

株主さまと(株)TSIホールディングスをつなぐ

TSI JOURNAL

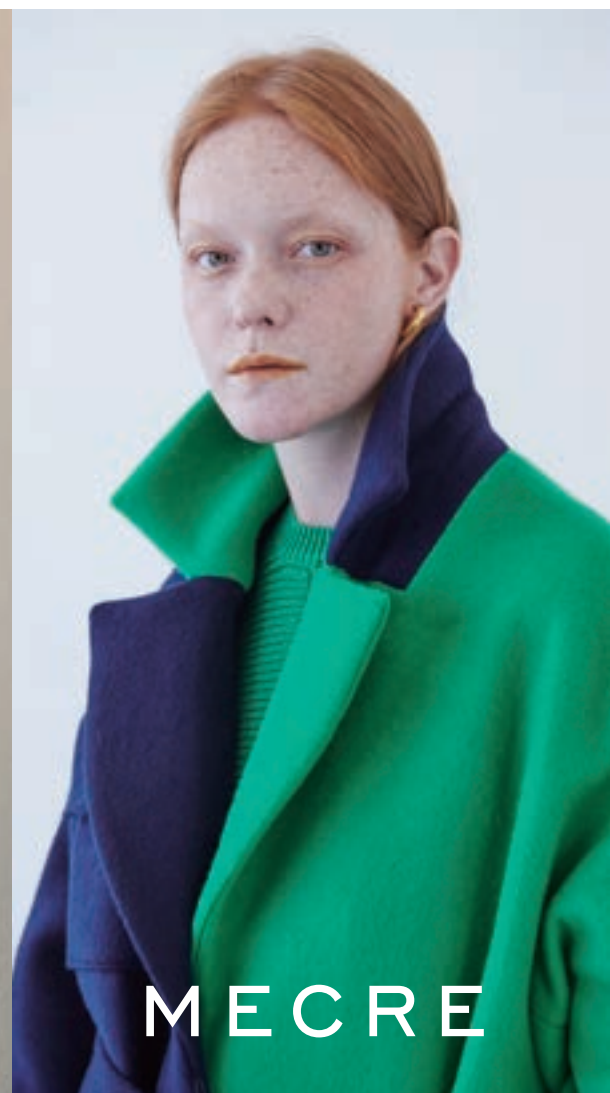
2021

WINTER

証券コード：3608



Schott
N.Y.C.



TSI TopMessage

平素は格別のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。第11期第2四半期の営業概況と今後の取り組みについてご報告申し上げます。

2020年に世界中を震撼させた新型コロナウイルスの感染は1年が過ぎた現在も未だ続いており、4回目の緊急事態宣言を受けて、大変厳しい市況下ではありましたが、全従業員が一丸となって事業に取り組んでくれたお陰を持ちまして、開示予算に対してしっかりとした成果を出せた中間決算となりました。時短営業・休業などに伴い、売上高は未達ではありましたが、値引き、仕入、在庫の調整により、プロパー消化が進み、粗利益が改善、販売管理費も働き方改革や家賃の見直し、物流コストの改善で大きく削減することができました。

また、ゴルフ事業の全5ブランドが非コロナ禍であった一昨年売上、および、今期営業利益予算を大幅超過で達成し、さらにストリートブームを牽引するブランド事業も大幅に躍進、EC中心へいち早くチャネル戦略をシフトしたレディスブランド事業も収益に貢献してくれました。コロナが売れない言い訳にならないことを知恵と努力で証明してくれたものと何よりもうれしく思います。今後も精緻な経営コントロールによって、事業の健全性を高めていくとともに、好調事業群を中心にさらなる事業領域の拡大を目指してまいります。

