

T S Iホールディングス

2年で組織構造改革を

プレミアム価格領域強化



上田谷社長

TSIホールディングスは5カ年計画(2018年2月期〜22年2月期)を変えないものの、21年までの3カ年の経営優先順位を変更、20年2月期までにグループ組織の最適化を図る。赤字事業を全期中に根絶し、ホールディングスとグループ会社との機能を見直す。成長事業ではプレミアムプライズゾーンを強

化する。5月25日付で就任した上田谷真一(新社長)が明らかにした。上田谷社長は2社合併、分社化とこれまでの経緯で、間接部門が大きい、グループ全体(二十数社)の経費構造を押し上げた。ホールディングスが主導してきた「数字とロジックによる構造改革は一定の成果を得た」と言う。次のステップとして「各事業会社の経理、サプライチェーンなどは本部長が主導するが、商品、マーケティング、店舗などはそれぞれが主体的に

「個性があり、高くても好きな人に定価販売できるブランド」を一つの目安にして、海外展開を含めて拡大。M&Aも行っていく。婦人服中心だったが、紳士服、服飾雑貨を強化し、収益基盤の安定化を図る。コストといった新規事業は「飛び地的な進出はしない」と考えた。電子商取引(EC)戦略は引き続き自社ECを強化。人工知能(AI)を活用した需要予測は、データの蓄積を進めるが、「人間の手が行き届かない部分を優先して活用」していく。数値目標の変更などは今後発表する。18年3〜5月は減益 TSIホールディングスの2018年3〜5月連結決算は、微増収益となった。売上高は39

1億円と前年同期比0.8%増ながら、2ブランド撤退の評価損、解約違約金などが発生し、営業利益は11億円と34.7%の減益。経常利益14億円(24.4%減)、純利益5億7800万円(49.1%減)となった。(短信既報) ブランド別では「ナフ・ユニバース」が復活、「マール・カレット・ハウエル」「パーティーゲイツ」「ヒューマンウーマン」とブランドの個性が立っているものが好調だった。一方、「ロースパッド」は苦戦が続き、7.7%の減収。サンエー・ピーティのグループで再建する「ステューシー」は19.8%の減収だが、日本企画からクロールバル企画に移行するため、今後は紳士・婦人中心に展開する「アブワイサーリ

「シエ」はトレンドが力を受けた。EC化比率は17%に動いた影響を... 2%だった。