としてSTUDIOUS事業をスタートした時から換算すると、（STUDIOUS原宿本店は）ちょうど今年の7月で10周年でした。

その10周年を機に、「次の10年を担う店」というテーマをもとにリニューアルをしました。内容としても次の10年を担っていくような、若くてこれから日本でメジャーになっていくようなブランドを取り揃えて、デザイナーなどもこれからの10年を担っていくような若いデザイナーに変えました。

おかげさまで、オープン初日には弊社の記録となる単店舗の日売り1,100万円を達成して、順調にスタートしております。

また同様に、STUDIOUS名古屋店をリニューアルしました。

STUDIOUS福岡店などもそうなのですが、今後のSTUDIOUSに関しましては、基本的には坪効率を落とさずに面積を増床させながら、なおかつ今まではメン

ズ・レディース複合での出店が多かったのですが、今後のSTUDIOUSに関してはなるべくセパレートで、メンズ単独店・レディース単独店を出していきます。

目的は何個かあるのですが、STUDIOUSの中でメンズ・レディースの客層・年齢の違いや買い方の違いがあります。出店場所というのは、メンズ・レディース複合店の場合、どうしてもどちらかに有利になるように偏ってしまうので、単独にしたほうがいだろうということです。

そして、単独店のほうが非常に効率がいいです。例えばメンズ・レディース複合店の場合、人員配置なども常にメンズ・レディースどちらも販売員がいなければなりません。単独店であればどちらかでいい。

そのような意味で、生産性も上がっていくという見方から、なおかつSTUDIOUSはより個客性が高いので、カップルやファミリーで来るよりも、洋服が好きな方が1人で接客を受けに来ると。このようなことを狙って、STUDIOUSは今後、メンズ・レディースをセパレートして出していきたいと思っております。

2018年2月期通期見通し・下期事業計画

2018年2月期通期見通し・下期事業計画

TOKYO BASE CO.,LTD.

2018年2月期下期 事業計画②

執行役員制度の導入

- EC、UT、CITYの強化にあたり、責任者により幅広い業務権限を持たせるため、執行役員を9月より導入。

「CITY」の独立業態化

- 9月より「STUDIOUS CITY」を独立業態とし、「CITY」へ。執行役員がMDを見直し、コンセプトや商品テイスト、人員構成等刷新、今秋より成長速度を高め、中期的に売上30億円を目指す計画。

資本・業務提携の拡大

- 資本提携によって緊密化したブランドとの協業進め、シナジー効果による収益拡大も狙う。
- 資本・業務提携先を引き続きリサーチ。案件開拓・実行を進めていく。

ブランドのECフランチャイズ店舗受託拡大

- 上期に開始した、有カブランドの商品を取り扱う店舗のフランチャイズ出店を引き続き拡大するため、仕入先ブランドに積極的に提案していく。

こちらは会社として、初めて執行役員制度を導入しました。今までは取締役3名のみだったのですが、その下に執行役員をつけました。業容拡大により幅広い業務経験を持たせて、より組織として強くするといった意味合いで9月から導入しております。

また、今までSTUDIOUSの大人なレディースの業態ということで「STUDIOUS CITY」という派生業態をやっていたのですけれども、9月からは派生業態ではなく「CITY」という単独ブランドへと業態転換をしました。

こちらの転換の意図としては、STUDIOUS CITYは決して売れていなかったわけではないのですけれども、社内外も含めて「いいブランドがあればどちらでもやろう」という方針になってしまっていたので、いまいちSTUDIOUSとの差別化ができていませんでした。

なので前向きに独立をさせて、1つのブランドとして成長させていこうということで、9月から3店舗、新宿店、名古屋店、大阪店がすべてCITYという名前が変わって、今まで同じだったショッピングバッグも変えて、ホームページもつくって、ECショップもつくって、単独ブランドとしてスタートしております。

そして、先ほどご説明した資本・業務提携の拡大やフランチャイズ店舗の受託拡大をスタートさせております。

2018年2月期通期予想

2018年2月期通期予想

TOKYO BASE CO.,LTD.

