

公司整体话题

2020年11月16日饭田 健作先生就任我司副社长 执行董事 C00



简历

毕业于上智大学经济学部经济学科、耶鲁大学研究生院国际关系学科。

在日本驻美国大使馆工作后，在埃森哲株式会社担任战略顾问，为各行各业提供咨询服务。之后，历任沃尔玛日本控股合同会社副总裁、日本玩具反斗城株式会社副总裁 执行董事、迪斯尼日本株式会社副总裁等职，2020年11月起任现职。

我是从2020年11月起担任副社长执行董事C00一职的饭田健作。

我司去年喜迎90周年。能够利用自己常年以零售技术为核心的企业改革经验，带领具有悠久历史的Laox集团开拓明天，我感到非常荣幸。

我认为2021年也将是我司面对市场环境变化需要拿出妥善应对措施以及速度直接决定优胜劣汰的关键一年。我司将在所擅长的高增长近邻海外市场和追求精益求精的国内市场两方面，投入具有高度专业性的多样化人才和最新的科技创新，努力实现较大的成长。

第4季度集团概要

2020年12月期，我司整体业务从期初开始就受到新冠疫情的影响，尤其是在4月至12月期间旅日外国游客数量同比下降高达99.2%的情况下，以我司主营业务的旅游零售业务为首，业绩状况十分严峻。为了应对这前所未有的市场环境变化，我司一整年都在抓紧开展旅游零售业务的结构改革，采取各种举措改善收益体质。另外，在海外业务方面，将经营资源聚焦在海外业务上，以抓住持续旺盛的中国及东南亚市场的需求。在努力之下，海外业务在扩大贸易和跨境电商方面进展顺利。今后还计划作为首家日本企业进入中国济南自贸区等，不仅在我司具有优势的中国市场，并面向东南亚市场，加速扩大业务。在旅游零售业务方面，对于继续营业的门店，正抓紧调整商品阵容，以满足居住在日本国内顾客的需求。生活时尚业务稳步发展，除改善事业收益外，还在有效利用公司优势推进新商品开发。

海外业务

2020年双十一全球狂欢季 销售额创造历史最高纪录

11月1日至11月11日期间，中国最大的电商促销活动“双十一”如期召开。今年，我司摒弃海外业务和旅游零售业务间的屏障，在各个跨境电商平台上开展优惠促销的同时，还立足日本面向中国开展了电商直播等活动。

双十一期间的总销售额，同比增长了34%，刷新了历史最高记录。其中，基于常年交易往来关系而得以实现的与日本大型家电厂家跨界合作定制款温水洗淨座便器销售约1万台，此外日本电饭煲热销约1千台，牙膏双十一当天仅半个小时即销售6万支，双十一期间所备共计约15万支牙膏销售一空。以贴近日常生活的日本商品为主，持续受到中国广大消费者的火爆支持。

此外，我司除在苏宁易购Laox海外旗舰店以外，还在家乐福超市等经销日本酒，不断稳步积累日本酒出口中国的实际成绩。



日本料理在中国备受欢迎 Kurogi上海发展一路高歌

2020年由于新冠疫情的影响，Kurogi上海一度被迫停业。但是，在中国疫情趋于平息后，预约情况也逐渐恢复，七月的进店客人数量创下历史最高记录。备受富裕阶层喜爱的Kurogi上海，之后来店客人数量也稳步增长，现在已成长为上海最高级的日料餐厅，以最难订的日料名店而闻名。

另外，2021年1月16日Kurogi南京店也开始试营业。以与上海店不同的理念，提供根据客人的喜好和要求量身定制的顶级日本料理，让每位顾客享受一段不平凡的美味时光。



Kurogi 上海

海外业务

集团各业务板块话题

关于开展直播电商的举措



位于秋叶原总店的直播间

中国的“电商直播”为全球电商开启了零售新模式，我司从去年3月起在中国开启直播带货，之后，看准今后直播市场需求的扩大，开始立足日本面向中国、越南和泰国开展直播业务。并且，在七月份将秋叶原总店六层进行改造，设置了电商直播专用的直播间。目前定期开展直播活动，本年度中我司总计开展直播达358次，在日本企业电商直播中处于领先地位。

