

株式会社TOKYO BASE

2018年2月期 決算説明会資料

TOKYO BASE CO.,LTD.

2018年4月26日

- 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、2018年4月26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。

1. 要約	4
2. 2018年2月期決算実績	6
3. 2019年2月期見通し、及び今後の事業戦略	19
Appendix（弊社の特徴と強み・成長戦略）	34

1. 要約

1. 2018年2月期決算概況

- 売上高：127.8億円（前年同期比36.6%増）
- 営業利益：15.7億円（同22.0%増）
売上高営業利益率12.3%（同1.5pt低下）。
- 当期純利益：11.2億円
（同31.5%増、EPS 26.99円）。
- 業容拡大と積極的な借入により現預金や商品等増加し、総資産は75.7億円（前年比48.2%増）。
- 営業CFは+6.6億円、出店・資本提携等により投資CFが△4.4億円、長期借入により財務CFは+12.6億円、手元資金は40.3億円に。
- 秋冬シーズンは、ST業態のMD計画が裏目に。当初の目標通りの粗利得られず、成長鈍る。春夏MDより基本に立ち返った商品構成へ回帰。

2. 2018年2月期の事業動向

- 新規出店は、STUDIOUSが海外初となる香港店含む12店（内、EC5店）、UNITED TOKYOが同じく香港含む実店舗4店、CITYがオンラインに1店。退店はST業態で4店（内、EC1店）。
- UNITED TOKYOは開始3年目を迎え、今期の売上構成比は32.4%に到達。収益柱の一つに。
- 全社EC販売比率は38.9%（前年同期34.6%）。なお、ZOZOTOWN経由売上は86%（同87%）。

3. 今後の見通しと事業戦略

- 通期見通し：売上高 153.6億円（前期比 20.2%増）、営業利益 20.2億円（同 28.9%増）。
- 出店は全業態で計15店舗出店となる予定。（EC7店含む）。新業態の出店は今秋より開始予定。
- 更なる出店、新業態の開発等自社開発業態に加え、M&A、ブランド支援等により売上・利益を拡大し、日本発のファッション・コングロマリットを目指す。

※本ページ以後、STUDIOUSをST、UNITED TOKYOをUT、CITYをCTと略記します。

2. 2018年2月期決算実績

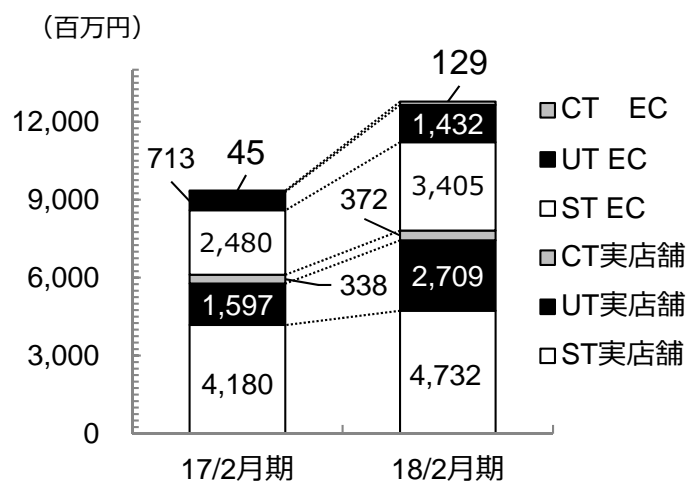
- 売上高 127.8億円、営業利益 15.7億円。営業利益率12.3 %（前期比1.5 pt低下）。
- 業容拡大により売上は拡大、原価率・ブランド商品（注）比率を戦略的に上げたことに加え、秋冬のST業態MD戦略が見込み違いとなり、在庫消化を優先した結果、粗利率は低下。過去最高益の更新は達成。

	18/2月期 実績 (百万円)	売上比 (%)	17/2月期 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	12,781	100.0	9,356	100.0	+3,425	+36.6%	—
売上総利益	6,563	51.3	4,977	53.2	+1,585	+31.8%	△1.9
販管費	4,988	39.0	3,687	39.4	+1,301	+35.3%	△0.4
営業利益	1,574	12.3	1,290	13.8	+283	+22.0%	△1.5
経常利益	1,577	12.3	1,266	13.5	+311	+24.6%	△1.2
純利益	1,126	8.8	856	9.2	+269	+31.5%	△0.3

（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。

- 業態別売上高は、ST 81.3億円、UT 41.4億円、CT 5.0億円となった。
- STにおけるブランドFC開始等により、EC化率は前年同期の34.6%から38.9%へ上昇。

売上高内訳推移



売上大幅増加は継続

- STのEC比率 41.8% (前期37.2%)、UTのEC比率 34.6% (同30.9%)、CTのEC比率 25.9% (前期11.9%)
全体では**EC比率38.9% (同34.6%)**。
- 業態別では特にUTが引き続き堅調で、全社売上の向上に寄与。期中開店の新店が好調に推移したことに加え、既存店も概ね順調であった。

	18/2月期 (百万円)	構成比(%)	17/2月期 (百万円)	構成比(%)	増加額 (百万円)	増減率 (%)
S T (実 店 舗)	4,732	37.02	4,180	44.68	551	+13.21
U T (実 店 舗)	2,709	21.20	1,597	17.08	1,111	+69.59
C T (実 店 舗)	372	2.91	338	3.62	33	+9.90
S T (E C)	3,405	26.64	2,480	26.51	924	+37.28
U T (E C)	1,432	11.21	713	7.62	719	+100.82
C T (E C)	129	1.02	45	0.49	84	+183.80
合 計	12,781	100.00	9,356	100.00	3,425	+36.61

