

2019年度 第一季度 (2019年1月~3月) 状况总结

本年度是中期经营计划的第二年。为了迎接“国际化生活方式的到来”，今年将是很重要的一年，需要通过孜孜不倦地推进结构性改革来强化企业收益能力。去年，通过将Shaddy株式会社收归旗下，一系列的收购投资在集团间产生的协同效应进一步显现，我司的收益来源在旅游零售业务以外的领域也坚实拓展，多元化发展不断推进。

伴随业务领域的扩大，旅游零售业务的免税店营业收入仅占集团整体的三成左右。但依旧是我司商务的重要起点，这一点没有改变。在旅日游客总数持续增长的环境下，不仅做好团队游客，也确实掌握自由行游客的需求，推出各种各样的促销活动，持续引领旅游零售消费的潮流。在现在成长显著的海外业务上，通过深入进军中国市场，营业收入规模稳步扩大。在集团营业收入占比最高的生活时尚事业上，通过多种多样的渠道，为全球市场提供提供优质的日本商品。这两大业务已成为我司新的收益支柱产业。今后将进一步努力扩大其业务规模。另外，现在尚处于投资阶段的旅游服务平台业务，正在开展结构性改革，不断稳固收益基础，果断地向新业务扩展发起挑战。

各业务板块的开展状况

我司持续在传统的免税业务之上，面向国际化生活方式的实现，推进业务内容的扩大。本所属期间各业务的开展如下所示。

另外，第二季度以后的季度报告书的构成和披露时期正在核查中，一经确定将立即公布。

| 2019年 | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 店铺数合计 |
|-------|----|----|----|----|-------|
| 开店 | - | | | | 38 |
| 闭店 | - | | | | |

※Laos国内免税店铺
开店闭店状况

| | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 2018 | 187,139 | 209,132 | 196,732 | 232,940 | 216,718 | 213,117 | 233,224 | 235,770 | 163,747 | 191,007 | 184,840 | 176,707 |
| 2019 | 178,953 | 180,881 | 217,117 | | | | | | | | | |
| 前期比 | 95.6% | 86.5% | 110.4% | | | | | | | | | |
| 四半期比 | 97.3% | | | | | | | | | | | |

※Laos国内免税店铺 收银台消费笔数

■ 旅游零售业务

旅游零售业务方面，由于春节与上一年相比早了11天，受此影响二月营业收入处于低谷，但是从三月中旬到四月的樱花季节，旅日游客集中增加，三月的收银台消费笔数超过了前年。3月20日在中国最大的电商企业阿里巴巴集团运营的旅游服务平台“飞猪购”内，开设了日本首家免税预约销售店。通过APP从预约到结算均在出行前完成，来日本后，在我司实体店(※1)直接取货。通过这样的便捷服务，为旅日游客提供更方便而有效率的购物体验。此项服务的推出，不仅巩固了团队顾客，还将强化自由行游客和回头客的引流。

※1: 现在由8家门店起步，将逐次扩大。

■ 生活时尚业务

- Shaddy集团于1月在大阪举办了大规模礼品展示会“Shaddy礼品EXPO”，有约150家厂商参加。另外，于3月加入Seven-Eleven·Japan公司网购项目“快消礼品”商品群。开始提供商品以及礼品相关的配套基础服务设施。与正式进入快消礼品市场的Seven-Eleven·Japan合作，力图推进提供新的礼品服务。而且在同月中，在中国最大规模的贸易展示交易平台“绿地全球商品贸易港”和Laos一起作为首家日本企业设立了日本馆。日本馆的开业吹响了进军中国的号角。
- 鞋业集团于3月开业了三家新业态门店“Fountain Blue”，该类门店以“放松和健康”为理念。还开业了一家新型门店“MODE ET JACOMO THE ORDER”，该门店首次同时设置了全程私人订制区。

■ 海外业务

海外业务是我集团业务中成长较显著的一个领域。面向以中国为主的全球市场，除强化现有的B to B贸易业务以外，还致力于成长显著的跨境电商业务。在第一季度中，我司在中国三大电商平台(T-mall、Kaola.com、Suning.com)上开设的旗舰店销售额均顺利增长。活用新一代销售模式“直播电商”，积极开展了介绍日本商品的直播节目等营销活动。另外，面向游客的餐饮店向导APP也开始运营，正在努力招商，扩大注册企业数量。

<http://www.laox.co.jp/ttd/>

■ 旅游服务平台业务

在旅游服务平台业务方面，去年10月开业的完全会员制俱乐部“NEW CITY CLUB OF TOKYO”举办了邀请各界各类知名人士参加的庆祝活动，会员数量也在稳步增长之中。

在千叶海港城，为了进一步提高运营效率，正在策划新的租赁计划。在北九州河滨步道，以打造能够满足从当地民众到来自海外游客的范围广泛的需求的“游乐场所”为理念，运营主题公园。今后还将强化体验型设施的开发。

今后将继续朝着提升集团整体资产价值的目标，通过合并撤销等进行大胆重组，在今年度里构建起确实能够提高收益能力的运营态势。