ファッションがもたらすもののひとつに、社会より先に「洋服」が新しい価値観を提示し、それに社会が追随するという大きな力があります。われわれはどんな状況下においても、そんなファッションの力を信じ、世代や性別を超えて、世の中を元気にできるファッションエンタテインメント企業として、物質的な価値だけでなく、皆さまの生活に彩りを与え、精神的な幸福感をもたらしファッションカルチャーへの啓蒙とTSIの企業姿勢を発信していきます。その第1弾として当社が取り組むモノ作り、元気な店舗、ユニークな才能をもつスタッフ、社会貢献



代表取締役社長 下地 毅 (しもじ つよし)

などについて、私が社員たちにインタビューする「ファッションの力を信じよう」THE MOVIEをスタートいたしました。

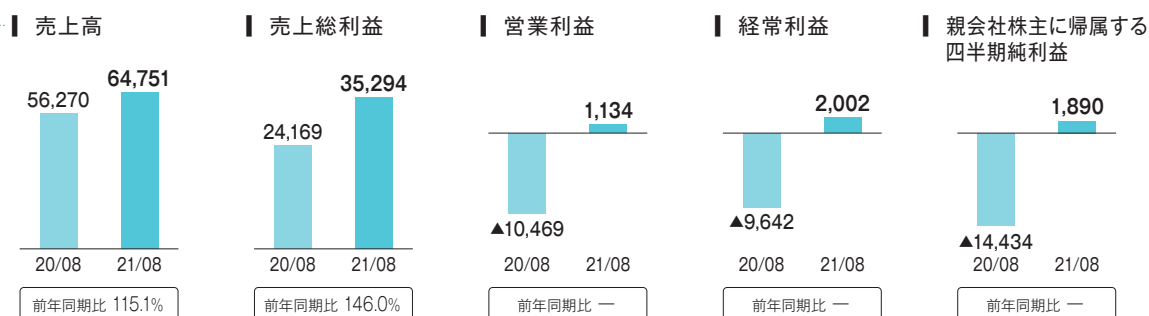
私は株主の皆さまを大切な家族のように思っています。どうか当社をより知っていただき、これからも叱咤激励を賜りますようお願い申し上げます。

「ファッションの力を信じよう」THE MOVIE

ファッションの楽しさを企業メッセージとして打ち出すキャンペーンを展開中。社員一人ひとりの個性と多様性を活かし、ファッション本来の喜びや楽しさをホームページにて発信しています。

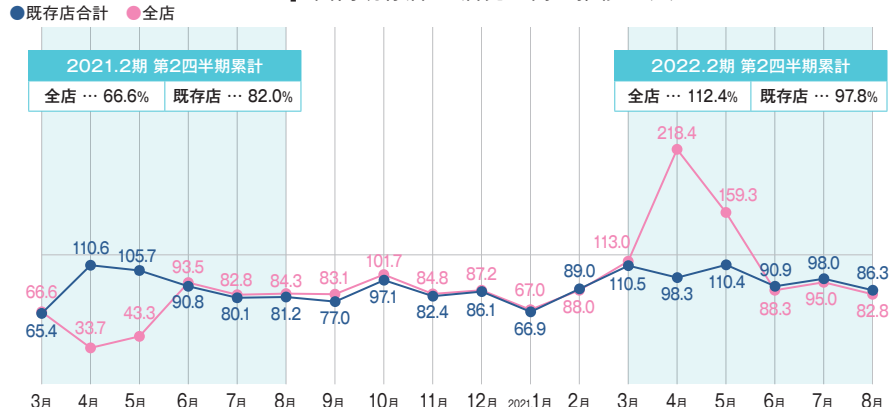


業績ハイライト (百万円)



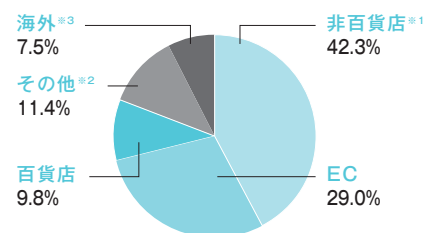
Point 01

国内既存店・全店売上高の推移 (%)