- 資産合計は75.7億円、売上最大化の為の商品増加と、機動的な資本支出に備えた現預金増加、資本提携に伴う関係会社株式等の増加による。
- 負債は10.5億円増加。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14.0億円の増加。期末の自己資本比率は53.8%に。

資産

(百万円)

	2018/2月期	2017/2月期
流動資産	6,286	4,107
現金及び預金	4,035	2,550
売掛金	705	519
商品	1,446	938
固定資産	1,292	1,006
有形固定資産	599	520
差入保証金	472	429
投資有価証券	15	-
関係会社株式	113	13
関係会社 長期貸付金	62	8
資産合計	7,578	5,113

負債・純資産

(百万円)

	2018/2月期	2017/2月期
流動負債	2,401	1,982
買掛金	1,046	941
1年内 返済予定の 長期借入金	483	133
固定負債	1,090	449
長期借入金	1,084	444
負債合計	3,491	2,431
純資産	4,086	2,681
利益剰余金	3,292	2,166
負債純資産合計	7,578	5,113

- 現金及び現金同等物残高は40.3億円、期首残高より14.8億円の増加。
- 営業CF：過去最高の税前利益を計上したが、棚卸資産増加と法人税等支払額増加などあり6.6億円の収入。
- 投資CF：今期は出店による固定資産の支出、差入保証金の差入に加え、資本提携による投資有価証券取得、関係会社株式取得・資金貸付が主な支出となった。

(百万円)

	18/2月期	17/2月期
営業活動によるCF	660	1,371
（うち、税金等調整前当期純利益）	(+1,577)	(+1,238)
（棚卸資産の増加額）	(△507)	(△261)
（仕入債務の増加額）	(+105)	(+363)
（法人税等の支払額）	(△539)	(△227)
投資活動によるCF	△443	△341
（有形固定資産取得・敷金差入）	(△268)	(△306)
（投資有価証券 ・関係会社株式取得・資金貸付）	(△169)	(△22)
財務活動によるCF	1,269	561
現金及び現金同等物の増減額	1,485	1,591
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	4,035	2,550

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Z O Z O T O W Nにフランチャイズ形態で出店開始。
- 通期で4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つとして育成するとともに、提携ブランドの開拓を進める。

実店舗はST 6店舗、UT 4店舗を出店、
海外への展開を進める

- 国内出店に加え、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、11月、同店舗至近にUTの路面店もオープン。

ST業態ECはFC店舗を4店舗出店

- 2018年2月期に開始したST業態ECのFC店舗は、通期で4店舗出店。

(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。

EC専用ブランド「SOCIAL WEAR」開始

- DtoC(注)の一環として、完全受注生産により更なる高原価率・高品質を実現した、EC専用ブランド「SOCIAL WEAR」を開始。

資本・業務提携の拡大

- ブランド「FACTOTUM」等を手がける「株式会社FACTOTUM」に約49%、「MIHARAYASUHIRO」等を手がける、「株式会社ソスウ」に約12%出資。EC店舗のFC出店、実店舗のFC出店（今期予定）、管理面での協力等、協業を開始。

「CITY」の独立業態化

- 9月より「STUDIOUS CITY」を独立業態とし、「CITY」へ。MD、コンセプト、商品テイスト、人員構成等刷新。中期的に売上30億円を目指す計画。

STUDIOUS 業態 新規出店実績（実店舗・上期）

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	路面店
場所	香港・銅鑼灣(causeway bay) Fashionwalk地区
面積	28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

2018年2月期下期は4店舗を出店。

- STUDIOUS 神南店：9月、STUDIOUS TOKYO 神南店1Fに、主に20代向けの品揃えを擁してオープン。
- STUDIOUS WOMENS福岡店：9月、STUDIOUS福岡店より独立してオープン。品揃え拡充による総売上拡大を図る。
- 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を取り込む。
- 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

