

2020年1月～3月
全社トピックス

● 各位尊敬的股東 有關Laox集團新冠肺炎疫情防控措施

為了保障廣大顧客和員工的安全，Laox集團從1月22日開始為全體員工提供口罩，要求在工作時間必須佩戴口罩，進入工作崗位必須先量體溫。此外，設立了危機管理委員會，根據疫情發展及時採取了各項相應的對策。二月以後通過實施錯峰出勤和遠程辦公，努力預防疫情擴大。同時採取門店臨時停業和募集自願離職者等舉措，徹底削減成本。另一方面，在中國疫情發展時，充分利用與中國建立起的廣泛流通渠道，向中國供應口罩和防護服等防疫物資，並在日本國內各門店銷售口罩和消毒液等衛生防疫用品。今後，Laox集團將繼續密切關注國內外疫情發展，及時採取靈活的應對措施。積極探索此次疫情平息後如何重振市場，做足戰略準備並付諸實施。

各業務板塊專題

① 旅遊零售業務

▼ 一季度亮點

第一季度期間雖正逢中國陰歷新年春節期間，但由於一月末起，新冠肺炎疫情蔓延全球，受此影響不僅中國客人，來自東南亞、美國、歐洲等地的旅日遊客均大幅減少，造成Laox門店的境外遊客也大幅減少（同比54.9%）。

另一方面，商品戰略本部長兼任旅遊零售業務本部長，開始著手從根本上進行業務結構改革。面向日本國內顧客改良賣場，並通過各種社交網絡積極宣傳，為更多的顧客提供口罩、消毒液和非接觸型體溫計等衛生防疫用品。還推進引入了日本國內掃碼支付服務。同時，通過實施盡早關閉低盈利門店、採取臨時閉店措施及募集自願離職者等措施，努力改善收益。

第二季度以來，著手為疫情平息後做準備，啟動了全面參與中國直播電商項目，積極推進各項準備活動。此外，隨著疫情催熱“宅經濟”，預計日本國內電商需求將趨於增加，因此新成立了強化Laox國內電商的部門等，為確保收益積極開展各項新的舉措。

※由於受新冠肺炎疫情影響，多數門店暫停營業，難以與以往數字進行比較，因此此次未公布“收銀臺消費筆數”，敬請諒解。

～新創意店 大阪道頓堀店 6月上旬將隆重開業～



※圖片：道頓堀店透視示意圖

Laox公司從去年開始果斷推進門店改革，不單純依靠旅日團隊顧客，積極引流日本國內顧客來店購物。去年12月起試營業的道頓堀店就是其中之一。今後，將把該店打造成與以往的Laox不同的新創意店的旗艦店，現在正在為全面隆重開業積極準備。

大阪道頓堀地理位置優越，日本本國民眾和旅日遊客的人流量在日本均名列前茅，我司將充分發揮該位置優勢，努力品牌重塑，打造一家讓日本本國客人和自由行遊客都能愉快購物的門店。



照片：直播電商現場

②海外業務

～開展新冠肺炎相關防疫物資的出口～

在中國新冠肺炎疫情蔓延擴大的二月份，Laox通過旗下子公司上海惲誼貿易有限公司，利用我司最大股東蘇寧的渠道向中國出口了口罩100萬張。在向中國國內10余家地方政府供應口罩和防護用品的同時，面向普通消費者在天貓Laox海外旗艦店內設立了“防疫商品專區”，銷售除菌濕紙巾和非接觸式體溫計。今後我司還將積極關注一系列的疫情發展，靈活機動採取應對措施，根據狀況，迅速採取包括從中國進口防疫物資等在內的有力行動。



※照片：出口中國的物資



▼一季度亮點

一月之後在中國新冠肺炎疫情不斷擴大，之後蔓延至世界各國，使第一季度全球性電商需求增長。Laox的貿易、海外電商業務有效利用蘇寧集團的銷售渠道對中國出口了口罩和防護服等防疫物資。另外，電動剃須刀和吸塵器等家電商品的貿易，未受新冠肺炎疫情影響穩定增長，銷售額同比達到上年的113.9%。

