

TSIH D

# BPRで収益基盤強化

## EC軸に成長戦略を加速

TSIホールディングスは、今期(18年2月期)からスタートした中期5カ年経営計画で掲げた目標達成に向けて、BPR(ビジネス・プロセス・リエンジニアリング)によって収益基盤を強化するとともに、ECを軸にした成長戦略を加速する方針だ。

中計では最終年度に売上高2000億円、営業利益100億円、ROE(株主資本利益率)6.5%を目指す。収益基盤の

強化に向けては、業務プロセスの改善を掲げる。SCM(サプライ・チェーン・マネジメント)最適化の取り組みでは、直接貿易比率の向上も物流コストの削減により、今期は前年比6.3億円の削減目標を設定。第1四半期で1.7億円減らし、今後は他社との連携で店頭に向けた商品の共同配送も検討課題になる(齋藤匡司社長)としている。

マーケティング戦略では、店頭で収集した消費動向などのビッグデータを解析して、購買動向分析やブランド認知分析を行

軸に加速する方針。第1四半期においてグループ全17ブランドでスマートフォン専用アプリを導入した。他社ECサイトとの連携は前期末までに14モデルで実現し、今期に入り更に2モデルと連携。一方、既存の業務フローや内容を見直し、再設計することで収益性を改善するBPRによるEC販売強化策も実施する。

TSIホールディングスのEC販売は今期第1四半期で前年同期比11.9%増。「主力のナノ・ユニバースが旧商品の消化を行ったため6.9%減となったが、それ以外のブランドはトータル24.1%増で堅調に推移した」という。「今期は前半でEC事業への投資を積極的に行い、後半で利益を回収する」構えだ。