

アフターコロナを見据えた取り組み③ その他事業

ピーチ・ジョン

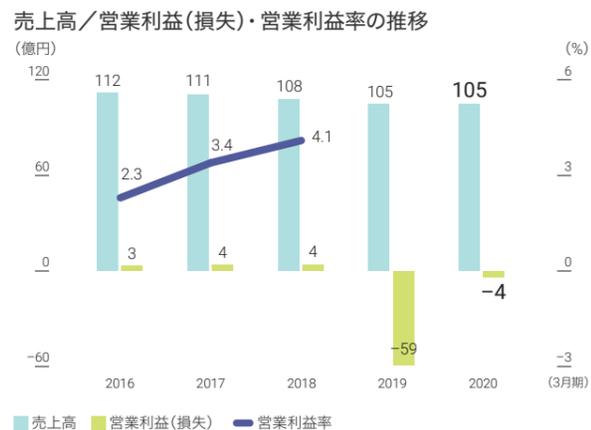
「ピーチ・ジョン」の再生をミッションに掲げ、
 通販会社である強みを活かし、
 マーケティング活動を強化することで
 持続的に収益と価値を創出できる企業へと進化します

株式会社ピーチ・ジョン
 代表取締役社長
 朽尾 学



2020年3月期の実績

売上高	105億円 (前期比-0.1%)
営業損失	-4億円
営業利益率	-



2020年3月期の成果

ピーチ・ジョンでは、現中期経営計画で重点戦略に掲げる収益性改善に向け、抜本的な事業改革を実行しました。1つ目は、不採算事業からの撤退です。不採算店舗8店舗の閉鎖を判断し、直営店を36店舗まで集約することで、事業効率を高めました。2つ目は、不採算となっていたカタログ制作の休止です。休止直後は売上を落としましたが、現在は話題性のあるプロモーション施策をSNSで拡散させることが奏功し、売上の落ち込みをカバーできています。3つ目は、重点課題として掲げている25歳以下の顧客獲得に向けて、低価格の新しいグループを立ち上げたことです。このように、国内では自社ECビジネスの成長を最優先に、商品力強化や顧客サービスの拡充に努めることで、黒字化に向けた道筋を整えてきました。

アフターコロナを見据えた今後の取り組み

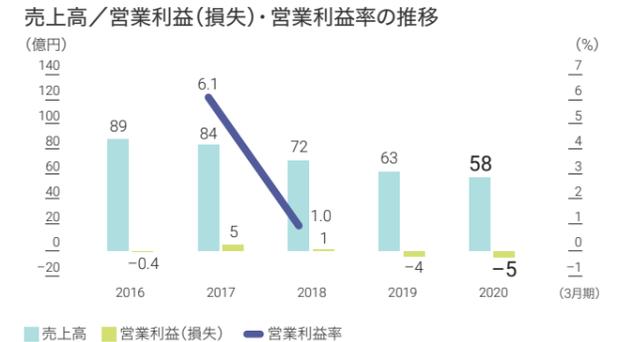
アフターコロナの世界でも私たちの強みは十分に通用すると考えており、2021年3月期においても、前期までの取り組みをさらに加速させていきます。各チャネルの差別化を進めると同時に、顧客ニーズに合わせた品ぞろえと商品計画を立案・実行し、経営の効率化を図ります。他方、重点施策である自社ECでの売上拡大に向けては、新たなお客さまとの接点開発が重要です。カタログ制作で培ってきたノウハウをデジタルに落とし込み、他社にないコンテンツを生み出すことで、若年層の新規顧客を獲得していきます。

ピーチ・ジョンの役割は、高いブランドエクイティを活用してトレンドを創造し続け、若年層との新たな接点を開発することで収益貢献を果たすことです。変化する時代やニーズに合わせた商品やサービスを提供することで、ピーチ・ジョンの再生を成し遂げていきます。

ルシアン

2020年3月期の実績

売上高	58億円 (前期比-8.3%)
営業損失	-5億円
営業利益率	-



2020年3月期の成果と今後の取り組み

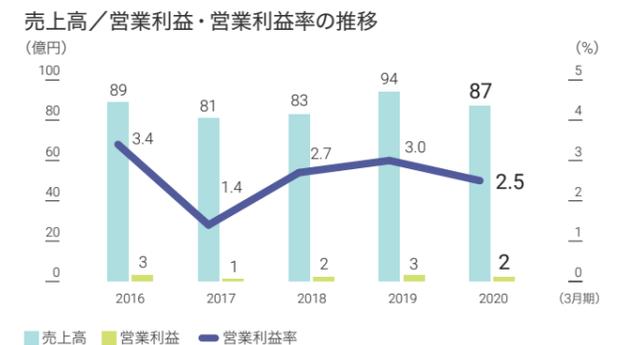
ルシアンは、現中期経営計画において事業領域の選択と集中を重点戦略に掲げ、恒常的に営業黒字が達成できる事業基盤の構築に取り組んでいます。2020年3月期の売上高は、量販店や専門店向けのプライベートブランド商品の販売が前期を上回ったものの、素材事業の減収影響により、前期に比べ8%の減少となりました。営業損失は、アパレル事業等の撤退に伴う一時的な費用(特別希望退職費用)を計上したことから、営業損失とな

りました。
 感染症拡大により、国内のOEM供給先の在庫過多に伴う発注減少など厳しい経営環境が続くものと想定しています。コロナ禍でも比較的堅調に推移している郊外店型専門店への提案強化や新規得意先の開拓を積極的に進めるとともに、支出計画の見直しを行うなど継続して経営効率の改善に努める計画です。

七彩

2020年3月期の実績

売上高	87億円 (前期比-7.4%)
営業利益	2億円 (前期比-22.7%)
営業利益率	2.5% (前期比-0.5pt)



2020年3月期の成果と今後の取り組み

七彩は、現中期経営計画において、新しいプラットフォームの構築(新規の顧客開拓や商材の開発)を進めると同時に、利益重視の経営に取り組んでいます。2020年3月期の売上高は、前期にあった百貨店などの大型改装工事の反動により、前期に比べ7%の減少となりました。営業利益は、減収の影響により、前期に比べ23%の減少となりました。

感染症の拡大に伴う改装工事の延期、各種イベントの中止などは、七彩の経営に多大な影響を与えています。早期の需要回復は困難であることを前提に、飛沫防止アイテムの販売を始めたほか、不採算営業所の統廃合、新規採用の凍結や外部賃貸物件の整理など、支出計画の大胆な見直しを進めています。また、将来需要を慎重に見極めつつ、一歩踏み込んだ収益性改善策を検討する計画です。