Point 02

販路別売上高



※1 非百貨店：ファッションビル、駅ビル、アウトレット等
 ※2 その他：卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業
 ※3 米国でECサイト「タクティクス」を中心に運営するEfuego Corp社が、2021年第2四半期から連結対象となり、海外売上高に計上しています。

Topic 01

ブランドニュース

D2Cブランド「メクル」が今秋デビュー

MECRE

(株)HYBESは、2021年秋冬シーズンよりD2Cブランド「MECRE(メクル)」をスタートしました。クリエイティブディレクターには、Instagramで約15万人のフォロワーを持つインフルエンサーのMAIさんを起用。SNSを基軸にした発信とともに、ECでの受注を中心に展開していきます。



7月29日・30日に開催した初の展示会



「メクル」 クリエイティブディレクター
MAI さん

個性と自信を引き出すブランドに

洋服は気分が上がり、味方になってくれる存在です。私はさまざまな試行錯誤を重ねる中で、いつしか自分の“好き”を見つけ出すことができ、そして個性や強みになりました。ブランド名には、「私(me)らしさを創造する(creation)」という私自身の体験と想いを込めました。「メクル」の洋服を身にまとうことで、一人ひとりが持つ個性や自信を引き出せる存在となっていきたいと思っています。

共感をつなぐライフスタイルを提案

当社は今年、「一人ひとりの毎日に私らしさの手がかりを見出し、新たなライフスタイルを提案する」ことをビジョンとして掲げ、このビジョンを体現するブランドとして「メクル」を今秋ローンチしました。「エトレトウキョウ」事業で培ったディレクター型D2Cブランドのノウハウを活用し、MAIさんが持つSNSコミュニティを軸にしたライフスタイルの共感を創出するものです。展開に先駆けて立ち上げたInstagramは約1万4,000人の方がフォロー。ファーストコレクションのEC受注では、予算を大きく上回る結果を残すことができました。私たちHYBESは、何よりもファンであるお客様とのコミュニケーションを大切に、ライフタイムバリューの向上のために何をすべきかを見極めながら、会社やブランドが社会にとって必要とされる存在を目指します。



(株)HYBES 代表取締役社長
なかむら すずむ
中村 晋 さん

「メクル」公式サイトは
こちらからご覧いただけます。



Topic 02

ブランドニュース

「アンドワンダー × モンクレール」コラボレーション！ スペシャルコレクションを世界同時発売

and wander

「アンドワンダー(以下、AW)」は、プレミアムダウンの老舗ブランド「モンクレール」とのコラボレーションを実現。2021-22年秋冬コレクションの新作として、9月2日よりAW直営3店舗とオンラインショップ、「モンクレール」の国内外直営店ほかセレクトショップで発売しました。

世界のデザイナーとのコラボプロジェクト「モンクレール ジーニアス」から、デザイナーのセルジオ・ザンボン氏が手掛ける「2 モンクレール 1952 マン」での展開で、今シーズンは「東京」の街に着想したコレクション10型をリリース。このコラボレーションはモンクレール社からのオファーによるもので、セルジオ氏が5年前に旅行で来日した際にAWに会い、ひと目でほれ込んだことがきっかけ。AWとしても世界的なラグジュアリーブランドとのコラボレーションは初めてです。



(株)アンドワンダー
執行役員 デザイナー
いけうち けいた
池内 啓太 さん

(株)アンドワンダー
執行役員 デザイナー
もり みほこ
森 美穂子 さん

アイデンティティを丁寧に表現

お互いの強みや象徴的なアイテムを取り入れる要望以外は、とても自由度の高いコラボレーションでした。ダウンジャケットのレベルの高さはもちろん素晴らしいブランドですし、オファーを頂いたことに限らず、今まで自分たちがやってきたことに評価を頂けたこともうれしかったです。「モンクレール」を愛用される方はAWの機能性や軽量感を、AWのお客様は「モンクレール」が持つ上質感や表現としての遊び心を楽しんで頂けると思います。