- 売上高 124.0億円（前期比33%増）、営業利益 17.5億円（同36%増）。
- 対通期予想では、前年同期の期初計画と概ね同水準の進捗率。

(百万円)	18/2月期2Q (実績)	売上比 (%)	対通期予想 進捗率 (%)	【前年同期】 対通期予想 進捗率 (%)	18/2月期 通期予想	売上比 (%)	前期比 (%)
売上高	5,550	100.0	44.7	44.8	12,406	100.0	32.6
売上総利益	2,860	51.5	-	-	-	-	-
販管費	2,197	39.6	-	-	-	-	-
営業利益	663	12.0	37.8	38.5	1,757	14.2	36.1
経常利益	663	11.9	37.7	38.9	1,757	14.2	38.8
純利益	457	8.2	37.7	38.8	1,212	9.8	41.6

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

18

2018年2月期通期予想です。先ほど申し上げたとおり、計画どおりです。対通期予想では、前年同期の期初計画とおおむね同水準の進捗率です。

2018年2月期下期の新規出店（ST実店舗）

国内外で4店舗を出店する計画。

- **STUDIOUS 神南店**：9月、STUDIOUS TOKYO 神南店1Fに、主に20代向けの品揃えを揃えてオープン。
- **STUDIOUS WOMENS福岡店**：9月、STUDIOUS福岡店より独立してオープン。品揃え拡充による売上拡大を図る。
- **STUDIOUS WOMENS名古屋店**：9月、STUDIOUS名古屋店より独立してオープン。名古屋地区の旺盛な需要取り込む。
- **STUDIOUS PLUS名古屋店**：9月、STUDIOUS名古屋店を分割してオープン。独自の品揃えで売上の大幅増を狙う。

■ STUDIOUS WOMENS福岡店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	福岡パルコ 新館2F
面積	38坪

■ STUDIOUS WOMENS名古屋店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	名古屋パルコ 西館2F
面積	43坪

■ STUDIOUS PLUS名古屋店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	名古屋パルコ 南館3F
面積	34坪

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

19

2018年2月期下期の新規出店（ST実店舗）です。実はほとんどがすでに出店しているものなのですが、STUDIOUS神南店は今まで、東京渋谷の神南エリアに1・2階建てで店舗を運営していたのですが、1階と2階の店舗を分けまして、1階をSTUDIOUS神南店、2階をアッパー業態のSTUDIOUS TOKYOにして運営をしています。STUDIOUS WOMENS福岡店、そしてSTUDIOUS WOMENS名古屋店は先ほどのセパレート戦略により、今まで福岡エリアと名古屋エリアも同様に、メンズとレディースを複合でやっていたのですけれども、レディースだけ切り出して、よりレディースにとっていい場所に出店するということをしました。STUDIOUS PLUS名古屋店は、今までSTUDIOUSの名古屋店が100坪で運営していたのですけれども、それを65坪にして、その空いたスペースで新しい派生業態をつくって、プラスオンの売上を狙っています。このようなことを行いました。

2018年2月期下期の新規出店（UT、EC）

2018年2月期下期の新規出店（UT、EC）

TOKYO BASE CO.,LTD.

2018年2月期下期、UNITED TOKYOでは実店舗2店舗を開店予定。
ECではCITY 1店舗と、ブランドのFC店舗が3店舗開店予定。

- UNITED TOKYO 香港店：11月、ST香港店至近に、海外初のUT出店。
- UNITED TOKYO 二子玉川店：9月、東京。二子玉川駅隣接の商業施設「二子玉川ライズ」内に、M&W複合店を開店。
- CITY：直営ECを9月に開始。ブランドページと統一したホームページデザインで購買につなげる。
- ECフランチャイズ店舗：今秋に2店、来年2月に1店舗開店予定。

UNITED TOKYO 香港店



店舗概要	
形態	路面店
場所	香港・銅鑼灣(causeway bay) Fashionwalk地区
面積	38坪

UNITED TOKYO 二子玉川店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	二子玉川ライズ タウンフロント3F
面積	58坪

