

アパレルトップが語る2015年③

—昨年ほどのよう 既存店の売上高も前年を
な年だったか。 上回っている。ほぼ予定

3〜5月は順調だった した数字を達成できるだ
が、4月の消費増税の影 ろう。

響もあり6〜8月が伸び —グループ再編に
悩んだ。それでも9月以 も着手した。
降はますますの状況で、 昨年の3月と9月の2



TSIホールディングス
会長兼社長

三宅 正彦 氏

回に分けて事業会社を直「ガレット・ハウエル」セルベーカーリー」事業を
接続する二層体制にし「ナノユニバース」ステ開始する。経営統合を終
た。また、事業運営の最 ユーシー」「ローズバツ えても、抜本的な採算改
適化をはじめ不採算会社「ド」などエッジが利いた 善が困難なブランドの廃
の構造改革などで収益力 ものや、キャラクターの 止は今後もある。その一
の向上に努めてきた。親 明確なブランドほど好調 方で多方向にブランドを
会社から権限も委譲し、 だ。 打ち出す。

—構造改革は終わ —EC取引も目標
フレキシブルでスピーデ ったか。 の10%に到達しそ
イーな組織体制を目指 ったか。 の生産シフトも行ってい

し、良い意味でのグルー 子会社のフリーズイン だ。
ブ間競争を喚起、TSI ターナショナルとフィッ 上期で9・6%まで上
ホールディングスの資源 トは今年解散する。フリ 昇した。とはいえ、これ
を生かした成長戦略も進 ーズマート事業はサンエ は平均で、ブランドによ
めている。成果は実って ー・ビーディーへ移管す った数%から30%まで幅
きた。 る。 がある。オムニチャネル
「キャロウェイアパレ 一方で、ペイストリー 化を進め、今後も注力し
ル」「パーリーゲイツ」「マ ショップ」「ドミニクアン ていく。

成長戦略を推進する

ブランドごとではな
く、グループ全体の生産
管理・物流管理を進める

TSI・プロダクション
・ネットワークに集中す
るのが理想だ。プロ・パー
販売比率を高めるが、ア
パレルと小売業界との間
でルール作りも必要だろ
う。

—円安の影響も大
きい。
中国生産はコストアッ
プしており、米沢と宮崎
の自社工場を中心に国内
生産が増えている。また、
カンボジアやミャンマー
といったアセアン地域へ