

通信販売事業

売上高 **106,606** 百万円
 営業損失 **240** 百万円



当期の業績

カタログおよびインターネットを中心とする通信販売事業の当連結会計年度の売上高は、シェアの高い衣料品および服飾雑貨の苦戦により1,066億6百万円(前期比6.5%減)となりました。

利益面に関しては、原価率の低減および販売費および一般管理費の削減等により前年同期より損失幅が大幅に縮小し、営業損失は2億40百万円(前期は45億97百万円の営業損失)となりました。

今後の見通し

通信販売事業の中のベルメゾン事業については、本格的な構造改革に取り組むことで、成長の基盤を築いていきます。

特に、在庫コントロールの精度を高めることで、機会損失を減少させるとともに、スマートフォンなどのECサイト画面を顧客に合わせて最適化することで、サイト訪問者の購入率の向上を計画しています。また、カタログ販売についても、配布対象顧客を絞り込み、併せて内容も特化させることで、カタログの部数・ページ数は減らしつつも購入率を高めていきます。

そのほか、子会社である(株)ベルネージュダイレクトが販売する機能性表示食品の大幅な増収と、J.フロントリテイリングの通販事業を継承する新会社(株)フィールライフが連結に加わることによる売上増加を見込んでいます。

これらの取り組みにより、次期の当事業の売上高は1,119億30百万円(当期比5.0%増)、営業利益は30百万円を計画しています。

通信販売事業のSWOT分析

強み Strength	<ul style="list-style-type: none"> ● 会員組織と、その声を活かす商品開発体制 ● カタログ、ネット、店舗のオムニチャネルを保有 ● プライダール、保育園などの関連事業を展開
弱み Weakness	<ul style="list-style-type: none"> ● カタログ通販から開始したことによる、ネット(特にスマートフォン)対応の遅れ ● 巨大マーケットプレイス型通販企業に比した物流・IT機能の弱み
機会 Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性の活躍機会の増加 ● 通信販売市場(ネット通販)の伸長 ● 新興国市場で日本製品の販売増
脅威 Threat	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内の少子化 ● ネット通販の参入障壁の低さ(競合多数) ● 商品が競合するグローバルプレイヤーの出現

中長期経営計画
「Innovate for Smiles 2018」重点施策

- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① ブランド力強化 ② EC販売力強化 (スマホ販売体制強化) ③ PBによる販路拡大 ④ シニア層獲得 | + | <ul style="list-style-type: none"> ● 物流・顧客接点でのサービス品質向上 ● J.フロントリテイリング(株)との資本業務提携の推進 |
|---|---|---|

topics

現代のジュニア・ティーン世代の体型に合わせたサイズ展開のファッションカタログ『Junior & Teens』を創刊!

主にジュニアと呼ばれる小学4年生から中学生までのティーンに向けたファッションを取り揃えたカタログ『Junior & Teens』を8月30日に創刊しました。

成長期のこの時期の子どもは体型が特有で服選びのお悩みの多いことがお客さまの声でわかってきました。そこで約20年以上も前に設定されたJIS規格によるサイズ基準から、現代のジュニア・ティーン世代の体型に合わせて女の子のサイズ設定を見直したほか、男の子向け商品は170cmまでサイズ展開を広げ、より体型にフィットする快適な着心地を追求しました。



家事雑貨ジャンルの新ブランド「kusu kusu works」デビュー。機能的価値とデザイン性を両立させた家事道具を販売

9月27日にデビューした新ブランド「kusu kusu works」。「なるほど」と感じる商品に出会った時の「くすっ」という微笑みを追求すべく名付けられたもので、従来から得意としてきた“困りごとを解決する機能的価値”に“洗練されたデザインによる情緒的価値”をプラスした「家事道具」であることが特徴です。

企画段階からデザインの詳細まで、アッシュコンCEPT(株)と一緒に開発を進め、これまでにない商品を生み出し、年間売上6億円をめざします。

スマートフォン用の無料新アプリ『ベルメゾンショッピングアプリ』リリース～オムニチャネル戦略ツールとしてネットと店舗の情報連携スタート～

ベルメゾンのスマートフォン経由による売上伸長を踏まえ、無料新アプリ『ベルメゾンショッピングアプリ』を10月19日にリリースしました。これまで個別に提供してきた商品検索、カタログ、お得情報の機能別アプリを統合し、さらに実店舗との情報連携、会員証機能や店舗購入でのポイント付与、店舗案内などの販促機能も追加しています。

今後も段階的に機能充実を図り、集客効果や受注効率の向上につなげていきます。



「大丸・松坂屋通信販売カタログ」を展開する新会社(株)フィールライフを設立

シニア層へのアプローチの強化を、中長期経営計画の重点施策の一つに掲げる中、J.フロントリテイリング(株)の連結子会社で、通信販売事業を営む(株)JFRオンラインの全事業を2017年3月1日より千趣会の100%子会社として設立された(株)フィールライフが譲受することになりました。(株)JFRオンラインがもつ約30万人のシニア層女性を中心とした顧客基盤を活用することで、30～50代女性を主要顧客とする当社の通信販売事業とのシナジー効果を図っていきます。