2018年2月期上期、UT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

2018年2月期下期、UT業態では実店舗2店舗を開店。

- **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。

■ UNITED TOKYO 香港店



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

■ UNITED TOKYO 二子玉川店

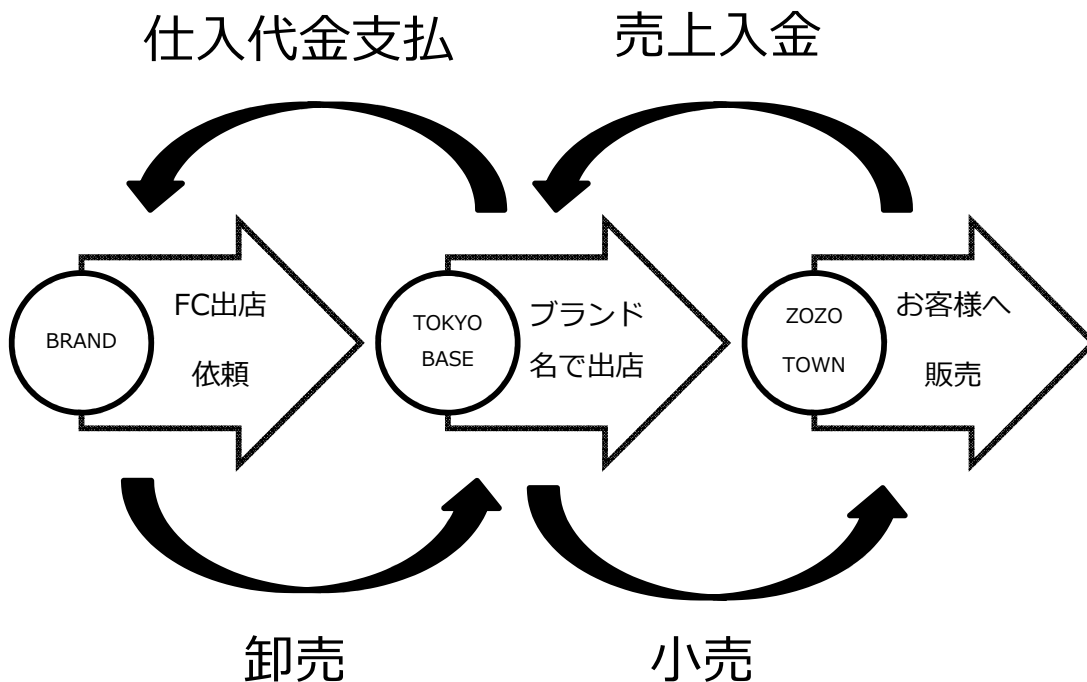


店舗概要	
形態	ビルイン
場所	二子玉川ライズ タウンフロント3F
面積	58坪

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

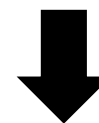
- 弊社仕入先ブランドにZOZOTOWN出店を働きかけ、ブランドの名前を冠したZOZOTOWN店舗を出店。すでにZOZOTOWNに出店しているブランドについても、弊社ノウハウを活用したEC販売の拡大を目的として、弊社へのZOZOTOWN店舗の引き継ぎを提案。
- 2018年2月期には4店舗がオープンし、収益に貢献開始。引き続きブランドへの提案を進めていく。

<具体的なスキーム図>



<弊社の販売ノウハウ活用例>

- 弊社専属カメラマンによる撮影。
- 販売動向に応じた再撮影の実行
- ブランドイメージに沿った商品写真、商品ページの作成
- ブランドの背景を加味した商品説明文の作成
- 過剰在庫の弊社への委託販売
- 弊社実店舗営業スタッフによるSNS上のタグ付け



<ブランド側のメリット>

- ZOZO在庫リスクの弊社への移転
- EC売上拡大による、売上高の増加
- 在庫消化率の向上

DtoC^(注)の一環としてのEC専用ブランド 「SOCIAL WEAR」開始

TOKYO BASE CO.,LTD.

EC特化と完全受注生産により、更なる高原価率と上質さを実現

ZOZOTOWN 何かお探しですか? ログイン

SOCIAL WEAR

ZOZOTOWN > SOCIAL WEAR > ジャケット/アウター > ステンカラーコート > アイテム詳細

この商品は、即日配送なら最短明日の午前中にお届けできます

お届け日指定について

ショップ：SOCIAL WEAR
ブランド：SOCIAL WEAR

マイクロファイバーステンカラーコート

¥12,960 税込 ツケ払えます 詳細
お支払いは5月1日でOK

👉 下取り利用なら¥0で買えるかも 詳細

👛 120ポイント還元 (ZOZOCARD：240ポイント還元)

👍 お気に入りアイテム登録数：161人

XS / 残り1点 XSサイズ相当	カートへ入れる
S / 残り5点 Sサイズ相当	カートへ入れる
M / 在庫あり Mサイズ相当	カートへ入れる
L / 残り1点 Lサイズ相当	カートへ入れる
XS / 残り2点 XSサイズ相当	カートへ入れる

ネイビー ブラック ベージュ マルチ

- DtoCの一環として、ZOZOTOWNに出店。
- EC特化によるコストの低廉化により、高品質を実現。完全受注生産により消化率を100%とすることで、粗利を確保。
- 仕入先との密な連携により、全て日本製で高い品質を実現。
- 比較的手の届きやすい価格帯の商品を取り揃え、価格選好性の高い消費者へ訴求。
- 今後、取扱商品数拡充し、弊社のエントリー価格帯での売上増への寄与を見込む。

(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。

当社の手がけるブランドとして初参加、盛況を博した。



3. 2019年2月期見通し、 及び今後の事業戦略

2019年2月期 通期決算見通し

- 売上高153.6億円（前期比20.2 %増）、営業利益 20.2億円（同 28.9 %増）、当期純利益 13.8億円（同 23.2 %増）。
- EPS は29.46円で、創業来9期連続増収増益の見込み。EC化率は過去最高の42%を見込む。

2019年2月期 事業計画

出店

ハイエンド・カジュアル新業態開始

- 新業態・EC含め15店舗出店の計画。
- 新たな品揃えの取り組みとして、TOKYO DEPARTMENT STOREを開店。
- その他、計画外のFC出店・海外出店も検討。

- 今秋よりハイエンド・カジュアル新業態「PUBLIC TOKYO」を展開。
- 当社がこれまで培ってきた営業力と高原価格商品を武器に、市場規模が大きく、強者不在のカジュアル市場に本格参入。
- 実店舗3店舗、EC2店舗でスタート予定。

次の10年を見据えたST業態の改革

- OR商品のEC先行受注
- 取扱ブランド取捨選択の精査
- 顧客型売上への振り切り

- 売上高 153.6億円（前期比20.2%増）、営業利益 20.2億円（同28.9%増）。
- 主に売上総利益率が0.8pt改善することにより、営業利益率は0.9pt改善の見込み。
- EC化率は全社で42%となる見込み。

