



「ハフ」は米ポーロ・ケルギーが立ち上げたブランド。現在は齋藤社長が中心に運営している。

米スケーター「ハフ」買収

TSIホールディングス

海外開拓の決め手に

TSIホールディングス(HD)は27日、米ストリート系スケーターブランド「ハフ」を買収するハフホールディングスの株式の90%を取得し、子会社化することを決めた。取得価額は6300万円(約70億円)で、同社の行うM&A(企業合併・買収)としては最大規模。齋藤匡司社長は「ハフは国内外のマーケットで売上高が200億円を目指せるブランド。今回の買収によって、当社が現在推進する中期経営計画の最終年度(22年3月期)に目標とする海外でのアパレル売上高150億円が視野に入ってきた」と強調した。株式譲渡日は12月14日。

これまでハフはTSIHDの子会社ジャックが国内販売権を取得し、15年から販売代理店として運営してきた。2年間の協業を通じて、当社が展開する『ステューシー』ブランドで培った事業ノウハウを投入することで、国内及びアジアを中心に

「ハフ」は米ポーロ・ケルギーが立ち上げたブランド。現在は齋藤社長が中心に運営している。商品価格帯はTシャツが6000円、キャップが5000円、ソックスが2700円、スニーカーが20000円など。TSIHDは

北川民夫

「コアなスケーターファン以外にも幅広いファンを持つブランド。今後はスニーカーの販売を伸ばしていきたいとする。」

国内のハフの直営店は東京・渋谷、大阪・南堀江、名古屋・栄の3店。これら直営店の年間売上高は合計で約4億円。営業利益率は10%を超える。TSIHDは「国内の直営店展開は5年後に30店、30億円を達成する」方針。

海外市場ではアッパーミドル層が台頭するアジア市場での拡大を図るとともに「米国での伸び代はまだある。欧州、中近東でも拡大を狙い、これらの地域での販売を現在の50億円から5年後には70億〜100億円にまで伸ばしたい」としている。中国市場に向けては「2000店で100億円を目指す。既に中国系大手アパレルメーカー、数社と合併による事業展開の交渉を行っている」状況だ。

同社のハフへの期待は高い。

これには日本市場に対する危機感がある。「当社が主戦場とする中間価格帯市場は縮小傾向。消費者の購買動向が今年あたりから急激に変化している。フリマアプリなどで売られる中古品に消費者は抵抗がなくなっているなか、アパレルメーカーとして国内市場で伸ばしていくリスクは高い」と齋藤社長。

その上で「日本のアパレルメーカーの生き残り策として今後インドネシアなどASEAN(東南アジア諸国連合)市場に向けた合併や買収を機動的に仕掛けて、グローバルに成長していかねばならない」とする。同社は今年(18年3月期)からスタートした中計の最終年度(22年3月期)で全社売上高20%増、営業利益率5.0%、海外売上高200億円(化粧品・飲食含む)を目指している。