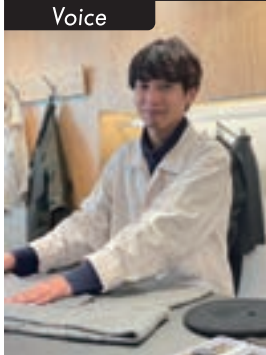
コラボレーションアイテムは
こちらからご覧いただけます。



デジタルで進化する接客 ショッピングがより身近に

昨年より導入したオムニアプリツール「HERO®」によるEC購買率は伸長しているほか、オンラインによる丁寧な接客が安心感を生みだし、顧客価値体験にもつながっています。

Voice



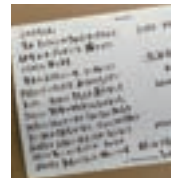
「MHL」代官山店
あきやま こう
秋山 皓さん

ブランドが好きだからこそ

昨年より運用が始まったチャットアプリ「HERO®」を通じて、全国のお客様からさまざまなお問い合わせが入ります。中でも近隣にショップがない方は、サイト上では伝わりづらい商品の色味や素材の質感など、アドバイスを求めています。対話を重ねたのち、基本はオンラインストアが購入ルートになりますが、あいにくネット在庫がなく、当店で通販で対応したお客様がいらっしゃいました。その翌月、同じお客様より再度「HERO®」からお問い合わせがあり、新たにニットをご希望とのこと。商品画像を交えたご提案から購入をお決め頂いたものの、年末も押し迫り、オンラインストアでの日程では年明けの発送になってしまいます。早めの到着を希望されていたこともあり、通販での手配に切り替え、どうにか年内に発送することができました。

そして年明け早々、そのお客様から一枚のハガキが届きました。元旦に届きうれしい年の始まりになったこと、遠方のため商品を手にとることができず、かつコロナ禍で近隣の都市に出かけられないため、チャットのおかげでお買いものが身近に感じたなどと喜びが綴られていました。店頭同様の接客を心掛けているものの、対面とはひとあじ違ううれしさを感じましたね。

私は「マーガレット・ハウエル」や「MHL」の接客が好きで、この会社に転職をしました。だからこそ、なにごとにおいてもお客様が残念に思うことがないように努めています。ブランドのファンであるお互いの気持ちを信頼に変え、これからも自店を選んで頂けるようパーソナルな接客を大切にしていきたいです。



お客様からのハガキ

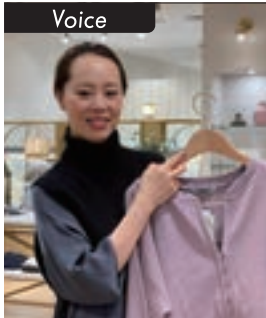
販売員のための新資格 「JASPAセールスプロフェッショナル資格」に5名合格

販売員の能力向上、販売職の長期的キャリア形成促進を目的とする資格で、一般社団法人日本プロフェッショナル販売員協会（JASPA）が2020年に創設したもの。第1回目となった今回、（株）エス・グルーヴから5名が合格しました。

「JASPAセールスプロフェッショナル資格」とは？

販売現場で高い業績を上げ続けられる人材の基本要素「知識・マインド・教養・技能」がバランスよく一体化している人材を「セールスプロフェッショナル」と定義。その技能を資格制度で評価。

Voice



東日本エクスパート課
テクニカルアドバイザー
おちさい あやの
落宰 彩乃さん

最善の接客のために

これまでは現場の上司やお客様から学んできましたが、今回の受検を機に専門的な知識をきちんと学ぶ貴重な機会になりました。トレンドなど常に流動的な部分と、お客様の未来を創造し、最善を考へて満足頂く不変的な部分それぞれの、インプットとアップデートが常に必要だと感じました。接客販売という仕事により自信が持てました。



