

TSIホールディングス
ディンクス

3カ年
計画

M&A、組織再編も

海外、無店舗で成長

TSIホールディングスは、来期(13年2月期)から3カ年計画を開始する。中国・アジアを中心とした海外事業や、無店舗販売、M&A(企業の合併・買収)を主な成長戦略に掲げる。組織の再編や物流などの機能の一元化を進める。

アジア事業は、中国で東京スタイルのNBを拡大する。今期から、サンエー・インターナショナルが展開する「シル・スチ

ュアート」を、東京スタイルの現地法人が販売している。来春からは、東京スタイルが国内販売している「ナネット・レボ」の中国・香港での販売も始める。昨午子会社化した中国の婦人服「M・ツボミ」も合わせて、8月末までの店舗数は239、売上高は100億円(小売価格)となった。今後は、東京スタイルがこの間開発した新ブランドや買収したグループ会社のブランド・ショップの出店を進める。

無店舗販売は、サンエー・インターが運営する通販サイト「セレクトソニック」で、東京スタイルのブランドの販売を始めた。昨年度の売上高は、EC(電子商取引)とテレビ通販を合わせて65億9000万円。全売上高の1割を目標に拡大する。M&Aは、今期に東京スタイルでフィット、エレファン、ローズバッド、アルページユを買収した。対応が手薄なF1層(20、34歳の女性)向けの事業拡大が主な目的。国内で2件、海外で1件の案件が進行中で、「ゆくゆくはTSIとしてのM&Aも検討する」(中島芳樹社長)。

来春から稼働する東京スタイルのベトナム工場でサンエー・インターの商品を生産するなど、生産の効率化や共通の素材開発を進める。11月1日からは北青山のサンエー・インターのプレスルームに東京スタイルのプレスルームを移設し、プレス活動を強化する。TSIとしてのブランド開発を進める。11月中に経理部門を一本化し、システム統合を進める。人事制度の一部や、物流機能、事業所の地域や業態ごとの統合、機能会社の一元化などを検討している。