



FROM JAPAN TO THE WORLD

TOKYO BASE

2026年1月期 第3四半期決算説明資料

2025年12月15日

AGENDA

2026年1月期 第3四半期業績結果	・・・・・・・・・・・・・・・・	P3 – P13
2026年1月期 業態別状況	・・・・・・・・・・・・・・・・	P14 – P22

留意事項

※ 本ページ以後、STUDIOUSを「ST」、STUDIOUS TOKYOを「STT」、UNITED TOKYOを「UT」、PUBLIC TOKYOを「PT」、CITYを「CT」、THE TOKYOを「TT」、CONZを「CZ」、RITANを「RT」、JAPAN EDITIONを「JE」と略記（ST業態には「STT」を含む）している場合がございます。

本資料には、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。これら将来展望に関する表明のなかには、様々なリスクや不確実性が内在致します。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。

本資料は、当社の株式の購入、売却等の投資を勧誘するものではありません。

また、各種データ等については細心の注意を払って作成しておりますが、記載情報の誤りや第三者によるデータの改ざん等、本資料に関連して生じる障害や損害について、その理由の如何に関わらず当社は一切責任を負うものではありません。

**2026年1月期 第3四半期
第3四半期業績結果**

2026年1月期第3四半期 連結P/L実績 — Summary —

売上高

159.0 億円

前年比 117.5%

営業利益

10.5 億円

前年比 163.8%

経常利益

9.6 億円

前年比 144.4%

当期利益

5.9 億円

前年比 204.1%

- ▶ 新規店に加え既存店も好調で **3Q単体の売上前期比126.8%** と伸長し、上半期決算時に上方修正した通期売上計画の達成確度が高まった
- ▶ 新規出店店舗が順調にオープンし計画通りの進捗にて営業利益を棄損していないことから、**3Q単体の営業利益前期比215.5%**と前期倍増となり累計を押し上げた

2026年1月期第3四半期 連結P/L実績 (3Q単体)

- ▶ 既存店前期比112.5%に加え、新規出店店舗も全店順調な事で、3Q単体の売上前期比は126.8%となる
- ▶ 売上総利益率は8月実施のファミリーセールの影響で悪化するも、実店舗+ECのみでは前年改善している
- ▶ 一人当たり生産性が向上し対売上高人件費率が低減した事で、販管費率は前期比▲2.5P改善した

(百万円)

	2026年1月期				2025年1月期	
	3Q単体	構成比	前期比	前期差	3Q単体	構成比
売上高	5,611	100.0%	126.8%	+1,185	4,425	100.0%
売上総利益	2,852	50.8%	125.4%	+576	2,275	51.4%
販管費	2,593	46.2%	120.3%	+437	2,155	48.7%
営業利益	259	4.6%	215.5%	+138	120	2.7%
経常利益	281	5.0%	229.7%	+159	122	2.8%
当期純利益	127	2.3%	388.8%	+94	32	0.7%

2026年1月期第3四半期 連結P/L実績 (3Q累計)

(百万円)

	2026年1月期				2025年1月期	
	3Q累計	構成比	前期比	前期差	3Q累計	構成比
売上高	15,904	100.0%	117.5%	+2,369	13,535	100.0%
日本単体 ※1	14,658	---	115.6%	+ 1,981	12,677	---
香港単体 ※2	445	---	239.2%	+ 259	186	---
中国単体 ※3	804	---	91.2%	▲ 78	882	---
売上総利益	8,411	52.9%	118.7%	+1,325	7,086	52.4%
販管費	7,356	46.3%	114.2%	+914	6,441	47.6%
営業利益	1,055	6.6%	163.8%	+411	644	4.8%
日本単体 ※1	1,099	6.9%	115.9%	+ 151	948	7.0%
香港単体 ※2	41	0.3%	---	+ 48	▲7	---
中国単体 ※3	▲85	---	---	+214	▲299	---
経常利益	965	6.1%	144.4%	+ 296	668	4.9%
当期純利益	590	3.7%	204.1%	+ 301	289	2.1%

※1:株式会社TOKYO BASE (日本単体) ※2:TOKYO BASE HK LTD. ※3:東百国際貿易(上海)有限公司

2026年1月期第3四半期 **連結P/L実績（3Q累計）** — 対前期増減要因 —売上高 **159.0 億円** / 前年比 117.5% / 前年差 +23.6億円

増収要因	日本および香港の既存業態実店舗の増収	+17.3億円
	新業態売上（CONZ、JAPAN EDITION、RITAN）	+6.4億円
	EC構造改革実施によるEC売上増加	+3.5億円

売上総利益率 **52.9 %** / 前年差 +0.5p（良化）

良化要因	ファミリーセール実施回数減少（3Qまでで当期1回、前期2回）	+0.5P
------	--------------------------------	-------

