



TSIホールディングス  
グループ

## グループのオムニチャネル化推進

# 自社サイトを刷新

TSIホールディングスは、グループ全体のオムニチャネル

化を推進する。15年春に予定している基幹システムの刷新に向け、今春から先行して数ブランドでO2O（ネットと実店舗の相互送客）戦略を強化、すでに成果が出ている。10日には、自社サイトを刷新。単独でのO2O戦略推進が難しいブランドが活用できるプラットフォームを構築し、効率的なオムニチャネル化を進める。

3月のグループ再編に伴い、グループのEC（電子商取引）

新サイト「ミックストットウキョウ」では、システムを刷新してサービスレベルを高めた

事業運営をサポートする新会社ECストラテジー（柏木又浩社長）を設立した。同社がO2O戦略を手掛ける「ナチュラルビューティーベーシック」など4ブランドは今上期（3～8月）、ネットでの売上高が予算を達成、好調に推移している。

10日には、同社が運営するTSIホールディングスの自社サイト「セレクトソニック」を「MIX TOKYO」（ミックストットウキョウ）に名称変更してリニューアルオープンする。他社のECモールでの販売が拡大する中、自社サイトの役割を見直し、違いを明確化し

た。同サイトで扱う全26ブランドの商品の紹介を軸とし、サービスのレベルを上げて「よりブランドのファンに喜んでもらえるサイトを目指す」（柏木社長）。

まず、購入額に応じてサービス内容を変えられるポイント還元（の仕組みを導入、既存会員の離脱を防ぎ、顧客満足度を高める。ネットでの先行受注会の開催や限定商品の優先購入権の付

与など、ロイヤルカスタマー向けのサービスも充実。利用者とは異なる住所へ発送できるギフトサービスも始める。

「ウェブ接客」という考え方で、よりパーソナルなサービスの提供にも力を入れる。顧客特性を分析して効果的なクーポンの発行などを行う新システムや所有する衣類のサイズと商品のサイズを比較できるパーソナル試着システムを導入。来春には

チャットを活用した接客サービスを始める計画で、ウェブ上でも顧客一人ひとりに合わせた接客を行う。

リニューアルに合わせて、より詳細に商品情報を伝えるためのシステムも独自開発した。セレクトソニックから蓄積してきたノウハウを活用、自社で撮影した商品画像に説明コメントを付け、スピーディーにサイトにアップする。