CITY ONLINE STORE



店舗概要	
形態	直営EC

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

20

UNITED TOKYOは二子玉川ライズに出店しました。そして来月（2017年11月）、香港の銅鑼灣（コーズウェイベイ）に初めてUNITED TOKYOの路面店ができる予定です。また、CITYが直営店のECをブランドページと統一したホームページデザインで（9月に）スタートしました。ECフランチャイズ店舗も今年の秋に3店舗、来年の2月に1店舗開店予定となっております。

UNITED TOKYO 東京コレクション参加

当社の手がけるブランドとして初参加、盛況を博した。



Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

21

UNITED TOKYOのトピックに関しまして、つい先日、UNITED TOKYOとして初めて東京コレクションに参加しました。今までの東京コレクションというと、どちらかというファッション業界人の内輪だけで盛り上がっているような印象があったのですが、私自身が初めて東京コレクションに参加したときに、すごく感動したんですね。

業界人はすごく慣れているのですが、お客さまからするとすごく新鮮であるというギャップをどうにかできないかなという思いから、我々がやった東京コレクションというのは、だいたい500~600人のお客さまが来たのですが、ほとんどが（TOKYO BASEの）顧客さまを呼んで、コレクションを見ていただいて、アメリカのほうでは主流になりつつある、「See now, Buy now（見てすぐ買う）」という（ことを行いました）。

今までのコレクションというのは、半年先の商品のお披露目をしていたのですが、その場ですぐ買えるコレクションというものを実現しました。そのコレクションの後に、顧客さまを招いた受注会をやりまして、受注会の実績も非常にいい結果に終わりました。

今後のコレクションに関しては、継続していくかどうかはわかりませんが、お客さまに対して前向きに感動を与えられるようなイベントをやっていききたいなと思っております。

今後の出店・業態拡充戦略

今後の出店・業態拡充戦略

TOKYO BASE CO.,LTD.

M & W分離増床、空白地出店、新業態・派生業態の開発を進める。

カジュアル業態を2019年2月期開始予定。弱体化した日本のカジュアル市場へ弊社の営業力・高原価率商品で進出。

出店店舗の地域と数（2018年2月期末予定）

業態	関東	関西	名古屋	福岡	EC	アジア	欧州	米州	その他
ST	11↗	7↗	3↗	3↗	8↗	1↗ (香港)			
UT	7↗	2↗	1↗	1↗	2↗	1↗ (香港)			
CITY	1↗	1↗	1↗		2↗				
カジュアル									

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

22

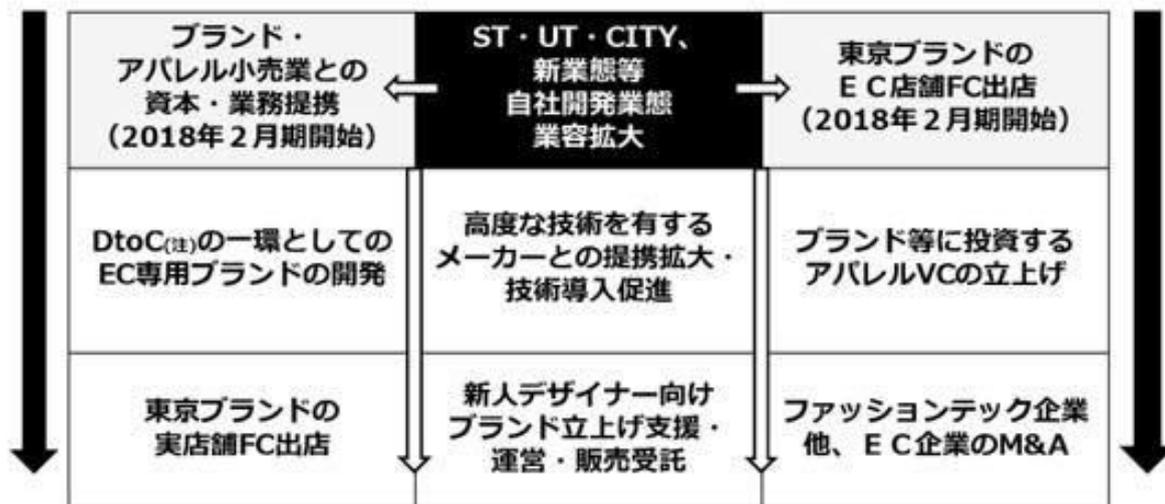
今後の出店・業態拡充戦略です。こちらは現在の下期における出店数の見込みとなっております。現在、STUDIOUSの実店舗が27店舗あるのですが、（メンズとレディースを）セパレートしたことによって、明確な店舗数は決めていないのですが、まだまだ増やしていけると考えております。UNITED TOKYOとCITYは、まだまだ出ていないエリアがありますので、積極的に出店していきたいと考えております。