(百万円)	18/2月期 (実績)	売上比 (%)	19/2月期 通期予想	売上比 (%)	金額 前期比 (%)	売上比 前期比 (pt)
売上高	12,781	100.0	15,361	100.0	+20.2	-
売上総利益	6,563	51.3	8,007	52.1	+22.0	+0.8
販管費	4,988	39.0	5,978	38.9	+19.8	△0.1
営業利益	1,574	12.3	2,029	13.2	+28.9	+0.9
経常利益	1,577	12.3	2,032	13.2	+28.9	+0.9
純利益	1,126	8.8	1,387	9.0	+23.2	+0.2

2019年2月期は、旧池袋店からSTUDIOUS WOMENS池袋店を分離独立し開店。
また、恵比寿エリア初となる、STUDIOUS WOMENS恵比寿店を新規開店。

- STUDIOUS WOMENS池袋店：池袋にWOMENS単独店としてルミネ池袋2Fに3月オープン。
- STUDIOUS WOMENS恵比寿店：4月、恵比寿エリア初の店舗をアトレ恵比寿3Fにオープン。
- 他に、ECフランチャイズ店舗を2店舗開店済み、下期2店舗新たに開業予定。

STUDIOUS WOMENS池袋店



店舗概要

形態	ビルイン
場所	ルミネ池袋 2F
面積	35坪

STUDIOUS WOMENS恵比寿店



店舗概要

形態	ビルイン
場所	アトレ恵比寿 本館4F
面積	26坪

2019年2月期は、UT業態として初めて京都と川崎に出店。

- **UNITED TOKYO京都店**：3月、ST業態も出店する京都藤井大丸2階にUNITED TOKYOも出店。
- **UNITED TOKYO川崎店**：3月、川崎駅エリア初の店舗をラゾーナ川崎3Fにオープン。84坪の大型店。

■ UNITED TOKYO京都店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	藤井大丸 2F
面積	49坪

■ UNITED TOKYO川崎店



店舗概要	
形態	ビルイン
場所	ラゾーナ川崎 3F
面積	84坪

多様な品揃えを実現する 「TOKYO DEPARTMENT STORE」開始

TOKYO BASE CO.,LTD.

従来の弊社EC店舗で取扱のなかった商品を、幅広く展開。



TOKYO DEPARTMENT STORE

ZOZOTOWN > TOKYO DEPARTMENT STORE > 対象商品

対象商品
1,513件

自分サイズ
ZOZOSUIT (1若無料)
で体型計測した方なら、
あなたに最適なサイズの
商品で絞り込めます
詳細 ログイン
使用できません

性別
メンズ
レディース
キッズ

価格タイプ
通常価格
セール価格

ショップカテゴリ
TOKYO DEPARTMENT STORE

カテゴリ

TOKYO DEPARTMENT STORE
トウキョウ デパートメントストア

日本の良いモノを提供すべく、ジャパブランドアイテムを様々なジャンルで展開。従来の百貨店 (=DEPARTMENT STORE) とは異なり、お客様に本当に支持されるブランド、アイテム、プライスを提案。

既成概念に捕らわれない新しいモノ、コト、トキを発信し続けるショップとして、ZOZOTOWNに出店。

新品

ショルダーバッグ バックパック/リュック Tシャツ/カットソー トートバッグ ピアス (両耳用)

在庫商品+予約商品 在庫あり 人気順

NUMBER (N)INE ¥4,860税込 予約商品	NUMBER (N)INE ¥4,860税込 予約商品	NUMBER (N)INE ¥4,860税込 予約商品	NUMBER (N)INE ¥4,860税込 予約商品	NUMBER (N)INE ¥4,860税込 予約商品

■ 日本の良いモノを提供すべく、ジャパ
ンブランドアイテムを様々なジャンル
で展開。従来の百貨店
(=DEPARTMENT STORE) とは異なり、
お客様に本当に支持されるブラン
ド、アイテム、プライスを提案。
既成概念に捕らわれない新しいモノ、
コト、トキを発信し続けるショップと
して、ZOZOTOWNに出店。

■ 弊社他EC店舗に無いブランド、価格帯、
テイストの商品も幅広く展開。

■ 広いターゲット層に訴求し、EC売上の
底上げを図る。

ハイエンド・カジュアル業態「PUBLIC TOKYO」を開始

TOKYO BASE CO.,LTD.

