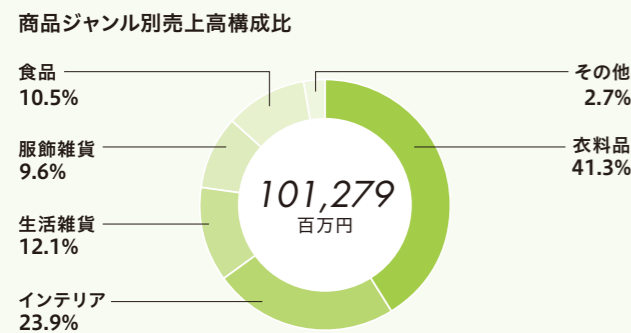
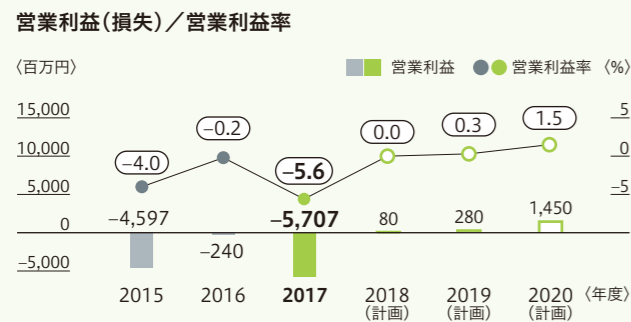
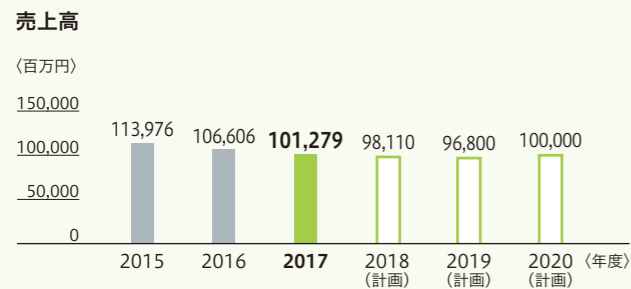


通信販売事業



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1,012億79百万円(前期比5.0%減)となりました。営業損失は57億7百万円(前期は2億40百万円の営業損失)となりました。

利益面に関しましては、カタログ通販の特徴である掲載商品の早期調達および長期販売形態から脱却するとともに、

販売中の商品も適時値下げを実施することで消化率向上を図る等の在庫管理方針を明確化したことにより、商品評価損等が増加しました。

今後の戦略

これまでの総合的に商品を取り扱うビジネスから、ターゲット・提供価値を絞った専門性が高いビジネスユニット(専門店)を複数構築し、多様化するマーケットに選択・集中的に対応する「専門店集積型」のビジネスに転換してまいります。そのうえで、各専門店がグループ会社とのシナジーも含め、各自のマーケットにふさわしいビジネスモデルを構築し、売上・利益の拡大をめざしてまいります。

また専門領域を設定することで、これまで散漫になっていた、千趣会のDNAである「企画力」を集結させ、より差別化された提供価値の創造にも邁進してまいります。これらの実現をめざし、まず不採算ジャンルの縮小・撤退および強化ジャンルの設定・拡大を行い、専門店体制への整理・再編を行います。そのうえで、絞られたジャンルにふさわしい商品調達方法の見直しによる売上総利益率改善と在庫の圧縮、ジャンル特性に合った販売手法の見直しによる販売費の効率化をそれぞれ行い、収益性の改善を進めてまいります。

通信販売事業のSWOT分析

- 強み (Strength)**
 - 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
 - プライダル、保育園などの関連事業を展開
- 弱み (Weakness)**
 - 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)**
 - 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)**
 - 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

「中期経営計画2018~2020」

Topics

暑い季節の主力商品! 汗取りインナーブランド「サラリスト」から汗ジミに特化した、ベルメゾン史上最強の超大汗さん用を新発売

春夏の主力商品として多くの女性に支持される汗取りインナーブランド「サラリスト」シリーズから、3月より新アイテム「汗取りインナー・背中二重フレンチ袖(超大汗さん)」を販売しました。この商品は、接触冷感・吸汗速乾・消臭機能といった同シリーズの標準仕様に加え、①大量の汗に対応するよう背中全面の生地を二重に、②汗を漏らさない3層構造の汗取り脇パッド、③前に大きくなった脇パッドなど、ベルメゾン史上最強の汗対策を備えており、多量の発汗に悩む女性から好評を得ました。

今後も、お客さまの声に耳を傾け、より高機能で快適な商品を提供していきます。



「ベルメゾンネット」をリニューアル、操作性の向上によりお買い物しやすいサイトになりました

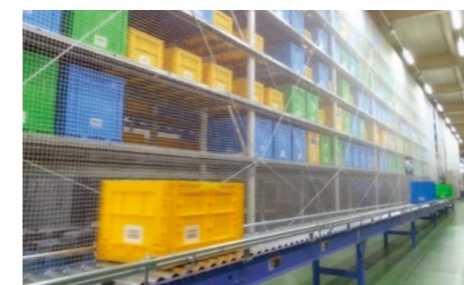
11月、ベルメゾンのECサイト「ベルメゾンネット」をリニューアルしました。今回のリニューアルではお客さまに商品をお選びいただきやすくするために、サイト全体のデザイン統一とともに、色・サイズ選択の操作や在庫状況確認が従来よりも容易にできるようになりました。ユーザインタフェース・ユーザエクスペリエンスが改善し操作性が向上したことにより、購入率も上がっています。

また、お客さまの好みや動線に基づいた商品をご提案するために、お客さまごとに表示するコンテンツを出し分けるエリアを拡大しました。同時期にDMPの本格稼働を始めており、データベースマーケティングを運用する場として今後より一層活用していきます。

大丸松坂屋、一休.comとコラボした高級カタログギフト「Premium&Premium」を発売

6月1日、株式会社大丸松坂屋百貨店および株式会社一休と共同開発したカタログギフト「Premium&Premium(プレミアム&プレミアム)」を発売しました。

このカタログは、厳選したレストランや宿泊・スパ・エステ施設などを掲載した「レストランカタログ」と、百貨店取扱商品も掲載する「グルメカタログ」の2冊がセットになっており、5,000~30,000円の5コースがあります。上質なコト消費中心の商品をラインナップしたことにより、お中元やお歳暮用途のみならず、記念日などのパーソナルなカジュアルギフトでの需要も期待されています。



マルチシャトルシステム

ベルメゾンロジスコの一部株式をSGL社に譲渡、IoTを活用した物流最適化と業務効率化に注力

9月1日、当社の通信販売事業(ベルメゾン)の商品管理・梱包・出荷業務を担う株式会社ベルメゾンロジスコの株式の51%を住商グローバル・ロジスティクス株式会社(以下SGL社)に譲渡しました。これにより、同社は当社の連結子会社から持分法適用会社となります。

この譲渡により、SGL社の物流最適化ノウハウを取り入れ、活用することで、ベルメゾンロジスコの効率化を図り、少量多品種の配送体制を強化します。