

TSIホールディングス ディ

東スタのコスト改革断行

上期中に300店を整理

TSIホールディングスは、業績が悪化している東京スタイル単体で不採算ブランド・売の場の整理や広告宣伝・販促費の削減を進める。並行して、サンエー・インターナショナルグループを含めた主力ブランドへの投資を拡大し、早期の収益回復をめざす。

前期(12年2月期)に連結で68億5700万円の営業赤字を計上し「その最大の要因である東京スタイル単体のコスト構造改革が急務」(山田康夫取締役)という。3月1日現在で約1300店あった東京スタイル

の売の場を上期中に306店舗閉鎖、百貨店向けミセスブランド「ヒステリー」「マイドル」、10年秋からSCを中心に展開していたレディースブランド「ラヴドゥロース&コー」の国内事業など4ブランドを廃止する。上

期に実施する店舗閉鎖によって、店頭人件費を下期で約6億5000万円削減する。中島芳樹前社長就任時に積極化してきた広告宣伝・販促戦略

も見直す。雑誌やビルボード広告を中心に、投資額を下期で前年同期比2億5000万円削減する。加えて、外部委託してきた物流業務の一部を内製化する

などで、販売・管理費全般を削減する。下期も「2ブランド前後の廃止を検討」し、不採算売の場の整理も状況を見ながら継続する。ゾーンごとに四つある事業部もブランド数の減少に伴い、集約する。

並行して、東京スタイルの子会社であるセレクトショップ「ナノ・ユニバース」やサンエー・インターが展開する駅ビル・ファッションビル向けレディース「ナチュラルビューティーベイスック」(NBB)を中心に、収益の柱である主力ブランドへの投資を積極化する。ナノ・ユニバースは前期売上高が148億8000万円(40.4%増)で、TSI全体の中で売上高が最大のブランドとなった。前期に続き、積極出店し、今期は直営店を計50店(前期末36店)とする。NBBはテレビCMの継続を検討する。これらの施策によって、今期は連結営業赤字を5億円に縮小させ、来期に連結営業黒字化をめざす。