

2020年1月~3月  
全社トピックス

## ● 各位尊敬的股东 有关Laox集团新冠肺炎疫情防控措施

为了保障广大顾客和员工的安全,Laox集团从1月22日开始为全体员工提供口罩,要求在工作时间必须佩戴口罩,进入工作岗位必须先量体温。此外,设立了危机管理委员会,根据疫情发展及时采取了各项相应的对策。二月以后通过实施错峰出勤和远程办公,努力预防疫情扩大。同时采取门店临时停业和募集自愿离职者等举措,彻底削减成本。另一方面,在中国疫情发展时,充分利用与中国建立起的广泛流通渠道,向中国供应口罩和防护服等防疫物资,并在日本国内各门店销售口罩和消毒液等卫生防疫用品。今后,Laox集团将继续密切关注国内外疫情发展,及时采取灵活的应对措施。积极探索此次疫情平息后如何重振市场,做足战略准备并付诸实施。

### 各业务板块专题

## ① 旅游零售业务

### ▼ 一季度亮点

第一季度期间虽正逢中国阴历新年春节期间,但由于一月末起,新冠肺炎疫情蔓延全球,受此影响不仅中国客人,来自东南亚、美国、欧洲等地的旅日游客均大幅减少,造成Laox门店的境外游客也大幅减少(同比54.9%)。

另一方面,商品战略本部长兼任旅游零售业务本部长,开始着手从根本上进行业务结构改革。面向日本国内顾客改良卖场,并通过各种社交网络积极宣传,为更多的顾客提供口罩、消毒液和非接触型体温计等卫生防疫用品。还推进引入了日本国内扫码支付服务。同时,通过实施尽早关闭低盈利门店、采取临时闭店措施及募集自愿离职者等措施,努力改善收益。

第二季度来,著手为疫情平息后做准备,启动了全面参与中国直播电商项目,积极推进各项准备活动。此外,随着疫情催热“宅经济”,预计日本国内电商需求将趋于增加,因此新成立了强化Laox国内电商的部门等,为确保收益积极开展各项新的举措。

※由于受新冠肺炎疫情影响,多数门店暂停营业,难以与以往数字进行比较,因此此次未公布“收银台消费笔数”,敬请谅解。

## ~新创意店 大阪道顿堀店 6月上旬将隆重开业~



※图片:道顿堀店透视图

Laox公司从去年开始果断推进门店改革,不单纯依靠旅日团队顾客,积极引流日本国内顾客来店购物。去年12月起试营业的道顿堀店就是其中之一。今后,将该店打造成与以往的Laox不同的新创意店的旗舰店,现在正在为全面隆重开业积极准备。

大阪道顿堀地理位置优越,日本本国民众和旅日游客的人流量在日本均名列前茅,我司将充分发挥该位置优势,努力品牌重塑,打造一家让日本本国客人和自由行游客都能愉快购物的门店。



照片:直播电商现场

## ②海外业务

### ～开展新冠肺炎相关防疫物资的出口～

在中国新冠肺炎疫情蔓延扩大的二月份, Laox通过旗下子公司上海恽谊贸易有限公司, 利用我司最大股东苏宁的渠道向中国出口了口罩100万张。在向中国国内10余家地方政府供应口罩和防护用品的同时, 面向普通消费者在天猫Laox海外旗舰店内设立了“防疫商品专区”, 销售除菌湿纸巾和非接触式体温计。今后我司还将积极关注一系列的疫情发展, 灵活机动采取应对措施, 根据状况, 迅速采取包括从中国进口防疫物资等在内的有力行动。



※照片: 出口中国的物资



### ▼一季度亮点

一月之后在中国新冠肺炎疫情不断扩大, 之后蔓延至世界各国, 使第一季度全球性电商需求增长。Laox的贸易、海外电商业务有效利用苏宁集团的销售渠道对中国出口了口罩和防护服等防疫物资。另外, 电动剃须刀和吸尘器等家电商品的贸易, 未受新冠肺炎疫情影响稳定增长, 销售额同比达到上年的113.9%。

