

今後の生き残りにはビッグデータやAI（人工知能）、IOT（モノのインターネット）のフル活用が必要です。現在、ビッグデータでブランドごとの課題や競合相手の分析を進めています。敵を知り己を知れば、ブランドごとに戦略投資の効率的な配分や取るべき方向性が見えてきます。AIの実用化でも、業界の

私の ビジネス 日記帳

先駆者たるべく、カラフルボードへの出資により未実現の「埋蔵金250億円」の発掘に挑みます。テストベースでは歩留まりや消化率が劇的に改善し、プログラムの実用化に本格的に取り組みます。市場が縮小するなかで、EC化がさらに進み人件費が高騰すれば、既存店の7割に当たる都心部の高収益店舗しか生

逆襲の狼煙を上げる

齋藤匡司

き残れないと想定してま
す。残す店舗はIOT化
と販売員への積極投資
で、オムニチャネル化を
推進するコト消費の拠点
へと昇華させます。

これまで合理化策を講
じてきましたが、損益計
算書にはまだ無駄がたく
さんあります。特にSC
Mは、直買や海外でのア
ソートや検品、企業の垣
根を越えた共同配送を進
め、これからの3年で20
億円の削減を目指しま
す。

今後も消費者の節約志
向は続くでしょう。上記
を原資に価格を上げるの
ではなく、下げるか、維
持するなら原価率を上げ
、お、値段以上”の価値
を最大化できる企業だけ
が生き残れるでしょう。
ファストファッションは
そこができていますが、
逆に改善余地は我々と比
較すると少ない。だから
こそ客を取り返すことが
できる。中間価格帯アパ
レルの逆襲の狼煙を上げ
るのです。（TSIホー
ルディングス社長）