

TSIホールディングス

米の100パーセントサービス導入

店のデジタル化を進める

TSIホールディングスは、米国の店舗分析プラットフォームのリテールネクストが提供するリテールIoT（モノのインターネット）サービス「リテールネクスト」を導入し、店舗のデジタル化を進める。

6ブランド10店から

TSIホールディングスは19年2月期を最終年度とする中期経営計画で成長戦略の柱の一つとしてオムニチャネル化を推進しており、今回のリテールネクストは両輪であるべき。EC化と同時に店舗のデジタル化を進めることは重要な経営課題」（齋藤匡司TSIホールディングス社長）とする。日本のアパレル企業でリテールネクストを導入するのは初めてで、日本のアパレル業界が他国や他業界に比べて遅れを取っている



TSIホールディングス社長（右）とアグレイブ・リテールネクストCEO

導入もその一環。前期（16年2月期）から各ブランドのECサイトの立ち上げを急ピッチで進めてきたが、「ECと実店舗は両輪であるべき。EC化と

る「EC、デジタル化のバイオニア」を目指す。

まずは「パーリーゲイツ」「フリーズマート」「ナチュラルビューティーベーシック」「ヒューマンウーマン」「ゴア」「ステューシー」の6ブランドの路面店や百貨店、ファッションビルインショップ10店で8月末から導入する。約半年のテストマーケティングを経て効果の高いブランド、店舗を見極め、他ブランドにも広げる。リテールネクストはシステムだけでなく、専門コンサルタントによるデータ分析からマーケティングまでトータルソリューションサービスを提供する。導入店舗に複数台のカメラを設置し、入店客の性別や年齢を識別する。時間別入店状況やエリアごとの滞留時間などを分析

し、男女別や購入客・非購入客の動線、買い上げ点数別の顧客の動線などを調べることができ、これらのデータを蓄積してVMDや時間別人員配置の最適化などに生かし、既存店舗の売上高や生産性、顧客満足度を高める。CRM（顧客管理）やICTタグとの連携も視野に入れる。リテールネクストは70カ国以上で約300社のクライアントを持つ。ブルーミングデールズやシアーズ、VFコーポレーション、アメリカンパレルなどの取り組み実績があり、導入した専門店では1年で平均6〜8%売り上げを伸ばしているという。アレクセイ・アグレイブ（最高経営責任者）は「小売りはECだけでなく、実店舗の売り上げを高めることも重要であり、店舗での経験をリッチにすることが求められている。そのためにはデータが必要となる」としている。

は「データが必要となる」としている。