今後，預計經歷了新冠肺炎疫情的中國市場，對高品質的日本商品的需求會進一步高漲。從四月起在蘇寧易購平臺內的蘇寧日本館更名為Laox日本購，提升了商品數量，刷新了頁面設計，以嶄新的面貌起航。現在正積極準備，面向日本其他廠家積極招商，吸引眾多廠家在該平臺開店，以滿足中國市場廣泛多樣的需求。另外，還計劃活用蘇寧集團經營的家樂福的供應鏈資源，進口海外商品在Laox門店銷售，並向日本國內法人批發等。

③商品戰略本部

～強化集團橫向聯系的供應鏈・朝著日本酒出口中國前進～

我司及集團旗下企業榭迪公司的商品部門進一步強化合作，已開始開展舉措共同開拓貨源。第一季度以食品廠家為主共與109家新供應商開始交易，新冠肺炎疫情平息後，除了在入境旅遊零售方面，還將在滿足日本國內顧客方面努力保證商品陣容齊全完備。集團萬眾一心努力前進。

另外，在2020年1月28日，實施召開了“日本酒・中國出口說明會”。有來自日本國內的30家以上釀酒廠家參會。我司計劃實施國內外齊頭並進的銷售機制，一方面在日本國內門店面對旅日遊客銷售，一方面在中國有效利用蘇寧集團運營的中國家樂福等實體門店和電商平臺蘇寧易購獲取境外需求。此舉獲得了眾多想進入中國市場卻遲遲未能起步的釀酒廠家的熱烈反響。而且，在三月份取得了酒類日本酒出口銷售業資質，正面向拓展中國市場積極準備。我司將把旅遊零售業務與海外業務橫向打通，開展貫通型業務拓展。



※照片：日本酒・中國出口說明會現場

④生活時尚業務

● 榎迪

～榎迪禮品博覽會成功召開～

1月14日至15日，在日本大阪成功舉辦了“榎迪禮品博覽會”活動，日本各地的榎迪經銷店和禮品廠家齊聚一堂，兩天時間裏，共有110家廠商出展，迎來了530家公司計930名客戶。活動開場白，由榎迪公司董事長兼總經理羅怡文會長致辭，公布了榎迪公司今後的經營方針，榎迪公司作為新生禮品公司將實現中長期成長，最終確立行業頂級品牌的戰略定位。

榎迪公司在第一季度中，對高層領導團隊進行了調整，富田載彥就任董事級副總經理兼營業統籌本部長。四月一日，在蘇寧易購平臺開設了旗艦店。銷售在中國國內也備受歡迎的“放心、安全”的高品質日本美妝產品、生活用品和玩具等，約170SKU的禮品類商品，正式起步中國電商業務。今後，還將一如既往優化業務體制，完善經營戰略策劃，和日本全國的經銷店齊心努力，竭誠滿足客戶的需求。盡到一家禮品行業領先企業應盡的責任。

～富田副總經理就職宣言～

大家好！我是富田。入職榎迪株式會社擔任副總經理兼營業統籌本部本部長。最近八年時間，一直在亞馬遜日本擔任業務部長，積累了家居中心領域、家居時尚領域的相關經驗。很想通過這些知識和經驗重建並發展日本企業，此次有緣進入Laox集團的榎迪公司，非常榮幸。

榎迪公司的優勢在於，歷經90年以上培養的禮品公司的經驗秘訣、與眾多廠家和經銷店建立的牢固關係。我將竭盡全力活用這些優勢，通過強化有發展前景的電商領域、活用IT的O2O的促進，構建世界通用的榎迪獨有的新商業模式，向比以往更多的顧客送去最好的商品和服務。