プロ知識の幅を広げる

受検用テキストを見たとき、自身の知らないことがまだまだあることに気付かされ、接客に限らずアパレル全般について学んでいかなければならないと実感しました。今まで培ってきたスキルやキャリアが試されるという思いもあり本当にドキドキでしたが、合格できホッとしています。

東日本エクスパート課 森 佳奈子 さん



ファッション販売の基礎を再認識

自らの接客を通して購入頂いたお客様の喜びの声を評価とし、モチベーションアップにつながっていました。今は指導することも多く、スタッフの喜びや成長がやりがいにつながっています。ファッション販売の基礎を再認識でき、また合格したことでプロの販売員としての自信や指導面での強みになりました。

東日本エクスパート課 小田 あい さん



指導者にマストな資格

このような機会を頂き、長年やってきた販売職について、自分自身を振り返ることができました。接客における課題も明確になったので、お客様に的確なアドバイスができるように努めます。また、この資格はスタッフへの説得力も高まるので、指導者としては取得するべきだと思いました。

東日本エクスパート課 テクニカルアドバイザー おおくま ゆりこ 大熊 由利子 さん



明確になった販売員像

今まで店頭で身に付けた知識・接客スキルについて再認識し、アップデートすることができたほか、この時代だからこそ販売員としての意義や求められる販売員像を今まで以上に考えるようになりました。また課題点や自身のウィークポイントが明確になるなど、従来の業務では得られない機会になりました。

東日本エクスパート課 テクニカルアドバイザー いしの よしみ 石野 良美 さん

働き方改革により、持続可能な企業成長を実現

TSIホールディングスグループは社員それぞれのライフスタイルに応じ、安全・安心を最優先に働くことのできる職場環境を整備するとともに、社員の健康保持に取り組んでいます。

新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

■ 抗原検査キットの店頭配布

各種検査サービスを提供するICheck(株)と資本業務提携を2021年4月に締結。同年6月下旬より当社グループ直営店を対象に、新型コロナウイルス抗原検査キット「ICheck(アイチェック)」を配布し、就業中におけるスタッフの体調不良や感染の疑いがある場合に使用しています。



■ 自宅療養者向け食料支援

新型コロナウイルス感染症の罹患より、自宅療養を余儀なくされている社員に向けて以下の支援策を実施しています。

非常食用セットの送付支援

「レトルト食品と飲料水セット」、「おかゆセット」、「冷凍おかず弁当セット」の中から希望の1セットを自宅へ無償発送しています。



配食サービス、ネットスーパーの利用支援

感染により外出できない場合における配食サービスやネットスーパーの利用について、当該利用料の一部を支援しています。



✉ 利用した社員からのメール

本日、コロナ支援の物資が届きました。こんなに沢山の食料や水をいただいて、なんと感謝をお伝えしたら良いのかわかりません。コロナになると、外に出ることができず食料の確保が本当に厳しいです。そんな中、こういった支援をしていただけて非常に助かりました。ありがとうございました。

健康課題の改善



近年、仕事や職業生活による強いストレスが原因で精神障害を発病し、労災認定される労働者が増加傾向にあり、労働者のメンタルヘルス不調を未然に防止することが重要な課題となっています。こうした背景を踏まえ、会社による心理的な負担の程度を把握するための検査(ストレスチェック)及びその結果に基づく面接指導の実施の義務化に伴い、当社グループにおいても2016年より毎年ストレスチェックを実施しています。受診結果は職場環境の改善に活用しています。

柔軟な働き方や効率化を推進

働きやすい環境づくりと労働生産性の向上、災害時などにおける事業継続体制の確立に向けた働き方改革に取り組んでいます。昨今、新型コロナウイルス感染症の拡大における全国的な緊急事態宣言の発令に伴い、同改革の一環として国内すべてのオフィスにおいてテレワーク勤務を推奨しています。また、テレワーク手当の支給をはじめ、時差通勤やフレックスタイム制など柔軟性の高い働き方を導入し、従業員一人ひとりが最大限の能力を発揮できる環境の実現を目指します。