其中，由我司执行董事上海子公司总经理傅禄永和日本各直播商品厂家负责人联袂出演的“中日BOSS直播”在中国时间22点时段播出，尤其大受欢迎。赢得了大量粉丝。来自日本厂家的咨询急剧增加，作为一个新的品牌推广渠道，实绩稳步积累。

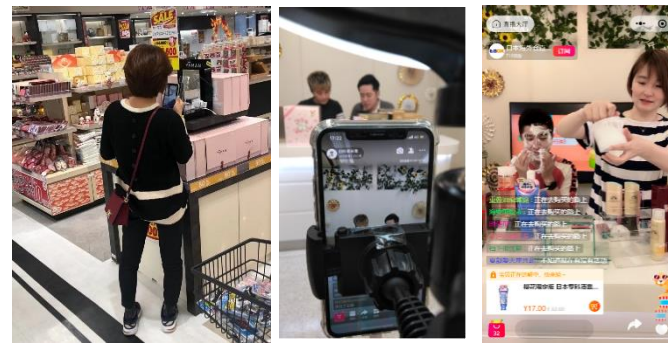


“中日BOSS直播”的情形

强化面向东南亚的举措

2020年8月，在东南亚最大电商平台Lazada内的LazMall开设了印度尼西亚、新加坡、菲律宾、马来西亚等四国站点的海外旗舰店。在不断扩充商品和改善运营的同时，取得了大大超出预期的好成绩。今后，我司将加快向其他国家站点的水平拓展，进一步加快销售规模。

另外，还开始面向泰国、越南进行电商直播。今后除了我司强项中国市场以外，还将加强面向东南亚市场的战略布局。



旅游零售业务

集团各业务板块话题

Laox 道顿堀店 畅销商品介绍 Laox道顿堀店不仅经销精挑细选的日本食品，亚洲食品、当下流行的韩国美妆和中国美妆也一应俱全。现在正为广大消费者特设了情人节商品专柜。

欢迎借此机会来店参观选购！！

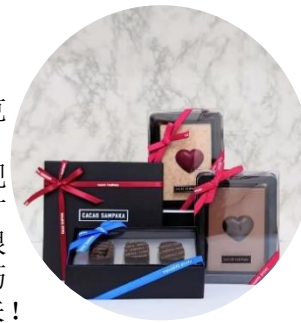
JUNG SAEM MOOL (韩国彩妆大师)

韩国彩妆师界大师郑瑄茉(Jung Saem Mool)的同名彩妆品牌。网红气垫粉底遮瑕效果好、不脱妆，是韩国极具人气的美妆产品。



CACAO SAMPKA (西班牙皇室御用巧克力)

西班牙皇室御用巧克力“CACAO SAMPKA”绝品质感和可爱外观很受欢迎。现在为广大顾客准备了多款限期销售的人气品牌巧克力，欢迎您的到来！



泰国食品(方便面、杯装泰式酸辣虾汤及其他)

泰国的即食方便面等，在家就能轻松享受美食的食品目前很受欢迎。不仅有泰国食品，中国、韩国的食品也品种齐全！



从2月10日起，在【Laox-酒水专卖店JA NO ME电商网站】除了日本酒、精选大米以外，新增以韩国美妆为主的化妆品，并经销期间限定的巧克力等应季商品！<https://www.laox-online.jp/>



“天气之子”展 大阪会场 in Laox道顿堀店 决定召开！

2021年2月27日至5月9日，在Laox道顿堀店(道顿堀ZERO GATE)三楼展示区，将举办著名动画导演新海诚最新作品《天气之子》的展览会。《天气之子》动员总观影人数达1000万名，票房收入突破140亿日元，是获得2019年日本电影票房冠军的热门作品。本次展览中，将展出以原画、美术背景为主的约400件以上的珍贵制作资料，可以让观众进一步感受作品的魅力。另外，特设了能够学到该作品核心主题“天气”方面知识的学习角，通过日本气象协会协助拍摄的影像和实际天象观测器，让大家对作品描写的世界有一个更深刻的认识。本展会上还计划销售多款原创纪念商品。这些源自作品灵感而创作的各种跨界纪念品也会让大家爱不释手。衷心欢迎大家到场参观！