販管費率 **46.3%** / 前年差 △1.3p（良化）

人件費	22.1 億円	前年差 △0.6p	一人当たりの生産性向上がベアUPを吸収し人件費率改善
地代家賃	24.4 億円	前年差 +0.1p	実店舗売上の増加があるも、家賃比率はほぼ前年並み
減価償却費	3.9 億円	前年差 △0.4p	中国店舗減少による使用権資産の減少
その他	23.1 億円	前年差 △0.4p	売上増加が固定費の増加を上回り対前年率改善となる

営業利益 **10.5 億円** / 前年比 163.8%

日本	10.9 億円	前年差 +1.5億円	既存店売上高の増加、新規店が順調な売上推移で黒字
香港	0.4 億円	前年差 +0.4億円	新規出店4店舗の先行家賃計上△0.3億円発生
中国	▲0.8 億円	前年差 +2.1億円	前期までの不採算店舗退店により収益性改善

2026年1月期第3四半期 販路別売上（店頭売上ベース）

- ▶ 日本事業の実店舗が、既存店、新規店ともに好調、インバウンド増加も加わり大きく伸長
- ▶ 香港事業は3Qからドミナント展開を開始、UNITED TOKYO 2号店、STUDIOUS 2号店を10月にオープン
- ▶ 中国事業は、中型店への順次移管を推進、3Qに上海太古店の契約更新時に中型店移管し全店黒字化を達成

（百万円）

	第3四半期累計 合計			第3四半期累計 既存店合計		
	26年1月期	25年1月期	前期比	26年1月期	25年1月期	前期比
実店舗	13,433	11,133	120.7%	11,208	10,199	109.9%
日本	12,178	9,872	123.4%	10,426	9,541	109.3%
香港※1	445	375	118.7%	328	243	134.6%
中国	808	885	91.3%	453	414	109.4%
EC	2,494	2,144	116.3%	2,311	2,089	110.6%
その他 ※2	▲23	257	---	---	---	---
合計	15,904	13,535	117.5%	13,519	12,288	110.0%

※1. 香港は店頭売上基準（前期は決算上の香港法人売上高が業務委託収入であり店頭売上とは異なる）

※2. その他項目には、ファミリーセール等の売上および収益認識等の調整分を算入している。

2026年1月期第3四半期 業態別売上（実店舗のみ）

- ▶ 自社ブランド事業は夏場の盛夏MD展開で大きな成果が見られ、全業態とも既存店前期比は二桁増加
- ▶ THE TOKYOは上半期苦戦するも、バイイング精度を修正した25年秋冬商品展開の3Qは既存店前期比119%
- ▶ CITYはブランドリニューアル後、好調を維持しており、3Qには青山に路面旗艦店をオープン

（百万円）

	第3四半期累計 合計			第3四半期累計 既存店合計		
	26年1月期	25年1月期	前期比	26年1月期	25年1月期	前期比
セレクト事業	7,405	5,956	124.3%	5,704	5,502	103.7%
STUDIOUS	5,600	5,033	111.3%	4,882	4,639	105.2%
THE TOKYO	1,226	879	139.4%	822	862	95.3%
CONZ	416	44	945.1%	---	---	---
JAPAN EDITION	162	---	---	---	---	---
自社ブランド事業	6,028	5,176	116.4%	5,503	4,696	117.2%
UNITED TOKYO	3,524	2,840	124.1%	3,296	2,865	115.0%
PUBLIC TOKYO	1,782	1,890	94.3%	1,647	1,391	118.5%
CITY	583	446	130.7%	559	439	127.1%
RITAN	137	---	---	---	---	---
合計	13,433	11,133	120.7%	11,208	10,199	109.9%

※ 連結ベース（日本、香港、中国）の実店舗売上合算値

2026年1月期第3四半期 業態別売上（ECのみ）

- ▶ 値引販売抑制による減収が前期から一巡し、EC売上前年比は自社EC・ZOZOともに二桁成長
- ▶ 今期より開始したシーズン5MD移行の発展途上段階にて在庫が増加した為、10月から4Q末までの期間において、ZOZOでキャリア在庫を対象とするタイムセールを実施し在庫消化を促進していく