また（スライドの）下のほうに書いてあるのですが、2019年2月期にSTUDIOUS、UNITED TOKYOに次ぐ、第3の柱となるカジュアル業態の準備をしております。こちらは来年（2018年）秋にスタートしていきたいと考えております。

今後の方向性

日本発のファッション・コングロマリットへ向けて、考えられる手段は全て実行し、成長の最大化を目指す。

STUDIOUSとUNITEDTOKYO、CITYに加え、新業態、新施策により日本発のファッション・コングロマリットとして、企業理念「日本発ファッションスタイルを世界へ」を実現していく。



(注) DtoC (Direct To Consumer) とは、生産した商品をEC等により直接、消費者へ届けるビジネスモデルのことをいいます。

Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

今後の方向性ということで、我々は常に言っているのですけれども、日本発のファッション・コングロマリット企業へ向けて、考えられる手段はすべて実行し、成長の最大化を目指していきます。

当然、軸となっていくのはSTUDIOUS、UNITED TOKYO、CITY、あるいは今後やっていく新業態であったり、自社開発の業態、こういったものをしっかりと拡大させていきます。

また、ブランド・アパレル小売業との資本・業務提携もスタートしています。

東京ブランドにおけるEC店舗、こちらはZOZOTOWNのフランチャイズであったり、今後は実店舗のフランチャイズもやっていく可能性があります。

さらには派生として、今、さまざまなメーカーさんとの提携、例えば、高度な技術を有するメーカーとの提携拡大・技術導入促進というのはしているのですけれども、1つの実績としては、ある商社さんと組んで、青山にレザーの工場をつかって、「年間で何枚やります」ということで、そこに対して設備投資をしていただいて、ほぼ我々専用の工場をつくると。決して資本を投入しているわけではないのですけれども、このような提携をして、メイドインジャパンをより強くしていくような動きをしています。

また、最近でいうと、島精機（製作所）さんと組みまして、島精機さんがつくっている、そんなにサンプルをつくらなくても受注がとれるようなシステムを導入しました。このように、さまざまな外部のいい技術や機械を導入して、強くしていきたいと思っております。

また今後、ブランド等に投資するような、アパレルVCの立上げというのも考えております。

そして長期的には、ブランド・アパレル小売業だけではなくて、ファッションテック企業であったり、EC企業のM&Aというのも視野に入れています。こちらの今後の方向性に関しては、まだ明確に決まっているものは少ないのですが、業容拡大を軸にさまざまな成長に対してできることはどんどん仕掛けていきたいと思っております。

長期的な売上構成イメージ



Copyright© TOKYO BASE All Rights Reserved.

24

最後に、長期的な売上構成イメージです。我々としては、中長期的に（売上高）1,000億円を目指しています。もちろん1,000億円で終わりではないので、今後2,000億円、3,000億円と続いていくような（前提の）1,000億円であると。なおかつ、ただ儲かる、ただ売上がとれるだけではなくて、企業理念の実現に向けた売上構成・利益構成ができるか。さらに、トップラインだけを狙っていくのではなくて、営業利益率10パーセント台をキープしながら、売上高1,000億円を狙っていきます。

これは1つのイメージなのですが、STUDIOUSで300億円ぐらい。UNITED TOKYOで300億円ぐらい。そして来年秋にスタートする予定のカジュアル業態で300億円ぐらい。このような売上イメージを持っております。

このようなことを通して、日本のファッションを世界に発信する、世界レベルのファッションコングロマリッド企業を目指していきたいと思っております。

引き続き、企業理念の実現に向けて、愚直に進んでいきたいと思っておりますので、今後ともよろしく願いいたします。