Laox道顿堀店(道顿堀ZERO GATE) URL: <https://www.laox.co.jp/dotonbori/>

生活时尚业务（礼品销售业务）

集团各业务板块话题

2020年年末送礼趋势

2020年年末传统赠礼，受新冠疫情的影响，政府提倡就地过年、自律返乡，使得“返乡年礼”需求增加。特别是，在家中阖家享受的西式糕点、肉类、产地直送的商品等销售高涨，年末送礼订单超过上年。Shaddy公司为了满足这些需求，全年时间一直在追求、提出让顾客满意的自主品牌商品和甜点的开发方案。疫情限制下居家时间增多的今天，欢迎选购这些甜点，在家中慰劳一下自己吧。

想馈赠亲友的甜品“Patisserie Present”



“Patisserie Present”是由专营了90年以上礼品业务的Shaddy公司推出的完全原创西点品牌。

从去年12月起销售的Patisserie Present品牌“-极品-浓厚脆皮芝士蛋糕”，在12月限量推出了1000个，立即销售一空，成为超人气商品。从2021年开始，“-极品-黑巧克力”将崭新上市。“想让自己关心的人快乐”，用赠礼的形式去传达这一情感，礼品专卖店基于此理念开发而成的“想馈赠亲友的甜品”，请务必试试。

赠礼援助公益活动#马上送礼给他/她吧
收到大量报名应征者！

报名应征者发来众多令人欣喜的反馈声音。

“全家人都十分高兴”

“平时不知如何去表达感谢心情，借此机会送给母亲”

“希望永远不要忘记心怀感谢之情”

正因为现在无法直接见到自己最关心的人，所以我司推出了“#马上送礼给他/她吧”赠礼援助公益活动。用“赠礼”的形式来帮助大家表达感谢的心情和送去鼓励。

去年6月至7月实施的第1拨活动备受好评，于是满足广大顾客呼声，第2拨活动从11月6日开始募集，至12月10日为止共收到约5000名应征参加者。非常感谢大家踊跃的参与。

生活时尚业务 (女鞋业务/加古川Yamatoyashiki)

集团各业务板块话题

举办2021年春夏商品展示会



10月20日至10月22日三天时间, 面向百货店采购人员举办了2021年春夏商品内览会。主题是“Staple Park: 心中永远的公园。心情愉快、放飞自我的老地方”

对于新商品和高品质细致的制作, 得到交易客户的一致好评。另外, 本次展示会还提出保护自然资源的倡议, 使用SDG s 名片 (由环保材料制成的名片) 及提供HAVARY's Water (日本首创纸盒包装天然水) 等, 在企业价值观方面也得到较高的评价。

加古川Yamatoyashiki, 秋季展销活动进展顺利



10月23日至11月3日期间, 在加古川Yamatoyashiki举办了“秋季大北海道商品展”。由于计划在春季举办的“春季大北海道商品展”停办, 所以时隔约1年后成功举办。

作为预防新冠疫情蔓延的措施, 对会场进行了扩大。在全力确保社交距离的情况下成功召开。当地民众盼望已久的“秋季大北海道商品展”吸引了众多顾客到场, 销售额创下历史最高纪录, 同比增长了24.5%。另外, 新冠疫情严重以后, 面向无法来卖场的老客户, 强化了外送服务, 得到了大家的好评。

旅游服务平台业务 (S·A·P)



S·A·P公司主要以被指定为世界遗产和文化遗产的日本代表性历史遗产为舞台, 开展音乐会、古典艺术、民族艺术的演出、演讲会等的企划和制作。2020年度因新冠疫情的影响, 多数活动被迫取消。但是10月至12月的第四季度中, 在富冈制纱工场(群马)、长谷寺(奈良)举办了各种活动, 为提高日本的文化和艺术影响, 做出了贡献。

※举办这些活动时, 最大限度实施了防疫措施。