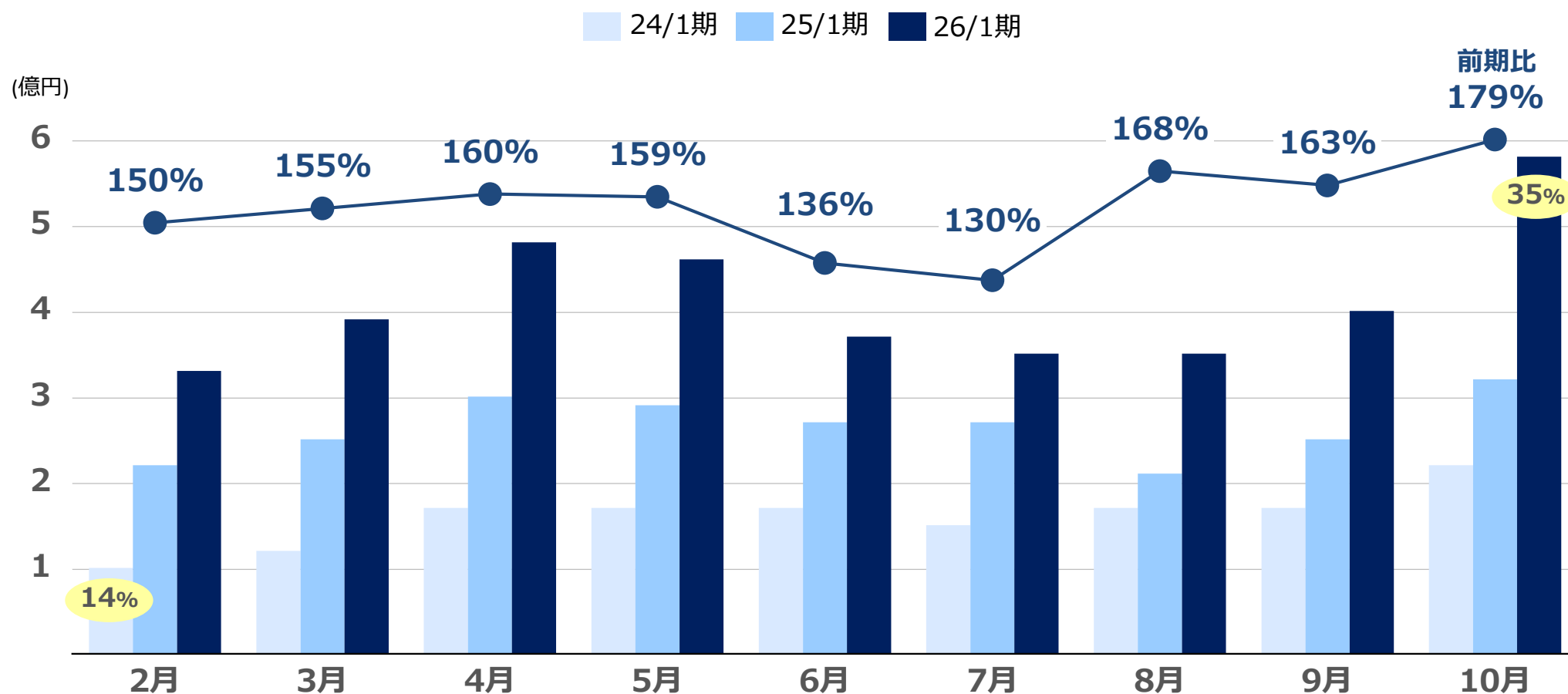
（百万円）

	第3四半期累計								
	自社EC			ZOZO			EC合計		
	26年 1月期	25年 1月期	前期比	26年 1月期	25年 1月期	前期比	26年 1月期	25年 1月期	前期比
セレクト事業	462	415	111.2%	908	789	115.1%	1,372	1,205	113.8%
STUDIOUS	352	320	109.8%	658	623	105.7%	1,011	943	107.1%
THE TOKYO	85	92	92.1%	188	166	113.3%	274	259	105.7%
CONZ	24	2	1,000.7%	61	---	---	86	2	3,472.3%
自社ブランド事業	339	308	110.1%	703	630	111.6%	1,122	938	119.6%
UNITED TOKYO	221	193	124.1%	449	366	122.9%	734	559	120.1%
PUBLIC TOKYO	85	94	94.3%	243	230	105.6%	344	324	101.2%
他（終息店舗含む）	32	21	147.6%	10	33	30.8%	43	55	78.1%
合計	802	724	110.6%	1,612	1,419	113.6%	2,494	2,144	116.3%

2026年1月期第3四半期 国内インバウンド売上実績

- ▶ 実店舗全体の3Qまでの平均インバウンド構成比は、24/1期16%、25/1期24%、26/1期30%と成長を牽引
- ▶ 6-7月に一時的にアジア圏からのインバウンド売上が落ち込むも、8月以降は回復し前期比増加傾向となっている
- ▶ 10月のインバウンド売上額は過去最高を記録し、インバウンド構成比も35%まで高まり出店戦略の効果が出ている

国内実店舗インバウンド売上高(3Q累計)



