

サンエー・インター、9月1日付でカンパニー制復活

一元管理で復調 再び細かな攻め手 事業運営にスピード

サンエー・インターナショナルは9月1日付で組織を再編し、09年1月に廃止したカンパニー制を復活させる。「廃止以来進めてきた全社最適の取り組みが一巡し、再度、領域ごとにきめ細かな攻め手を打つ段階に入った」（三宅孝彦社長）と判断した。6月1日に経営統合した東京スタイルとの連携を海外事業や生産面などで進めながら、「市場ニーズにの機敏に対応でき、ブランド価値を高める体制にすることで、事業会社としてさらなる成長を目指す」。

販路、対象に応じ

販路や対象顧客、分野などに応じて、六つのカンパニーを新設する。

第1カンパニーは駅ビル・ファッションビル向けを主力とするレディスブランド「ナチュラルビューティーベシック」(NBB)、「プロポーションボディレッシング」などで編成する。基幹ブランドであるNBBの「進化したSPA（製造小売業）」としての事業モデルの強さを最大限に発揮し、そのノウハウを他ブランドに生かす組



三宅社長

織」に位置付ける。

第2カンパニーでは郊外を含むSSC向け事業を強化・拡大する。レディスの「アンドバイビーアンドディー」(アンド)、「ヴェールダンス」などに加え、子会社のフリースインターナショナルで運営していたレ

イスのセレクトストア「フリーズマート」を移管する。アンドで培ったSSC向けのMDと店舗運営などのノウハウを活用する。

第3カンパニーは「ナチュラルビューティー」「ピンキー&ダイアン」など百貨店向けキャリアブランド、第4カンパニーは「ヒューマンウーマン」「アドリア」など百貨店を主力販路とし、中心客層の年齢が比較的高いブランドを管轄する。

第5カンパニーは「シルスチユアート」とそのセカンドブランド「シルバイシルスチユアート」、「ダイアンフォンファステンバーク」と今春から販売している「キヤス・キッドソン」など「服以外の商品を充実した生活スタイル提案型ブランド」で編成し、第6カンパニーはゴルフウェアの「パリーリーグイツ」「キャロウェイ」を管轄する。

責任と権限委譲

各カンパニーの下にブランドや業態ごとの事業部を設置、カンパニー長に責任と権限を委譲

して事業運営のスピードアップを図る。併せて、営業本部長で、東京スタイルとの統合会社TSIホールディングスの役員でもある廣瀬啓二取締役を専務に昇格させて「全社的な方針とカンパニーごとの政策が合致できる体制」にする。

カンパニー制を09年に廃止したのは、08年秋に発生したリーマンショックによる市況の急速な悪化を受け、「一元管理によつて全社の力を結集しなければ、勝ち残れない」と判断したため。以降、生産部門の一元化や不採算ブランド・売場の整理などの効率化と主力ブランドへの経営資源集中策を進め、「苦戦していたNBBの売り上げが復調するなど成果が出てきた」ことなどから、「ブランド価値向上に集中できる」としてカンパニー制に戻すことにした。

今期(11年8月期)は東日本大震災の影響で、微増収ながら、営業減益となる見通し。来期(経営統合に伴い、12年2月期に変更)は増収増益を目指す。