● OGITSU/MODE ET JACOMO

～與休閒鞋品牌的跨界商品上市～

近來，青睞運動裝或運動風格元素的運動混搭款式成為時尚流行。運動鞋因其搭配隨意及輕便舒適的印象，受到大眾廣泛的喜愛。

鑒於這一流行，“ing”、“MODE ET JACOMO”、“Riz raffinee”和“Keds”、“le coq sportif”首次合作上市銷售跨界運動鞋。



● 加古川YamatoYashiki

～改裝翻新 特設播磨特產專櫃～

加古川YamatoYashiki，從去年12月起對一層化妝品區進行了改裝翻新。在第一季度中對化妝品區兩個品牌的專櫃進行了改裝，同時還改裝翻新了一層提包櫃臺、女式雜貨櫃臺和地下副食品區。

提包櫃臺以“播磨物語”為主題進行改裝。以打造能夠遇見當地播磨地區“好東西”為理念的門店，銷售範圍從當地美酒、醬油和小零食等食品到皮革手工藝和帆布等日用品不拘一格。而且，地下副食品區也翻修一新，開始供應各式各樣的熟食美味。

※由於日本政府宣布緊急事態宣言，從4/15起暫停營業。地下・1層食品區除外。



※照片(左): 播磨物語傳單
照片(右): 播磨物語賣場

⑤ 旅遊服務平台業務

● LaoxSCD ～ Chiba Port Town 努力打造受當地民眾喜愛的設施～

千葉海港城 Chiba Port Town在關注新冠肺炎疫情發展狀況的同時，舉辦了各種展銷活動和體驗活動。力爭打造受當地民眾喜愛的商業設施。在第一季度，繼一月舉辦了千葉神樂鼓和獅子舞表演之後，二月舉辦了情人節小點心制作體驗教室、演唱會、跳蚤市場、英雄展覽秀、駕駛講座等活動。

另外，還堅持每月兩次由LaoxSCD員工開展美化社區清掃活動，讓街道更美麗。今後還將繼續為地區社會貢獻力量。

※為預防新冠肺炎疫情蔓延，目前門店的營業日、營業時間均有更改。詳情請查詢官網的活動信息。



※照片(左): 點心製作體驗教室
照片(中): 演唱會
照片(右): 社區清掃

～商戶信息～

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

輔導日: 每周一、周四
輔導時間: 15:00～19:00

※輔導班情況請直接聯系教室咨
詢。

● KUROGI 上海

～KUROGI上海榮膺《黑珍珠餐廳指南》一钻餐廳～

《黑珍珠餐廳指南》是由運營中國美食點評網站的美團點評發布的餐廳評價體系。以烹飪水平、餐廳水準和傳承創新為三大評判標準對餐廳進行綜合評價。

2020年，共有309家品質餐廳入選，遍布上海、北京、香港等22個中國城市以及東京、紐約、巴黎等5個海外城市。我司運營的“KUROGI上海”日料餐廳榜上有名。

“KUROGI上海”作為頂級日料店在當地備受好評。此次在活用應季食材和提供季節料理、傳承日本文化的傳統烹飪方法、餐廳氛圍和服務等方面得到專家們的肯定，此次喜獲“一钻餐廳”殊榮。今後，我司將繼續通過運營“KUROGI上海”及輕奢日料“八十八屋”等，為廣大中國消費者繼續提供日本飲食文化以及體驗。



● Food Creation Works

～召開「GRACE WINE」美酒配美食

知名酒廠晚餐會～

Food Creation Works運營的會員制社交俱樂部“NEW CITY CLUB OF TOKYO”，定期舉辦美酒配晚餐活動，邀請葡萄酒、日本酒廠專業人士到現場為食客講解。在2月18日的活動中，特別邀請代表日本葡萄酒頂級水平的山梨縣葡萄酒廠“GRACE WINE”的主人三澤先生和釀造師到現場，為俱樂部的法式大餐選配最好的葡萄酒。當天共有40名貴賓參加，品味了“Grace Blanc de Blancs 2013”以及大年才會推出市場的“Cuvee三澤”的新釀葡萄酒等稀有品種與美味法餐的完美味覺融合體驗。

