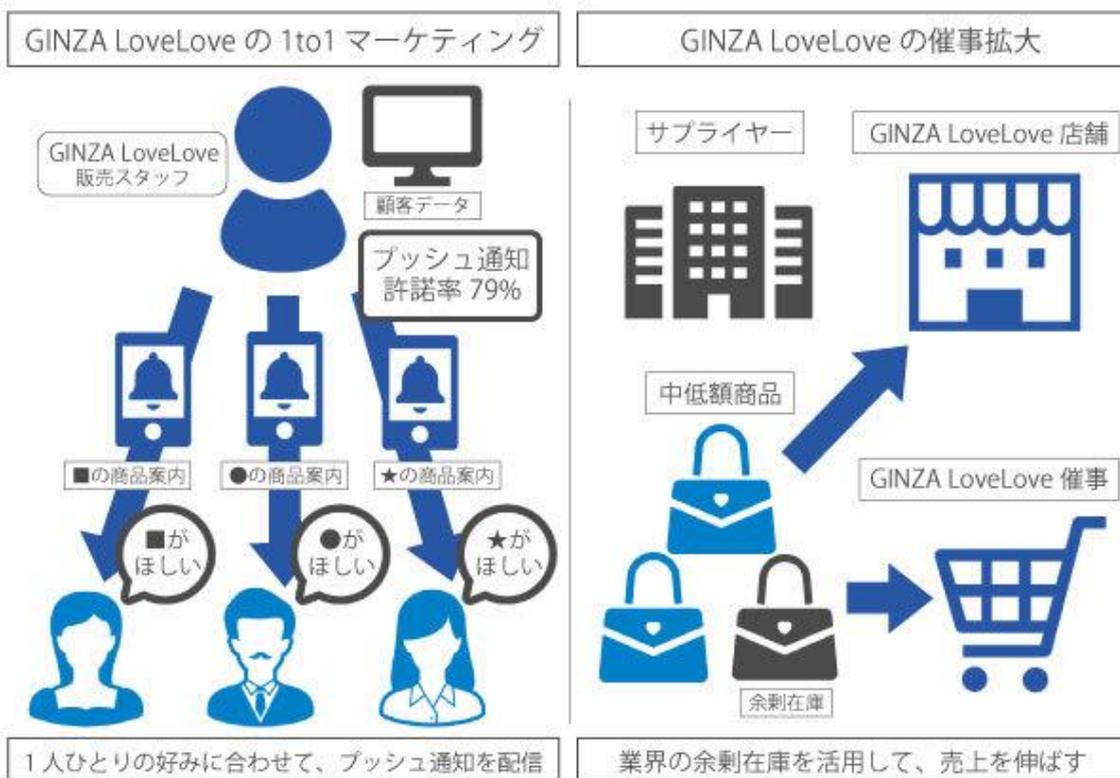


セキド運営の GINZALoveLove 店舗、コロナ禍でも第2 四半期会計期間のセグメント利益が前期比 261%の理由

アプリ等を活用した OMO の推進による販売促進の費用対効果改善と、業界全体の余剰在庫を催事で有効活用し利益の拡大

2020 年 11 月 5 日

株式会社セキド（本社・東京都渋谷区、社長・関戸正実、証券コード：9878）は 11 月 4 日、第2 四半期会計期間の決算短信を発表いたしました。新型コロナウイルス感染症の影響もありましたが、GINZALoveLove 店舗の売上は、昨年に消費税増税前の駆け込みがあった 9 月を除くと前年の売上を落とすことなく、セグメント利益が前期比 261%と改善いたしました。



GINZALoveLove 店舗のセグメント利益改善の理由

GINZALoveLove 店舗のセグメント利益が改善した要因に、以下の 2 点があります。

- ・スマホアプリ活用で OMO を推進し、チラシ・DM 等のアナログ媒体をほぼ全廃。前年の売上を落とすことなく販促費を約 40%削減（消費税増税前の駆け込み需要があった 9 月度を除く）
- ・業界全体の中低額商品の余剰在庫を催事で活用することによる利益の拡大

・OMO の推進による販売促進の費用対効果改善

これまでの当社の販売促進活動は、折込チラシ等の紙媒体による広告が中心になっていたため、コストが高く、また顧客の要望の商品に関するお知らせを届けたりお買い物をしたばかりのお客様に対してレコメンド商品をお伝えしたりすることには不向きでした。

そこで、当社では前期から「OMO の推進」をテーマに、「1to1 マーケティング」「データの活用と費用対効果の改善」「オンラインとオフラインのお客様との関わり方の切り分け」の 3 つに注力するよういたしました。その中でも特に大きな効果があったのはアプリです。

昨年 1 月にリリースしたアプリには、「プッシュ通知等の機能を用いて担当の販売スタッフから 1to1 のコミュニケーションを取る」機能があります。こちらの機能によって、お客様の好み

の商品を担当の販売スタッフから紹介したり、新作商品をいち早くお伝えできたりと、お客様にとってより有益な情報をお伝えすることができます。情報を受け取ったお客様はその場で予約の連絡をすることも可能ですし、後日実際の商品を GINZALoveLove 店舗まで見に来てから購入を検討することも可能です。こうして顧客体験の向上を図ってきました。

アプリも 10 月 30 日時点で 50,000 件近くある会員登録のうち、79%がプッシュ通知を許諾しており、GINZALoveLove 店舗のお客様それぞれの好みにあった情報を、いち早くシンプルにより多くのお客様へお伝えすることができ、費用対効果の改善につながりました。

現在では紙媒体による広告だけに頼ることなく、アプリ等を活用した OMO をより推進して、販売促進活動を行っております。催事を積極的に開催することで増えた催事利用のための販促費を十分吸収したうえで約 40%の販促費の削減することができました。

スマホアプリとデータの活用により、当社は DX の推進に大きな一歩を踏み出すことができました。

・業界全体の中低額商品の余剰在庫を催事で活用することによる利益の拡大

新型コロナウイルス感染症の影響により、業界全体の売上が下がり、特に中低額商品が市場に余る傾向にあります。当社はこの業界余剰在庫を有効に活用させてもらい、コロナ禍にあっても催事を積極的に開催していくことにいたしました。

その結果、10 月 27 日のリリースのとおり、前年比 127%の売上高となりました。また、先日イオンモール太田で行った韓国コスメ催事など、新しい商材での催事も開始いたしました。

第 3 四半期もさらに催事を増やしていくことで、さらなる売上高の向上と業界全体の活気を取り戻す一助になることを目指します。

今後の展望

当社は DX をさらに推進させることで、顧客体験の向上と費用の削減に努めるとともに、オフラインでの強みをさらに活かして、利益の向上に努めてまいります。

コロナ禍での経済活動の先行き不透明感が払拭できない状況にあり、業績の予測が困難であることから、一旦、通期業績予想は据置き、修正の必要が生じた時点で速やかに開示してまいります。

この件に関するお問い合わせ先

<http://www.sekido.com/contact>