2026年1月期第3四半期 店舗数増減

	25年1期			26年1月期											
	前期末店舗数			当期出店			当期退店			3Q末店舗数			当期増減数		
	ALL	実店	EC	ALL	実店	EC	ALL	実店	EC	ALL	実店	EC	ALL	実店	EC
日本	74	61	13	19	18	1	2	---	2	91	79	12	+17	+18	▲1
STUDIOUS	30	27	3	2	2	---	---	---	---	32	29	3	+2	+2	---
UNITED TOKYO	17	15	2	3	3	---	---	---	---	20	18	2	+3	+3	---
PUBLIC TOKYO	10	8	2	2	2	---	---	---	---	12	10	2	+2	+2	---
CITY	6	4	2	1	1	---	1	---	1	6	5	1	±0	+1	▲1
THE TOKYO	7	5	2	3	3	---	---	---	---	10	8	2	+3	+3	---
CONZ	4	2	2	3	3	---	---	---	---	7	5	2	+3	+3	---
RITAN	---	---	---	3	2	1	1	---	1	2	2	---	+2	+2	±0
GOOD EDITION	---	---	---	2	2	---	---	---	---	2	2	---	+2	+2	---
香港	3	3	---	4	4	---	2	2	---	5	5	0	+2	+2	---
中国	6	6	---	3	3	---	1	1	---	8	8	---	+2	+2	---
連結会社合計	83	70	13	26	25	1	5	3	2	104	92	12	+21	+22	▲1
米国	1	1	---	---	---	---	---	---	---	1	1	---	±0	---	---
韓国	---	---	---	1	1	---	---	---	---	1	1	---	+1	+1	---
非連結会社合計	1	1	---	1	1	---	---	---	---	2	2	---	+1	+1	---
グループ合計	84	71	13	27	26	1	5	3	2	106	94	12	+22	+23	▲1

2026年1月期第3四半期 連結B/S実績

- ▶ **棚卸資産** 25年春夏シーズンの在庫が若干過多、10月よりZOZOタイムセールで消化促進していく
… 値引率は高めない為、全体の売上総利益率に対する悪化インパクトはほとんど現れない前提
- ▶ **固定資産** 今期方針に基づく国内外でのリアル店舗の出店強化による増加

(百万円)

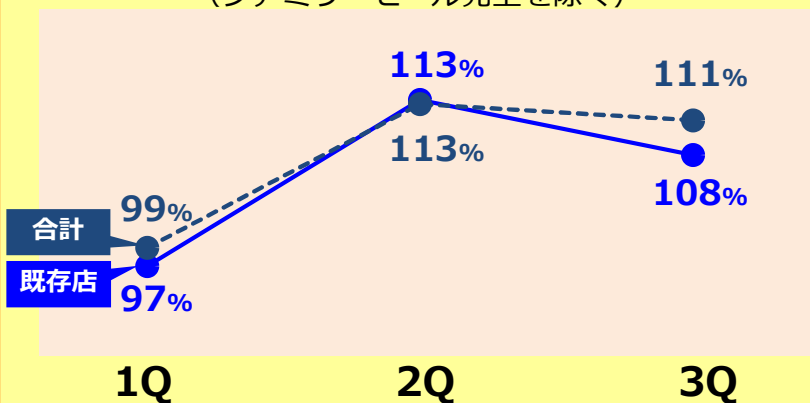
	26年1月期 (3Q末)				25年1月期 (4Q末)		25年1月期 (3Q末)	
		構成比	期初増減	前年増減	(期初実績)	構成比	(前年実績)	構成比
流動資産	10,255	68.6%	+1,913	+1,264	8,341	72.8%	8,990	72.2%
現預金	2,461	16.5%	▲1,207	▲1,044	3,669	32.0%	3,506	28.1%
商品	5,318	35.6%	+2,422	+1,748	2,895	25.3%	3,569	28.7%
固定資産	4,700	31.4%	+1,587	+1,234	3,113	27.2%	3,466	27.8%
有形固定資産	2,601	17.4%	+1,189	+933	1,412	12.3%	1,668	13.4%
差入保証金	1,695	11.3%	+345	+284	1,350	11.8%	1,410	11.3%
総資産	14,956	100.0%	+3,501	+2,499	11,454	100.0%	12,457	100.0%
負債	9,319	62.3%	+2,973	+1,554	6,346	55.4%	7,764	62.3%
借入金	4,821	32.2%	+935	+282	3,885	33.9%	4,538	36.4%
純資産	5,636	37.7%	+528	+944	5,108	44.6%	4,692	37.7%
利益剰余金	4,436	29.7%	+373	+860	4,063	35.5%	3,575	28.7%

