

TSIホールディングス

デジタル化さらに推進

ハフ買収 海外売上げにめど



齋藤社長

TSIホールディングスの齋藤匡司社長は、ストリートウエアを展開する米HUFホールディングス（以下、ハフ）の買収で「中期経営計画の海外売上高達成のめどは立った」としながら、「業界は地殻変動に見舞われており、国内アパレル関連

は一段と厳しさを増す」とみる。このため、電子商取引（EC）では自社EC化率の向上を新たに重要経営指標にし、AI（人工知能）とビッグデータ解析による粗利益率改善にも着手する。

同社の中期経営計画は2022年2月期の売上高2千億円、営業利益200億円を目標とする。うち国内アパレル売上高は1250億円、ECは500億円、化粧品・飲食50億円。海外売上高は200億円で、今期の海

外売上高は80億円程度の見通しのため、その差は130億円あった。15日に譲渡されたハフの買収で、日本市場では30億円規模に拡大する計画。「中国市場はパートナーを早急に見つけること」で50億〜100億円規模のポテンシャルがある。米国市場なども70億〜100億円が見込まれ、「合計で150億円以上、さらに上乗せも可能」で、中計の海外売上高達成は視野に入った。ただ、業界は地殻変動

に見舞われている。「若者人口の減少や都市化の進行、家計における衣料支出の低下が続けば、店頭売上高は減る。ECのソゾタウンも廉価品増で客単価が下がり、異業種の参入も相次ぐ。消費者の中古品に対する抵抗感もなくなっている」と指摘。新品を売るビジネスモデルは今後、脅威にさらされる」とみる。

このため、中計ではEC化率25%を目標にするが、「他社サイトは利益率が低い。自社EC化率の向上を重要経営指標に位置付ける」と言う。

販売枚数は同じでも、製販の無駄をなくすこともできる。AIとビッグデータの活用による需要予測で、初回生産、追加生産の精度をアップ、プ

ロパー消化率を上げれば、収益性の改善につながる。「来期から追加生産とマークタウン予測は実装していく。従来のBPR（ビジネス・プロセス・リエンジニアリング）ではなく、AIとビッグデータでBPI（ビジネス・プロセス・イノベーション）を進める考え。さらに顧客データを基にパーソナライズ（CRM（顧客管理）機能強化。都心の高収益店舗を中心にデジタル化投資を進め、次の段階で残りの店舗にも着手する。RFIDは、今期中に「ロースバッド」全店舗に導入。「画像認識できるカメラも検討したい。POSでは入店客数が分からな

い。カメラで来店客数が分かれば、買わなかった顧客も分析対象になる」とデジタル化を推進する。