

TSIホールディングス  
ディ

# 会社発足後初の増収

## 主力ブランドがけん引

TSIホールディングスの2014年3～5月連結業績は、売上高462億円(前年同期比1.1%増)、営業利益24億円(183.9%増)、経常利益27億円(68.2%増)、純利益15億円(212.0%増)だった。変則決算やM&Aの影響などを除くと会社発足以降初の増収。構造改革の成果も表れ、売上総利益率の1.3%改善や販管費圧縮(2.9%減)で大幅増益となった。

増収をけん引したのは、売上高トップ10の主力ブランドだ。主力ブランド合計の売上高は267億円(14.0%増)、売上構成比57.8%(6.5%増)と好調。不採算ブランドや店舗の撤退による27億円強の減収分を、主力ブランドの増収分(32億円強)が補った。上位9ブランドが増収し、うち6ブランド(ナノ・ユニバース、マーガレット・ハウエル、ローズバッド、アプワイザー、リッシュエニプロポーション、ポデイドレッシング、M、ツポミ)が2けた%増となった。

国内既存店の売上高前年推移(中国展開のM、ツポミ除く)でも、主力ブランド(10.3%増)が全体(5.4%増)を上回り、第2四半期滑り出しの6月は、全体(0.8%減)が落ち込んだが、主力ブランド(2.8%増)はプラスを維持した。

ほぼすべての事業会社を同社直下の子会社とする二層構造に再編し、権限を大幅に委譲することで各社が強みを発揮した格好。三宅孝彦取締役は「引き続き、新規ブランドの積極的展開とともに、赤字でなくとも成長性が見込めないブランドは撤退するなど、スクラップ&ビルドを常に推進していく」考えだ。

第1四半期は計画を上回って推移したが、「夏物セールの動向などで変動もあり得る」として、通期業績計画(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)は修正しない。

今後の成長推進力としては、オムニチャンネル化を加速する。2月末からはマーガレット・ハウエルでEコマースを始動した。先行するナノ・ユニバースでは、ファッション通販サイト「ゾゾタウン」との間で在庫を互イムリーに渡せる物流体制の整備、新業態のレストラン開店など顧客接点の拡大を推進した。

今後はEC専用商品の開発や店頭からの送客強化など、さらなる顧客接点の拡大と囲い込みを進め、売り上げ拡大を図る。