今秋より、ハイエンド・カジュアル新業態として、
「PUBLIC TOKYO」を開始。



PUBLIC TOKYO

飽和市場、価格競争、供給過多のカジュアル市場へ一石を投じる。

キーワード

MADE IN JAPAN

HIGH VALUE

TEXTILE

コア・ターゲット

20-40代の質にこだわる男女
独自価値にこだわるトレンドセッター

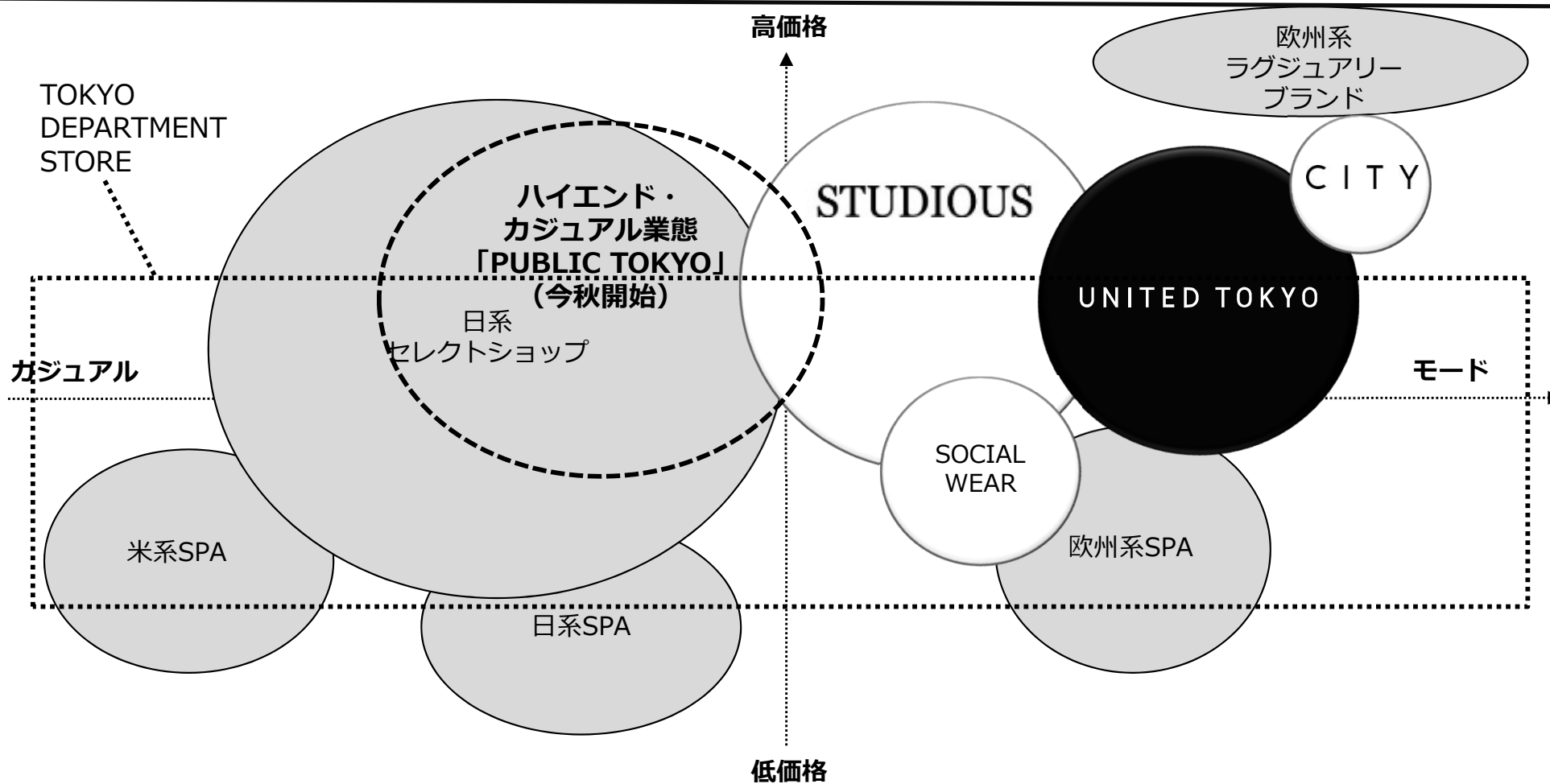
想定客単価

春夏シーズン：18,000円

秋冬シーズン：25,000円

日系セレクトショップが得意とするマーケットポジションに新規参入。当社の商品力・営業力で覇権を狙う。

ハイエンド・カジュアル業態がターゲットとするマーケットポジション



出店は今秋より、東名阪および直営EC・ZOZOTOWNへ。

TOKYO BASE CO.,LTD.

当初は新宿・名古屋・大阪・EC 2店舗を出店予定

	新宿 M/W複合	名古屋 M/W複合	大阪 M/W複合	直営 EC	ZOZO TOWN
出店場所	新宿駅 直結	栄近辺	大阪駅 直結	当社 Web サイト	ZOZO TOWN
出店形態	ビルイン	ビルイン	ビルイン	直営EC	ZOZO TOWN への出店
坪数 (計画)	33坪	68坪	52坪	—	—

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。

出店店舗の地域と数（2018年4月26日現在）

業態	関東	関西	名古屋	福岡	EC	香港	中国本土	欧州	米国
ST	13 ↗	6 ↗	3 ↗	3 ↗	9 ↗	1 ↗			
UT	8 ↗	3 ↗	1 ↗	1 ↗	2 ↗	1 ↗			
CITY	1 ↗	1 ↗	1 ↗		1 ↗				
PT(注)	0 ↗	0 ↗	0 ↗		0 ↗				
他業態					2 ↗				
今後の新業態									