北海道上川町と新たな価値を生む地域づくりを目指す 包括連携協定を締結



TSIホールディングスは当社グループが有する多種多様なブランド開発で培ったノウハウと、上川町が持つ豊富な地域資源を融合させ、地域起点の新たなライフスタイルやモノづくりの創出など持続的な発展を目指した取り組みをスタートさせます。

上川町は日本最大の山岳自然公園「大雪山国立公園」や「層雲峡温泉」をはじめとする豊かな自然環境が広がる人口3500人ほどの小さな町ですが、近年は官民一体となり積極的に観光振興や雇用創出などさまざまな地域創生プロジェクトに取り組んでいます。特に力を入れているのは、アウトドア愛好者や自然の中での生活を求める人たちが集う「通年型山岳リゾートタウン」をテーマとした町づくりです。

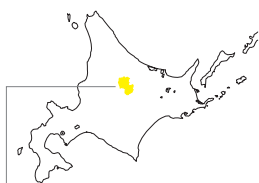
当社はSDGs推進の一環として、上川町の自然遺産や文化の保護に努め、自然をベースとする観光の促進や新たな雇用を創出するためにさまざまな側面から協力してまいります。総面積の94%を森林が占める「林業のまち」でもある上川町の林業従事者を怪我から守る衣服の提供や、熊からの被害を防ぐために環境省とともに熊笹刈払い運動、子どもたちが安心して遊べる河川敷の再生など、森林内作業や観光客、子どもたちの安全、動物愛護などのための環境づくりに尽力していきます。また将来的には森を作り、子どもたちの自然体験の充実やCO₂削減の一助とし、自然と共生するサステイナブルな社会の実現などを目指していきます。

TSIホールディングスは「世界で最も幸せなファッションカンパニー」をスローガンに、アパレル事業だけでなく、人々のライフスタイルを彩るコンテンツの開発も展開しています。上川町との本連携により、今後は今までのアパレル等の都市型事業だけでなく、地域社会との新たな接点を築き、当社グループのブランドがプロデュースする商品や施設の開発による関係人口の増加にも貢献していきます。

これらの活動が当社へのエンゲージメントを高めることも繋がると考えています。

下地社長コメント

上川町の佐藤町長にお会いして、町長の町への愛情、次世代への思い、自然を愛する心に感銘を受けました。また前向きで先進的な思想に共感を覚え、我々もファッションを通じて何か町のお役に立ちたいと強く思いました。子どもたちに向けての“服育”も一生懸命やっています。学校の制服、キャンプウェアなど服でTPOを教えながら、お祖父ちゃん、お祖母ちゃんが大切にしてきた服を子どもたちに繋いでいくリメイク活動なども構想しています。町の皆さんの人生の節目、節目にTSIが存在していけたらうれしいですね。上川町のために小さくても良いので行動し、皆さんの生活に寄り添い、持続可能な循環を作っていきたいと思っています。



北海道上川町

北海道のほぼ中央に広がる日本最大の山岳自然公園「大雪山国立公園」の北方部に位置し、大雪山連峰と北海道第一の河川、石狩川の清流にも恵まれた自然豊かな町。大雪山系の一つ、黒岳への登山口には北海道有数の温泉地である層雲峡温泉があり、大雪山高原温泉の秋は「日本一早い紅葉」が見られる。主な観光施設は、層雲峡温泉・大雪山黒岳スキー場・大雪 森のガーデン・層雲峡オートキャンプ場・大雪かみかわ ヌクモなど。夏はラフティングや登山、サイクリング、冬はスキー、スノーボード、犬ぞり、冬キャンプなど年間を通して多彩なアクティビティも楽しめる。