**2026年1月期 第3四半期
業態別状況**

2026年1月期第3四半期 業態別状況 — STUDIOUS —

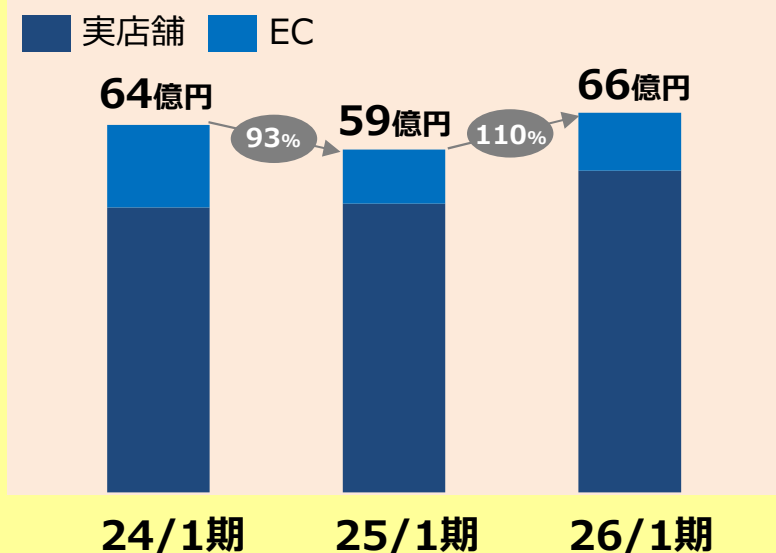
四半期売上高前期比

【非連結事業（NY・韓国）含む】
（ファミリーセール売上を除く）



3カ年売上高推移（3Q累計）

【非連結事業（NY・韓国）含む】

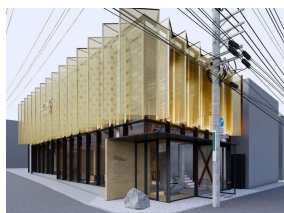


— グローバル展開の加速 —

上半期

- ▶ STUDIOUS TOKYO屋号（グローバル形態）の世界総旗艦店を東京表参道に出店
- ▶ 韓国ソウルで事業開始（3月）⇒ 事業好調につき増床（6月）
- ▶ 中国北京、上海で中国事業再成長型店舗をオープン（ミドルリスク・ミドルリターン型）

ST TOKYO表参道店



ソウル店



北京店



上海店

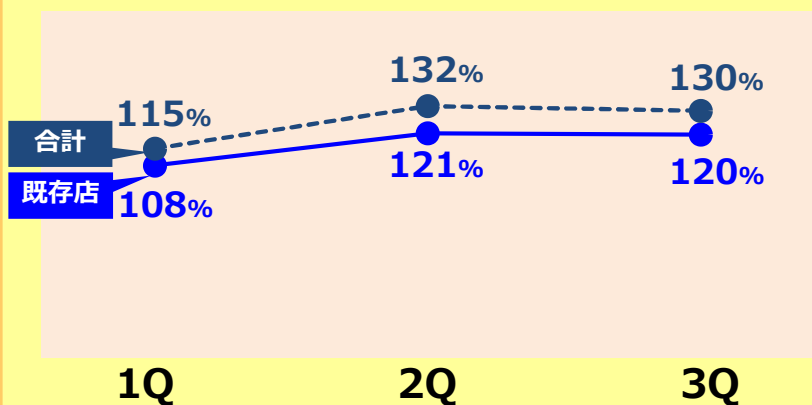


3Q

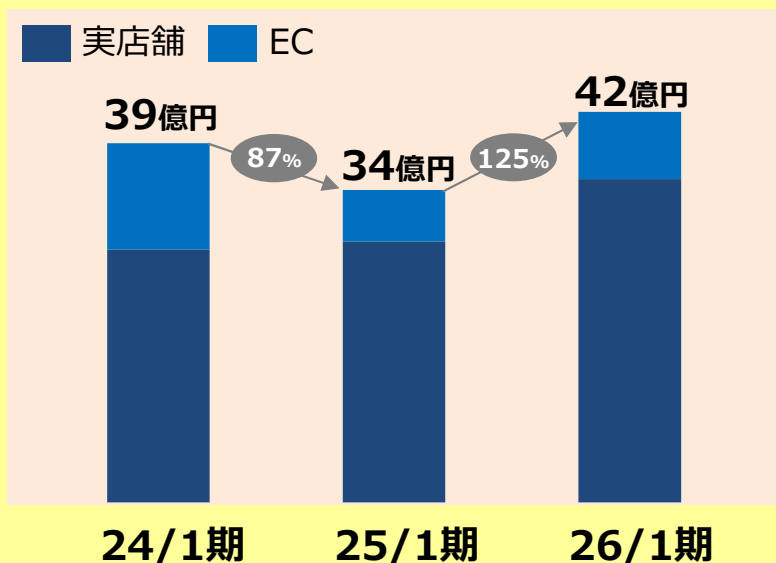
- ▶ 中国事業で10月に全店舗黒字化達成 ⇒ 事業黒字化に目途がたつ
- ▶ NY店が3Q前年比161.5%と伸長、四半期黒字達成
- ▶ 香港事業好調につき2号店目開業 ⇒ ドミナント化へ
- ▶ 国内店舗は路面店中心にインバウンド売上が継続伸長

2026年1月期第3四半期 業態別状況 — UNITED TOKYO —

四半期売上高前期比
(ファミリーセール売上を除く)



3カ年売上高推移 (3Q累計)



— 展開エリアの拡大 —

上半期

- ▶ 神宮前旗艦店を中心に欧米系インバウンド売上が増加
- ▶ メンズは独自ポジションが築けており事業をけん引している
- ▶ 盛夏MDがヒットし、2Q~3Qの既存店が大きく伸長

3Q

- ▶ 都心近郊立地や名古屋・関西エリアへの出店拡大
… 町田店、名古屋ゲートタワー店ともに9月オープン
- ▶ 欧米インバウンド好調につきインバウンドエリア路面店出店
… 京都柳番場店10月オープン
- ▶ 香港UNITED TOKYO店が単体店舗利益率30%強と好調
… 2号店目となるHERITAGE店開業 (10月) ⇒ ドミナント化へ

