

T S Iホールディングス

16年度は2130億円以上

衣食住テーマに拡大を



三宅取締役

T S Iホールディングスの三宅孝彦取締役は23日、同社で「中期経営計画(2014~16年度)」を発表した。同社は中期経営計画を毎年ローリングしているが、16年度売上高2130億~2230億円、営業利益60億~70億円を目標にする。衣食住をテーマに新しいカ

ルチャ、スタイル提案による新規事業・業態開発で収益を拡大する。16年度は既存事業売上高として国内チャネルで1706億円(13年度1538億円)、E Cチャネル197億円(162億円)、海外チャネル127億円(118億円)と設定。これに新規事業・業態開発の100億~

200億円を加える。三宅取締役は「ほぼすべての事業会社をT S Iホールディングス直下に置く層構造になった。これでフレキシブル&スピーディーな組織体制となり、グループ間競争を喚起できる。親会社として資源を生かした成長戦略(新規領域進出、M & Aなど)を実行していく」と述べた。

今後は収益力拡大、グループ経営力強化、コスト構造改革を推進。収益拡大ではショッピングセンターから「ソーシャルリンク表参道」のような人が集まる場所のプロデュース事業に注力する。国内既存事業はグループ各社に権限を委譲したが、プロパティ消化率の向上が課題だ。海外では中国で「m, t s u b o m i n d」ブランドを拡大するほか、T S Iアジア(香港)が中国以外のアジア

マーケットで拡販する。E Cビジネスはオムニチャネル化を促進する。海外生産は前期、既存の中国生産が減少。アセアン(タイ、ベトナム、ミャンマー、インドネシアなど)と中国東北部が増えた。

消費増税の影響については、3月の駆け込みもそう多くなく、4月の反動減も小さい。3、4月合計では予算に対して順調な推移」と、1997年の増税当時ほどの悪影響はないと予想する。

売上総利益率が改善 T S Iホールディングスの2014年2月期連結業績は売上高1820億円(前期比1.9%減)、営業損失11億円(前期は13億円損失)、経常利益14億円(44.6%増)、純利益11億円(前期は18億円損失)だった。不採算ブランド、店舗の回転で減

取となったが、売上総利益率は50.6%と0.5%改善した。(15日付3面短信既報) 東京スタイルグループは売上高830億円(0.5%増)で、売上総利益率は50.8%と2.7%改善し、営業利益1億円(21億円の損失)と改善した。サンエー・インターナショナルグループは9~11月期の不振が響き売上高988億円(4%減)、売上総利益率も1.3%低下し50.7%、

営業損失は16億円(7億円の利益)となった。ブランド別売上高は「ナノ・ユニバース」が227億円(15.9%増)、「ナチュラルビューティベーシック」が162億円(3%増)、「マーカレット・ハウエル」105億円(16.8%増)、「ロースパッド」98億円(9.5%増)。

今期は売上高1815億円、営業利益25億円、経常利益38億円、純利益5億円を見込む。

オーミケンシ ライフスタイル事業 タオル向け後加工で差別化 「プリマ・ヴィスタ」拡販

オーミケンシのライフスタイル事業部は、売上高の約6割を占めるタオル向けで、同社の加工技術による機能テキスタイルシリーズ「プリマ・ヴィスタ」を展開し、拡販を図る。「プリマ・ヴィスタ」シリーズの高白度練生地「エクストラホワイト」や無蛍光漂白加工生地「ヒュアオ」などの素材も活用していく。また甲殻類から取れるキチ

リンでは、特殊後加工で生地にソフト感とし、ふっくら感を持つたけた柔らかさが特徴の「エクセレントストレッチ」に力を入れる。ふくらみ感が高いため、使用する綿の目付を従来比で2割ほど減らしても同様の厚みを保てるほか、加工コストを抑えられるなど利点も大きい。泉州、今治産地の各1社と秘密保持契約をすでに結んでいる。