

の計
S I 中
T 新

売上高1800億、営業益90億円

「アジアを代表するアパレル」に

TSIホールディングスは、17年2月期方針と19年2月期を最終年度とする3カ年の中期経営計画を明らかにした。既存事業の基盤強化、成長への戦略投資などを基本方針とし、17年2月期で売上高1660億円（16年2月期1672億円）、営業利益30億円（11億円）、ROE（株主資本利益率）2・2%（1・1%）、最終年度の19年2月期では、売上高1800億円、営業利益90億円、ROE5%を目指す。

数値目標とともにビジョンとして掲げたのが、「アジアを代表するアパレルカンパニー」を目指すこと。「本当はグローバルカンパニーとしたかったが、現段階ではおこがましい。まずはアジアで成果を出す」（齋藤匡司社長）方針で、「従来の枠にとらわれない」「面白い」

「日本から世界へ、世界から日本へ」「社員も顧客も取引先も大事にする」といったキーワードのもと、EC強化、海外戦略の加速、ブランドポートフォリオの構築などを進める。

今期は、既存事業については、EC化率を現状の11・8%から12・7%まで高め、直営比率は11%から18・4%に上昇させる。ブランドの廃止・撤退については、前期に12ブランドを廃止したが、今期は撤退基準を不採算から低収益に厳格化。3カ月ごとに進捗をモニタリングし、適宜、収益改善プランを事業会社と協議する。基準としては「営業利益率5%を確保できるかどうか」としている。海外戦略については、中国大手アパレルと合併会社を設立し、17年春夏からの中国市場での事業開始を計画するほか、東南アジア

でも現地有力企業のM&A（合併・買収）も含め、資本業務提携をベースに自社ブランドの拡

販に乗り出す。

一方、企画やクリエイションを強化する。既に2月にホールディングス内にファッションマーケティング室を新設。ソーシャルトレンドを読み解き、ファッショントrendへと翻訳、物作りに反映させる狙いがあり、各ブランド、各事業会社の企画力アップにつなげる考えだ。