

T S Iホールディングス

構造改革に成果出る

B P Rも1月から着手



齋藤社長

T S Iホールディングスの齋藤匡司社長は14日都内で会見し、「3～11月期連結決算は減収減益ながら構造改革の成果は出ている」とし、科学的分析による価格戦略、デジタルプロモーションへの投資、E C化推進、コスト削減、B P R（業務プロセスの最適化）などに引き続き取り組む考えを示した。（短信既報）

トップ10ブランドの売上高は前年同期比1・4%の増収で、売上総利益

率も1・3%改善し、55・4%となった。ブランド別では「ナノ・ユニバース」「ロースパッド」が苦戦したが、ナノ・ユニバースはゾンタウン用商品供給を強化、ロースパッドは価格政策の見直しとオリジナル商材強化を進める。

構造改革では、科学的分析による価格戦略は主要31ブランド中、上期は12ブランド成功したが、11月末で18ブランドが成功となった。

紙媒体からデジタルプロモーションへの投資シフトは、「デジタル」との関係強化を推進し、S N Sではマーケティング・オートメーションを導入

する。「20～30代の女性はウェブとの接触が多世代より最も長い」と期待する。E CのO 2 Oサイトは20ブランドだが、今期末には全ブランドになる予定で、スマホ対応のアプリ開発も推進。E Cは売上高の10・8%に達している。アジア市場にも広げていく。

コスト削減は今期8億5000万円を見込むが、来期は20億円の削減予定。物流の合理化も進める。

1月から開始したB P Rではソーシャルトレンドをファッショントレンドに翻訳してモノ作りに反映させる社内プロセス

を構築するとともに、セーラー期のプロパー販売施策の最適化、天候に左右されないM D政策も検討する。

成長戦略では国内アパレルのM & A、中国大手アパレルとの提携・合併、ナチュラルコスメ企業のM & A、国内美容チェーン大手企業との提携を進めていく。