京都柳馬場通店

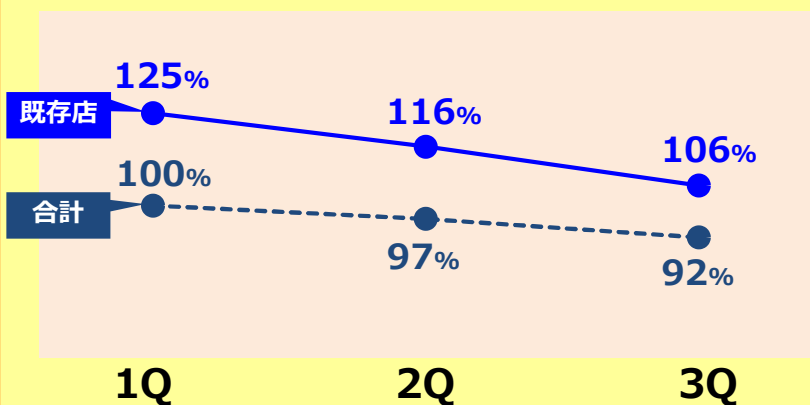


香港HERITAGE店

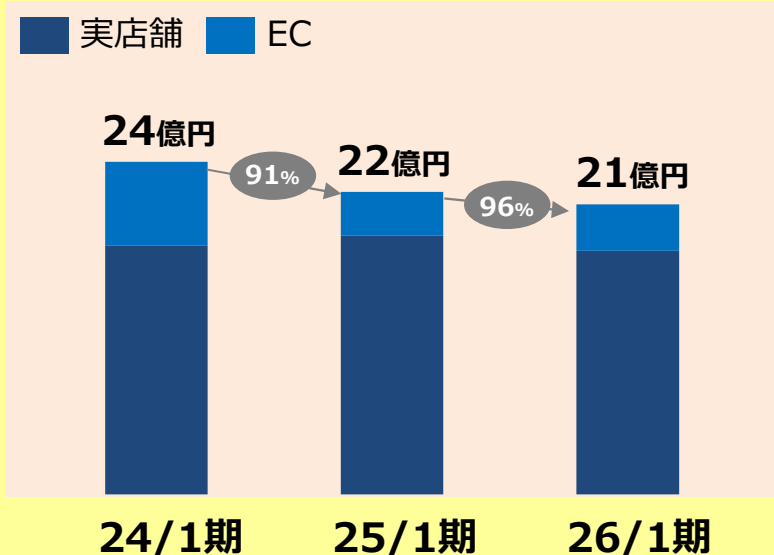


2026年1月期第3四半期 業態別状況 — PUBLIC TOKYO —

四半期売上高前期比
(ファミリーセール売上を除く)



3カ年売上高推移 (3Q累計)



— 上期既存店強化／下期出店拡大 —

上半期

- ▶ 前期末に契約満期で国内2店舗閉店（神宮前旗艦店、丸の内店）
- ▶ 香港店が契約満期で閉店 ⇒ 下期再出店までPOP UP展開
- ▶ 出店端境期となった上期は既存店売上に集中し+20%強の増加

3Q

- ▶ 横浜店オープン（9月）、京都柳番場店オープン（10月）
- ▶ 香港HERITAGE店オープン（10月）
- ▶ 新規出店が重なった3Qは、既存店の人材・商品が若干希薄化
- ▶ 来期上半期に路面大型旗艦店を再出店予定