(注) PT：今秋より開始するハイエンド・カジュアル業態「PUBLIC TOKYO」

各EC店舗の特徴

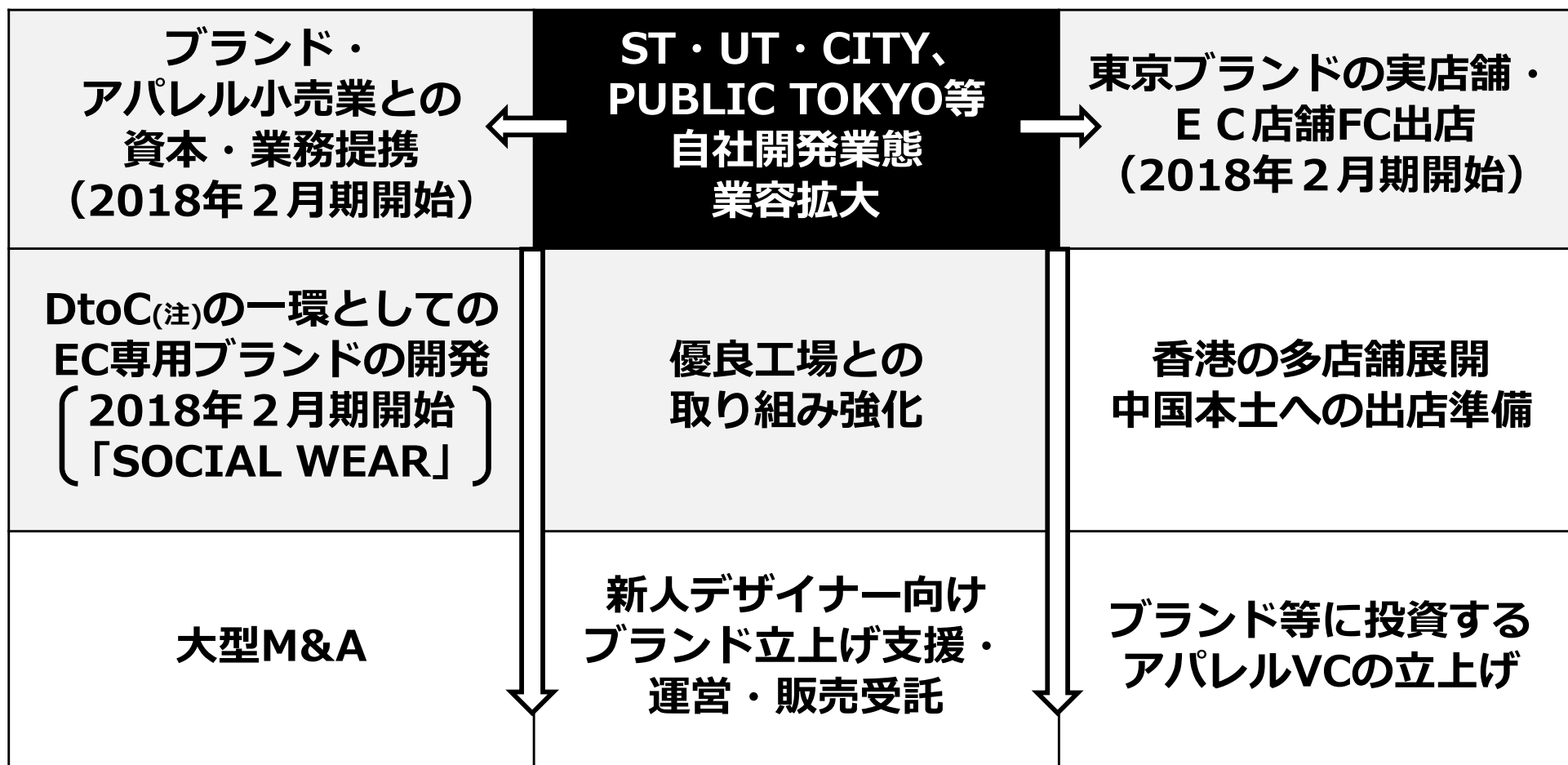
出店店舗の種類、出店形態（2018年4月26日現在）

	ST		UT	CT	PT (注)	SOCIAL WEAR	TDS
	ST (FC除く)	ST FC					
自社EC	1	0	1	0	0	0	0
ZOZO	2	6	1	1	0	1	1
海外EC	0	0	0	0	0	0	0
特徴	ST業態 における EC販売	ST業態取扱 ブランドの FC型店舗	UT業態 における EC販売	CT業態 における EC販売	PT業態 における EC販売	完全受注生産による 高原価率・ エントリー価格 OR商品の販売	STECで 取扱わない ブランドの 販売

(注) PT：今秋より開始するハイエンド・カジュアル業態「PUBLIC TOKYO」

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UNITED TOKYO、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。

日本発のファッション・コングロマリットへ向けて、
売上高1,000億円を当面のターゲットとして成長する。

長期的に、営業利益率10%台をキープしながら、売上高1,000億円を当面の目標とし、
日本のファッションを世界へ発信する、世界レベルのファッション・コングロマリットを目指す。

STUDIOUS 300億円	UNITED TOKYO 300億円
CITY 30億円	<u>今秋より開始の</u> <u>ハイエンド・カジュアル業態</u> <u>「PUBLIC TOKYO」</u> 300億円
ブランド子会社・関連会社 200億円	その他M&A・新規事業等、 収益拡大への施策