今后, 预计经历了新冠肺炎疫情的中国市场, 对高品质的日本商品的需求会进一步高涨。从四月起在苏宁易购平台内的苏宁日本馆更名为Laox日本购, 提升了商品数量, 刷新了页面设计, 以崭新的面貌起航。现在正积极准备, 面向日本其他厂家积极招商, 吸引众多厂家在该平台开店, 以满足中国市场广泛多样的需求。另外, 还计划活用苏宁集团经营的家乐福的供应链资源, 进口海外商品在Laox门店销售, 并向日本国内法人批发等。

## ③商品战略本部

### ～强化集团横向联系的供应链·朝着日本酒出口中国前进～

我司及集团旗下企业榭迪公司的商品部门进一步强化合作, 已开始开展举措共同开拓货源。第一季度以食品厂家为主共和109家新供应商开始交易, 新冠肺炎疫情平息后, 除了在入境旅游零售方面, 还将在满足日本国内顾客方面努力保证商品阵容齐全完备。集团万众一心努力前进。

另外, 在2020年1月28日, 实施召开了“日本酒·中国出口说明会”。有来自日本国内的30家以上酿酒厂家参会。我司计划实施国内外齐头并进的销售机制, 一方面在日本国内门店面对旅日游客销售, 一方面在中国有效利用苏宁集团运营的中国家乐福等实体门店和电商平台苏宁易购获取境外需求。此举获得了众多想进入中国市场却迟迟未能起步的酿酒厂家的热烈反响。而且, 在三月份取得了酒类日本酒出口销售业资质, 正面向拓展中国市场积极准备。我司将把旅游零售业务与海外业务横向打通, 开展贯通型业务拓展。



※照片: 日本酒·中国出口说明会现场

## ④生活时尚业务

### ● 榭迪

#### ～榭迪礼品博览会成功召开～

1月14日至15日,在日本大阪成功举办了“榭迪礼品博览会”活动,日本各地的榭迪经销店和礼品厂家齐聚一堂,两天时间里,共有110家厂商出展,迎来了530家公司计930名客户。活动开场白,由榭迪公司董事长兼总经理罗怡文会长致辞,公布了榭迪公司今后的经营方针,榭迪公司作为新生礼品公司将实现中长期成长,最终确立行业顶级品牌的战略定位。

榭迪公司在第一季度中,对高层领导团队进行了调整,富田载彦就任董事级副总经理兼营业统筹本部长。四月一日,在苏宁易购平台开设了旗舰店。销售在中国国内也备受欢迎的“放心、安全”的高品质日本美妆产品、生活用品和玩具等,约170SKU的礼品类商品,正式起步中国电商业务。今后,还将一如既往优化业务体制,完善经营战略策划,和日本全国的经销店齐心努力,竭诚满足客户的需求。尽到一家礼品行业领先企业应尽的责任。

#### ～富田副总经理就职宣言～



大家好!我是富田。入职榭迪株式会社担任副总经理兼营业统筹本部本部长。最近八年时间,一直在亚马逊日本担任业务部长,积累了家居中心领域、家居时尚领域的相关经验。很想通过这些知识和经验重建并发展日本企业,此次有缘进入Laox集团的榭迪公司,非常荣幸。

榭迪公司的优势在于,历经90年以上培养的礼品公司的经验秘诀、与众多厂家和经销店建立的牢固关系。我将竭尽全力活用这些优势,通过强化有发展前景的电商领域、活用IT的O2O的促进,构建世界通用的榭迪独有的新商业模式,向比以往更多的顾客送去最好的商品和服务。

### ● OGITSU/MODE ET JACOMO

#### ～与休闲鞋品牌的跨界商品上市～

近来,青睐运动装或运动风格元素的运动混搭款式成为时尚流行。运动鞋因其搭配随意及轻便舒适的印象,受到大众广泛的喜爱。

鉴于这一流行,“ing”、“MODE ET JACOMO”、“Riz raffinee”和“Keds”、“le coq sportif”首次合作上市销售跨界运动鞋。