横浜店

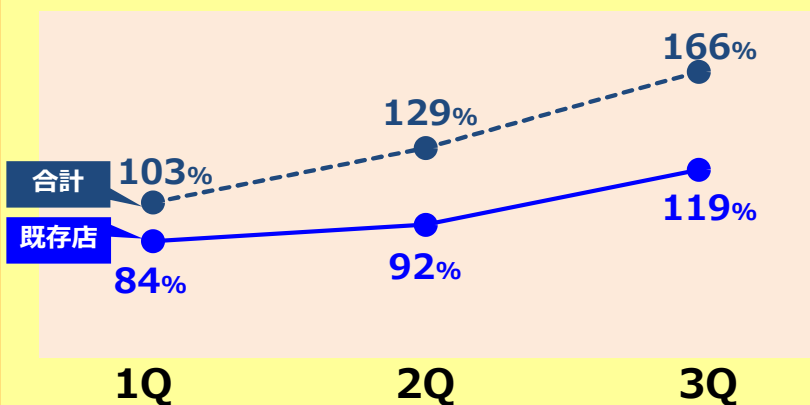


香港HERITAGE店

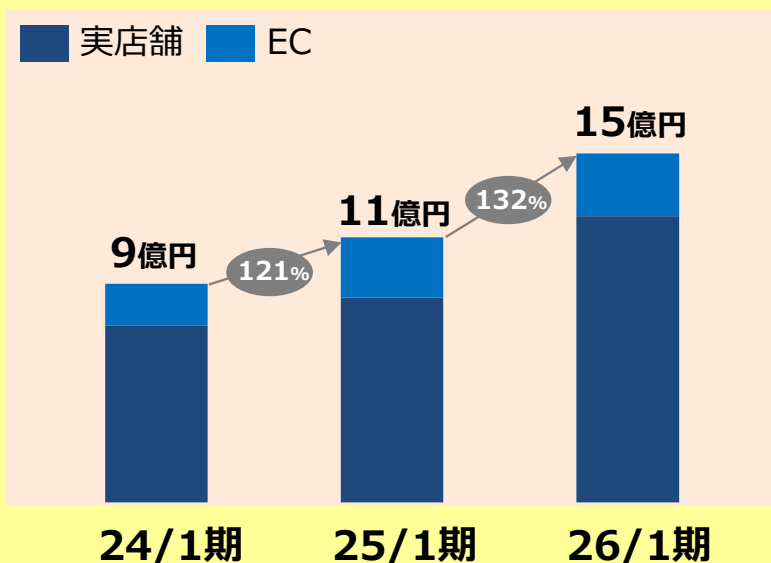


2026年1月期第3四半期 業態別状況 — THE TOKYO —

四半期売上高前期比
(ファミリーセール売上を除く)



3カ年売上高推移 (3Q累計)



— 【成長フェーズ】 大型旗艦店出店 —

上半期

- ▶ 25年春夏シーズンのバイイング精度が低くHIT商品生まれず
… 結果、上半期の既存店売上を大きく落としてしまった
- ▶ 当社初のエリアである銀座に路面大型旗艦店オープン (6月)

3Q

- ▶ バイヤーおよびバイイング体制を刷新した25年秋冬商品は好調
… 商品が入れ替わった3Qから既存店売上は増加
- ▶ 名古屋エリアに138坪の大型路面店オープン (8月)
- ▶ 4Qに海外初出店となる香港HERITAGE店オープン (12月)

名古屋店

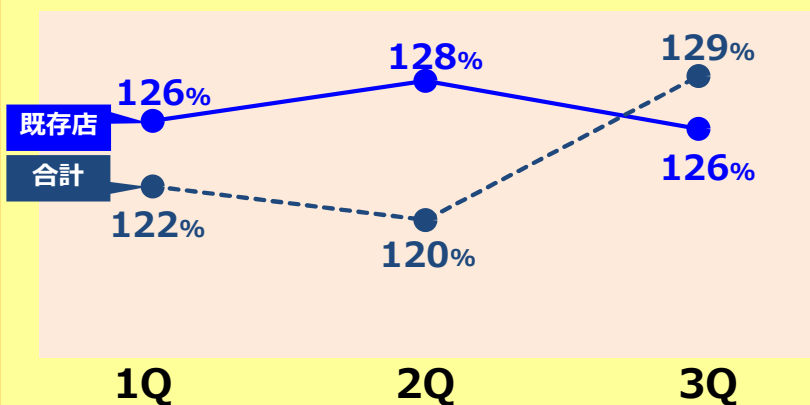


香港HERITAGE店

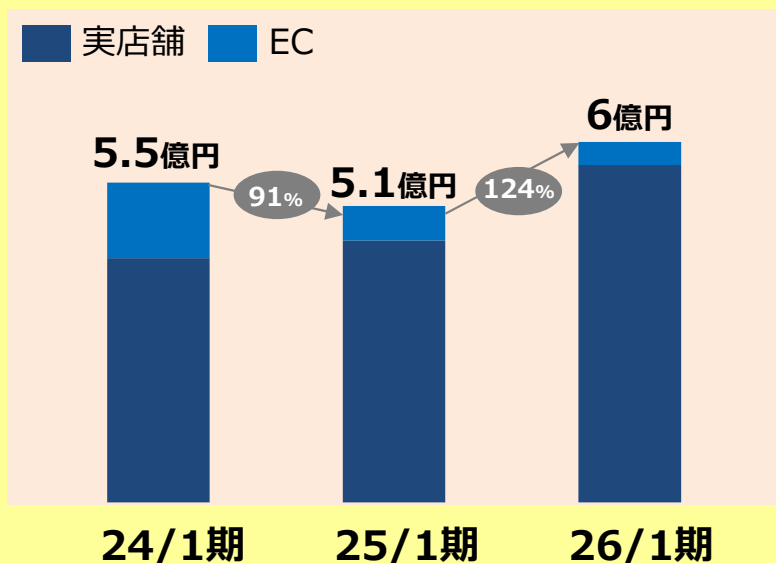


2026年1月期第3四半期 業態別状況 — CITY —

四半期売上高前期比
(ファミリーセール売上を除く)



3カ年売上高推移 (3Q累計)



— SUPER FABRIC BRANDへの進化 —

上半期

- ▶ 前期下期『A+TOKYO』から『CITY』にブランドリニューアル
… ブランド変更がスムーズに完了し、リニューアルで売上増加
- ▶ ブランド価値向上を目的にZOZO店を終息 (5月)

