

アパレルトップ インタビュー2019 ③



TSIホールディングス
社長
上田谷 真一 氏

—現在の衣料市場 暖冬で秋冬のコート商
をどう見るか。昨年 戦は厳しく、天候不順の
5月の社長就任に 影響を受けた。しかし、
来、販売スタイルの 気候変動がなくても、当
社のMDサイクルを見直
し、大量に作って売り減ら
すタイミングだったと認
める。

識している。セールの前
倒しやセール期間の横並
び、最近ではオンライン
販売でのセールも加わ
り、値引きありきでMD
を組むしまっている。
つまり、プロパティで購入
している大切なユーザー
に対し、損をさせている。
大量に作って売り減ら
す、最後はセールにかけ
るという負のサイクルを
変えない。セールでも損
をしない価格であれば原
価率が低くなるのも当然
で、適正な原価と売価で
適正な季節に売っていき
たい。できるブランドか
ら着手する。

動きた。物流やシス
テム投資を含め、アパレ
ル業界が変わらなければ
き残れないのは十分分
かっている。利益を出しな
がら、バランスを見直し
ながら、ただコストを
削減するだけでは、

上半期(3/8) イックに組織を変えるの
は増収減益だ ではなく、一つ二つ切り
つた。昨年12月まで 分け、着実に効率化を図
のビジネスを総括す
てい。

—今期のチャネル 別政策については、
良くも悪くも想定内の
別政策については、
チャネル(PE)が主力にな
るケースも多いが、こう
した従来のカセットに
はめ込む必要はない。ま
判断した。こうしたミセ
を図り、実店舗にも送客
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット
を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

脱チャネル戦略にも着手

セールありきのMD刷新へ 脱チャネル戦略にも着手

—上半期(3/8) イックに組織を変えるの
は増収減益だ ではなく、一つ二つ切り
つた。昨年12月まで 分け、着実に効率化を図
のビジネスを総括す
てい。

—今期のチャネル 別政策については、
良くも悪くも想定内の
別政策については、
チャネル(PE)が主力にな
るケースも多いが、こう
した従来のカセットに
はめ込む必要はない。ま
判断した。こうしたミセ
を図り、実店舗にも送客
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット

を絞ることが出来る「ピ
ンキ&タイアン」ポッ
シユ」などで勝負する。
—自社で運営する
電子商取引(EC)
が伸びている。
自社サイトのEC比率
は全体の3分の1になっ
ており、近いうちに50%
を越えたい。ECの
ドを考えたとき、東京ス
を起すだろう。ECの
で展開する。婦人 プラ
ットフォームにも資
金を投入し、使いやす
形にアップデートしてい
る。自社サイトで顧客化
を促している。これもチャ
ネルで区切るのではなく、
士での競合も多い。今後
は、都会的でターゲット