

TSIグループのEC戦略は？

TSIホールディング Oサイトが16年2月期末
 ス傘下のTSI ECスト でにほぼ出そろい、前期
 ラテジー(本社・東京都 策が機能した。EC化率
 港区・柏木又浩社長は、の低いブランドが軒並み
 グループEC戦略のけん 10%を超えるなど、底上
 引役としてブランド単位 げにつながったことで、
 のオムニチャネルサイト 「ブランドスタッフの意
 (O2Oサイト)に磨き 識が実店舗からECにマ
 をかけるとともに、ネイ 識が実店舗からECにマ
 ティブアプリ化や海外E インドチェンジした「元
 Cモールとの基幹連携で 年」となった。(柏木又
 グループのEC拡大に貢 浩社長)としている。
 献していく。

TSIグループは20 プ内にEC化率が40%を
 22年2月期までの5カ 超えるナノ・ユニバース
 年計画で、EC売上高を や、30%に近いアルペー
 17年2月期実績のほぼ倍 ジュといった指標がある
 となる500億円を目標 ことも奏功。ECではア
 とし、EC化率も前期の ランドや商品の情報をウ
 16%から25%を目指して エア上でいかに伝えるか
 いる。
 現状、グループのEC ースでは商品分類ごと
 は順調に成長しており、 に掲載すべき情報やビジ
 前期のEC売上高は前年 ュアルのあり方を独自の
 比29.4%増の255億 視点で持つため、これら
 円に拡大。商品の店頭受 をテンプレート化してグ
 け取りや取り寄せ(試着 ループ内で使えるメリッ
 予約)などできるO2 Oトがあるという。

前期後半からはスマホ 今期は「イミディエイ
 ファーストに着手してお トとパーソナライズ
 り、今年2〜4月に向け 「オーセンティック」の
 て約20ブランドでスマホ 3つをキーワードにEC
 アプリを開始した。アプ を強化する。イミディエ
 リはメンバーズカードの イトは「速さ」を意味し、
 機能を搭載しており、各 すべてにおいて速度を重
 ブランドの店舗ごとに競 視する。モバイル化時代
 今期はこれをアプリで実 信して再訪問を促すが、
 は本物、信頼性を意味す
 「オーセンティック」
 り上げ拡大につなげる。
 「オーセンティック」
 は本物、信頼性を意味す
 「オーセンティック」
 り上げ拡大につなげる。



主力ブランド「ナチュラ 込みを行い、合計14サ
 ルビューティーベーシッ トとの連携が完了し、今
 ク」のO2Oサイト 期は海外モールも含めて
 基幹連携先を広げる。
 海外は、中国の主要ホ
 組み込むことで成約率が 改善したに加え、顧客
 からの問い合わせや評価 が増えたという。
 「フリースマート」で のため、バイヤーにウェ
 は今期、サイト下部に掲 プ上で卸す仕組みを作っ
 載するインスタ画像の中 た。「Tモール国際」で
 に顧客が撮影した写真も はアウトレット品を活用
 入れていく。実店舗で商 してテスト販売を行って
 品を試着した写真を投稿 きたが、今期は定価の商
 するとポイント付与など の特典を設けることで、
 常に新しい写真がアップ 連携も完了している。上
 されるようにする。
 また、消費者が安心し 期は「Tモール国際」に
 てECを利用できるよう 出店中の「ジルスチュア
 にグループ認定ショップ スチュアート」の2プラ
 の取得を進めており、ゲ ンドで再テストを行い、
 ループO2Oサイトのア 其の結果を受けて下期か
 割程度が取得済みだ。 ら展開ブランドを増や
 す。
 現状は越境EC
 に取り組むが、TSIグ
 ループは中国で生産して
 いる商品も多いため、最
 終的にはローカルの「T
 モール」での販売に切り
 替えていきたい考え。

ECグループ一丸でEC強化へ本腰

5年後EC売上 500億円目標
 TSIグループでは実
 店舗とECの併用客はひ
 で完結するネイティブア
 プリ化を推進し、今秋を
 を送る。この場合、ツ
 「オーセンティック」
 をテストした。

いながらアプリへの切り 替えを推進中だ。
 TSIグループでは実
 店舗とECの併用客はひ
 で完結するネイティブア
 プリ化を推進し、今秋を
 を送る。この場合、ツ
 「オーセンティック」
 をテストした。
 は決済までのスピードが 行する。例えば、アプリ
 大事で、導入を進めるア をダウンロードしたもの
 プリも決済までアプリ内 の起動していないユーザ
 で完結するネイティブア 期は来ベンチャーの画像
 プリ化を推進し、今秋を を送る。この場合、ツ
 「オーセンティック」
 をテストした。
 は前期からマーケティング 倍開封率が高まると言わ
 ズ、人気が高まっていること 倍開封率が高まると言わ
 ズ、人気が高まっていること
 ズ、人気が高まっていること
 ズ、人気が高まっていること

1 to 1対応強化
 ナチュラビューティーベーシッ ク」のO2Oサイト
 基幹連携先を広げる。
 海外は、中国の主要ホ
 組み込むことで成約率が
 改善したに加え、顧客
 からの問い合わせや評価
 が増えたという。
 「フリースマート」で
 は今期、サイト下部に掲
 載するインスタ画像の中
 に顧客が撮影した写真も
 はアウトレット品を活用
 してテスト販売を行って
 きたが、今期は定価の商
 品を試着した写真を投稿
 するとポイント付与など
 の特典を設けることで、
 常に新しい写真がアップ
 連携も完了している。上
 されるようにする。
 また、消費者が安心し
 てECを利用できるよう
 にグループ認定ショップ
 の取得を進めており、ゲ
 ループO2Oサイトのア
 割程度が取得済みだ。
 現状は越境EC
 に取り組むが、TSIグ
 ループは中国で生産して
 いる商品も多いため、最
 終的にはローカルの「T
 モール」での販売に切り
 替えていきたい考え。