株式会社TOKYO BASE

2018年2月期 決算説明会

ご清聴ありがとうございました。

Appendix
弊社事業の特徴と強み
成長戦略

セレクトショップ「STUDIOUS」とALL MADE IN JAPANのオリジナル商品を扱う「UNITED TOKYO」、「CITY」を展開。

STUDIOUS



オリジナル商品が全て日本製であり、
産地の近さから機動的な生産体制を構築している。

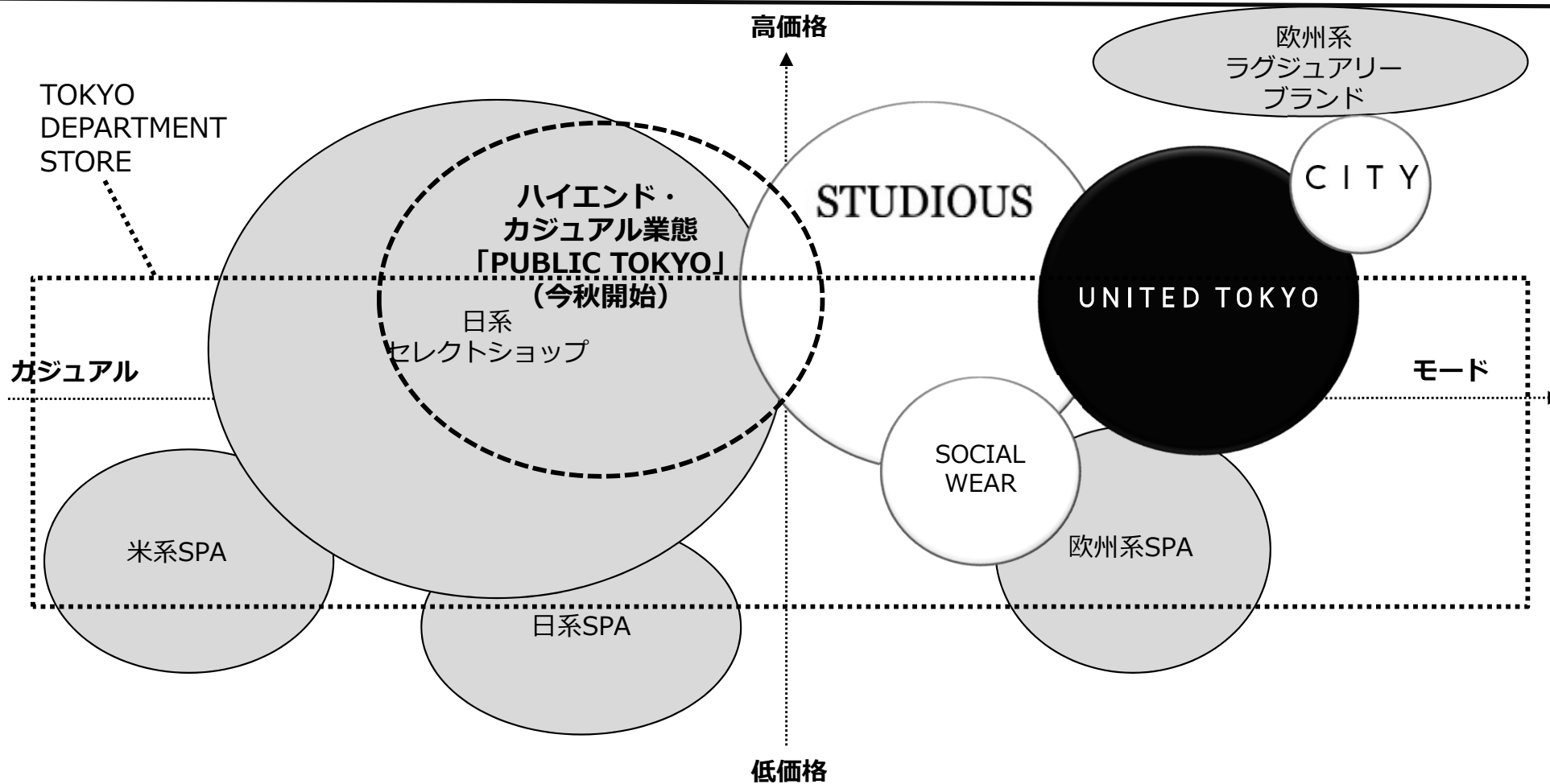
UNITED TOKYO

CITY



「STUDIOUS」、「UNITED TOKYO」、「CITY」、「SOCIAL WEAR」、「TOKYO DEPARTMENT STORE」の5業態を展開。

弊社展開事業が狙うマーケットポジション



ハイエンド・カジュアル新業態「PUBLIC TOKYO」を今秋開始。

各事業業態の概要

	STUDIOUS	UNITED TOKYO	CITY	PUBLIC 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	ALL MADE IN JAPANにこだわった「グローバルコンテンポラリー」ブランド	都心で働く大人の女性に向けた「スーパーファブリック」ブランド	(予定) 高品質・高原価率による洗練されたハイエンド・カジュアル業態
顧客層	20～30代のファッション感度の高い若い世代がターゲット	20～40代の広い世代がターゲット	30代～40代の働く女性がターゲット	20～40代と広い世代をターゲット
客単価 (2018年2月期)	実店舗2.8万円 EC0.7万円	実店舗2.1万円 EC1.3万円	実店舗2.6万円 EC1.8万円	(想定) 実店舗2.1万円 EC1.3万円
店舗展開 (2018年4月26日現在)	実店舗26店、EC9店 大都市圏及び香港に展開	実店舗14店、EC2店 大都市圏及び香港に展開	実店舗3店、EC1店舗を展開	今秋東名阪及びオンラインにて開店予定
商品特徴	「ブランド商品(注)」と「オリジナル商品」の比率は各50%程度	店内全商品が国内産のため、産地表記は国でなく「都道府県」、高原価率(目安50%)	生地の品質に重点を置いた、モードベーシックとトレンドの2軸のデザイン。女性が楽しめる新ディテールで大胆で独創性のあるラインナップを展開	UT業態で培った、高品質・高原価率商品の企画ノウハウを、ハイエンド・カジュアルのテイストに落とし込む