### ● 加古川YamatoYashiki

#### ～改装翻新 特设播磨特产专柜～

加古川YamatoYashiki,从去年12月起对一层化妆品区进行了改装翻新。在第一季度中对化妆品区两个品牌的专柜进行了改装,同时还改装翻新了一层提包柜台、女式杂货柜台和地下副食品区。

提包柜台以“播磨物语”为主题进行改装。以打造能够遇见当地播磨地区“好东西”为理念的门店,销售范围从当地美酒、酱油和小零食等食品到皮革手工艺和帆布等日用品不拘一格。而且,地下副食品区也翻修一新,开始供应各式各样的熟食美味。

※由于日本政府宣布紧急事态宣言,从4/15起暂停营业。地下・1层食品区除外。



※照片(左):播磨物语传单  
照片(右):播磨物语卖场

## ⑤ 旅游服务平台业务

### ● LaOXSCD ~ Chiba Port Town 努力打造受当地民众喜爱的设施~

千叶海港城 Chiba Port Town在关注新冠肺炎疫情发展状况的同时, 举办了各种展销活动和体验活动。力争打造受当地民众喜爱的商业设施。在第一季度, 继一月举办了千叶神乐鼓和狮子舞表演之后, 二月举办了情人节小点心制作体验教室、演唱会、跳蚤市场、英雄展览秀、驾驶讲座等活动。

另外, 还坚持每月两次由LaoxSCD员工开展美化社区清扫活动, 让街道更美丽。今后还将继续为地区社会贡献力量。

※为预防新冠肺炎疫情蔓延, 目前门店的营业日、营业时间均有更改。详情请查询官网的活动信息。



※照片(左): 点心制作体验教室  
照片(中): 演唱会  
照片(右): 社区清扫

#### ~商户信息~

4月1日, Chiba Port Town 3F 新开“公文式 Chiba Port Town 教室”。

辅导日: 每周一、周四  
辅导时间: 15:00~19:00

※辅导班情况请直接联系教室咨询

### ● KUROGI 上海

#### ~KUROGI上海荣膺《黑珍珠餐厅指南》一钻餐厅~

《黑珍珠餐厅指南》是由运营中国美食点评网站的美团点评发布的餐厅评价体系。以烹饪水平、餐厅水准和传承创新为三大评判标准对餐厅进行综合评价。

2020年, 共有309家品质餐厅入选, 遍布上海、北京、香港等22个中国城市以及东京、纽约、巴黎等5个海外城市。我司运营的“KUROGI上海”日料餐厅榜上有名。

“KUROGI上海”作为顶级日料店在当地备受好评。此次在活用应季食材和提供季节料理、传承日本文化的传统烹饪方法、餐厅氛围和服务等方面得到专家们的肯定, 此次喜获“一钻餐厅”殊荣。今后, 我司将继续通过运营“KUROGI上海”及轻奢日料“八十八屋”等, 为广大中国消费者继续提供日本饮食文化以及体验。



### ● Food Creation Works

#### ~召开「GRACE WINE」美酒配美食 知名酒厂晚餐会~

Food Creation Works运营的会员制社交俱乐部“NEW CITY CLUB OF TOKYO”, 定期举办美酒配晚餐活动, 邀请葡萄酒、日本酒厂专业人士到现场为食客讲解。在2月18日的活动中, 特别邀请代表日本葡萄酒顶级水平的山梨县葡萄酒厂“GRACE WINE”的主人三泽先生和酿造师到现场, 为俱乐部的法式大餐选配最好的葡萄酒。当天共有40名贵宾参加, 品味了“Grace Blanc de Blancs 2013”以及大年才会推出市场的“Cuvee三泽”的新酿葡萄酒等稀有品种与美味法餐的完美味觉融合体验。