3Q

- ▶ 素材を軸として価値向上を図り、高級化路線を追求していく
… 海外展開できるグローバルブランドを目指す
- ▶ 東京青山に路面の旗艦店オープン (10月)
… ブランドコンセプトが欧米を中心とした外国人観光客に刺さり、インバウンド売上を大きく伸ばす

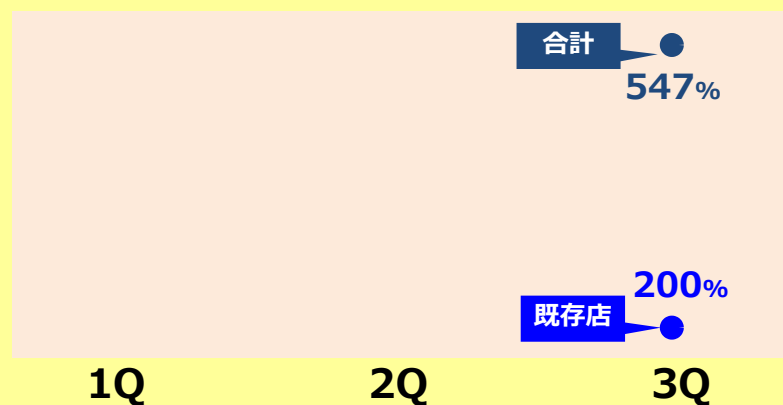
青山旗艦店



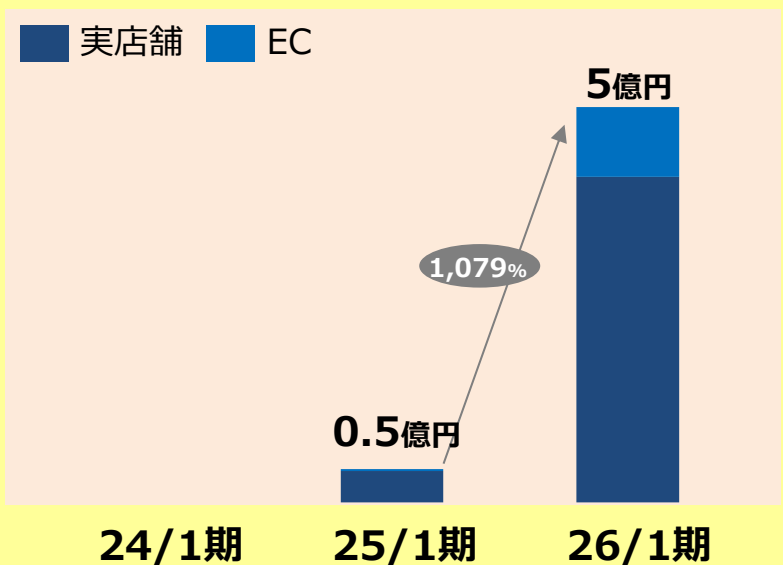
2026年1月期第3四半期 業態別状況 — CONZ —

四半期売上高前期比

(ファミリーセール売上を除く)



3カ年売上高推移 (3Q累計)



— 【成長フェーズ】多店舗展開開始 —

上半期

- ▶ 業態スタートした前期に既に事業黒字化、今期成長加速
- ▶ 展開2年目で早くも海外進出となる上海店オープン (6月)
- ▶ 関西エリア進出となる南堀江店オープン (7月)

3Q

- ▶ WOMENS単独店を原宿に出店しWOMENS展開開始 (8月)
- ▶ MENS/WOMENS複合店を渋谷にオープン (9月)
…狙い通り1店舗でMENS単独店の2倍の売上で推移

WOMENS原宿店



渋谷店



2026年1月期第3四半期 業態別状況 — 新業態開発 —

四半期売上高前期比

(ファミリーセール売上を除く)

n/a

1Q 2Q 3Q

3カ年売上高推移 (3Q累計)

■ 実店舗 ■ EC

3億円

24/1期 25/1期 26/1期

— 【開発フェーズ】 事業黒字化目指す —

RITAN

- ▶ 25年秋冬シーズンより、素材/デザインの幅を広げ、ターゲット層（40代前後）のニーズが獲得できている
- ▶ ターゲット年齢層の購入シェア率上昇に伴い3Q単体黒字化達成
- ▶ 青山店はインバウンドにも高い人気となっている

青山店（1号店）2月オープン



JAPAN EDITION

- ▶ 『GOOD EDITION』から『JAPAN EDITION』へ… JAPANESE CRAFT SPECIALTY STOREとし、雑貨だけでなく、日本の良いモノづくり全体をセレクト編集の対象に
- ▶ 狙い通りインバウンドが増加、特に京都店が顕著に伸長
- ▶ ジャパンデニムの集積がインバウンド層に受けている

京都店（2号店）6月オープン



MISSION

TOKYO BASE

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。