(注1) 「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。(STUDIOUS業態のみで取扱い)。

「オリジナル商品」は、弊社デザイナーが企画し、取引先の国内工場生産する弊社独自の商品です。(全業態で取扱い)。

(注2) 記載の業態のほか、EC特化業態として、「SOCIAL WEAR」及び「TOKYO DEPARTMENT STORE」の2店舗を運営しております。

現場の社員一人一人がショップオーナーの意識を持ったオーナーシップ型営業と徹底したデータ分析が特徴。

オーナーシップ型営業

弊社店舗運営イメージ

他社店舗運営イメージ

現場主義

本部主導の チェーンストア型

営業職

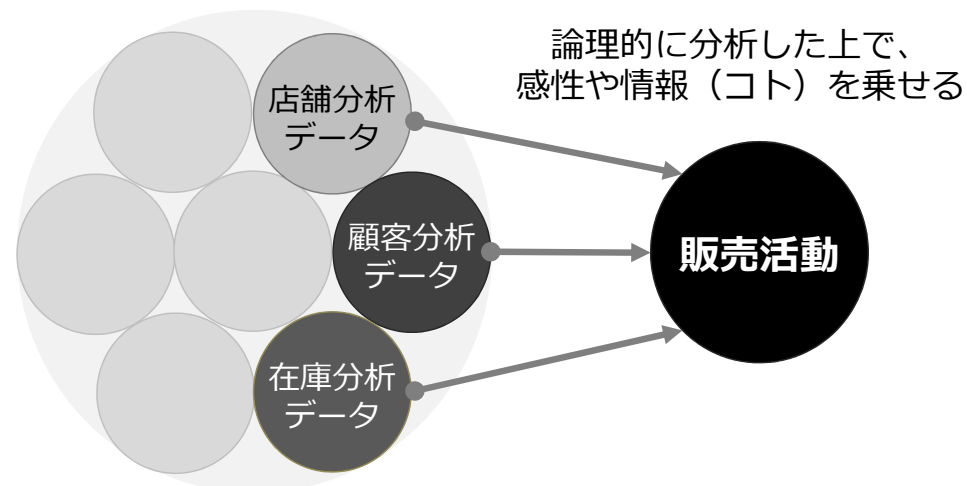
販売・PR
商品仕入・企画
採用・教育
管理
etc.

販売職
販売



- 現場レベルへ大きく権限を移譲、データ分析を重視し、各店レベルでの収支・在庫管理を徹底
- ショップオーナーの意識を持つとともに、顧客目線での対応が可能で、経営的なセンスを有する人材を育成

徹底したデータ分析



弊社の店舗経営における
評価指標

他社の店舗経営における
評価指標イメージ

営業利益

粗利益

在庫回転率

人件費

重視

売上管理

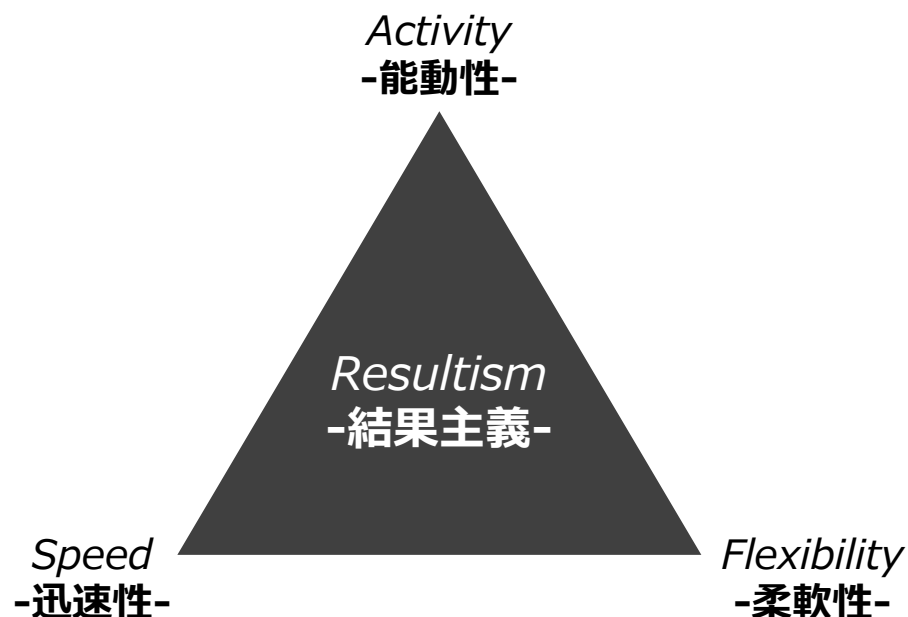
労務管理



現場主義を実現するために、ビジネス感覚の高い人材を採用し育成、高待遇で維持・確保。

人材採用方針

- 現場重視の経営方針を実現するため、自ら能動的かつ迅速かつ柔軟に動き、結果を残す人材を重視



性別や年齢にとらわれない人材評価制度

- 人事制度面、給与、インセンティブでも業界最高水準を目指しており、優秀な人材を採用し、確保、育成

初任給	新卒給与：月給250,000円（諸手当込み） ※2018年4月初任給実績 他、全正社員を対象として、指定エリアに居住で月額3万円支給の「渋谷手当」あり。
賞与	年2回（5月・11月） 原資は営業利益に連動する業績連動型 各個人の半期の実績により分配額が決定
正社員平均給与	554万円 ※2018年2月末時点 「スーパースターセールス」制度により、 1,000万円の年収を得る店舗スタッフも誕生。
正社員平均年齢	28.6歳 ※2018年2月末時点
昇格	定量的な基準で各個人の実績に応じて アルバイト→契約社員→正社員と昇格 （最短で半年程度）