

【平成30年度 月次状況報告】

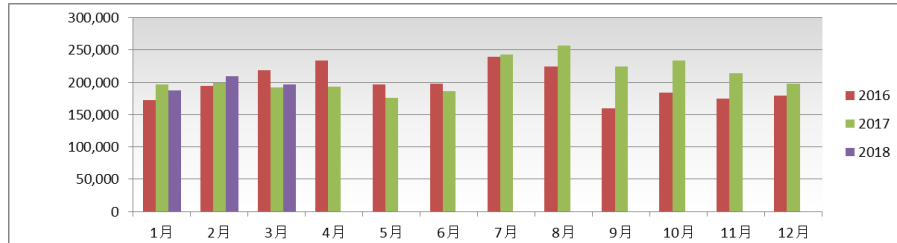
平成30年4月18日
(東証2:8202)
社長室経営企画部

インバウンド状況

数値は国内の店舗売上に係る速報値です。また、平成29年度より平均購買単価の公表は差し控えていただいております。
※ 当社にて実際に購入に至ったレジ通過数を公表しております。また、純粋なインバウンドによる集計にするため、千葉ポートスクエアのレジ通過数は計上しておりません。

Laos国内全店	年度	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
レジ通過数 ※	2016	172,890	194,220	218,365	233,924	196,335	198,007	238,951	223,826	159,488	184,487	175,112	179,692	
	2017	197,136	198,983	191,867	193,553	175,756	186,501	242,348	256,426	224,826	233,389	214,177	197,811	
	前年比	+ 14.0%	+ 2.5%	- 12.1%	- 17.3%	- 10.5%	- 5.8%	+ 1.4%	+ 14.6%	+ 41.0%	+ 26.5%	+ 22.3%	+ 10.1%	
	2018	187,139	209,132	196,638										
	前年比	- 5.1%	+ 5.1%	+ 2.5%										

■ レジ通過数



■ インバウンドトピックス

- ・3月の訪日外国人数は、前年同期比18.2%増の260万8千人で、3月としては過去最大。訪日中国人数は、前年同期比16.9%増の59万5千人でした。※ 出典：日本政府観光局 (JNTO)
- ・3月に観光庁が発表した「訪日外国人旅行者の訪日回数と消費動向の関係について」によると、訪日外国人旅行者の61%が2回目以上のリピーターでした。訪日回数が10回以上のヘビーリピーターの旅行支出は1回目の方と比較し2~4割程度高い結果でした。ヘビーリピーターの中国人・台湾人において購入単価が最も高いのは、服・カバン・靴、香港人ではカメラ・時計、韓国人では電化製品、と訪日回数や国籍によって購入した商品や金額に差が見られます。一方で、訪日回数に関わらず「今回したこと」で最も多いのは「ショッピング」、次いで「自然観光」「温泉入浴」などでした。

出店状況

2018年3月末時点 40店舗

新規出店					
オープン日	店舗名	面積 (㎡)	オープン日	店舗名	面積 (㎡)
閉店					
閉店日	店舗名	閉店日	店舗名	閉店日	店舗名
2月28日	名古屋丸栄店	3月29日	長崎松ヶ枝ターミナル店		
2月28日	南海難波駅店				

■ 当社施策

- ・上海外灘 (バンド) に日本料理店「くろぎ上海」オープン

「東京で最も予約を取るのが困難な店」として知られる「くろぎ」との業務提携により、3月9日、上海のホテル「ペラージオ上海」※1階に「くろぎ上海」を開業しました。訪日経験のある中国人の増加により、中国において、日本料理店が人気を集めています。隈研吾氏によるデザインは、日本文化を感じていただける内装で当社が提案する「コト体験」を提供してまいります。

※蘇寧グループが開発



- ・シャディの株式取得を発表

3月26日、ロコンドが設立したL Capital TOKYOの第三者割当増資を引き受け、株式の60%を取得、同社を通じて「サラダ館」を運営するギフト販売のシャディの株式を取得することを発表しました。ロコンドが得意とするEC販売と物流システムによる効率化を実現するほか、シャディの豊富な商品提案力により、当社の店舗及び貿易、越境ECなどのMD拡充、商品開発などを展開していく予定です。

補足コメント

3月のレジ通過数は前年比2.5%増と、前年比プラスとなりました。3月下旬から花見シーズンがスタートし、店舗では「桜華祭」と題し、お得な商品や抽選会など購入アップにつなげる展開しております。4月以降は、ヘリコプター遊覧体験が当たる抽選会など、コト体験を交えたキャンペーンを導入し、来店動機や購入意欲増加につなげてまいります。千葉ポートシアターにて上演中の『ギア-GEAR-』East Versionにおいては、「私立恵比寿中学 (エビ中)」安本彩花の出演決定を発表いたしました。

※ 今後は、よりの確な分析と幅広い情報をふまえて状況報告させていただくため、**3ヶ月に1度の公表**とさせていただきます。**次の発表は7月を予定しておりますのでご了承ください。**