

戦略分野への取り組み

当社では、98年度より「戦略3指標」も活用し、収益性・将来性の高いコアビジネスの選別を行ってきました。その結果、当社がこれまで取り組んできたあらゆる商品分野・地域にコアビジネスが存在していることが再確認されました。当社では、こうした各分野のコアビジネスの拡充に一層注力し、収益拡大に取り組んでまいります。

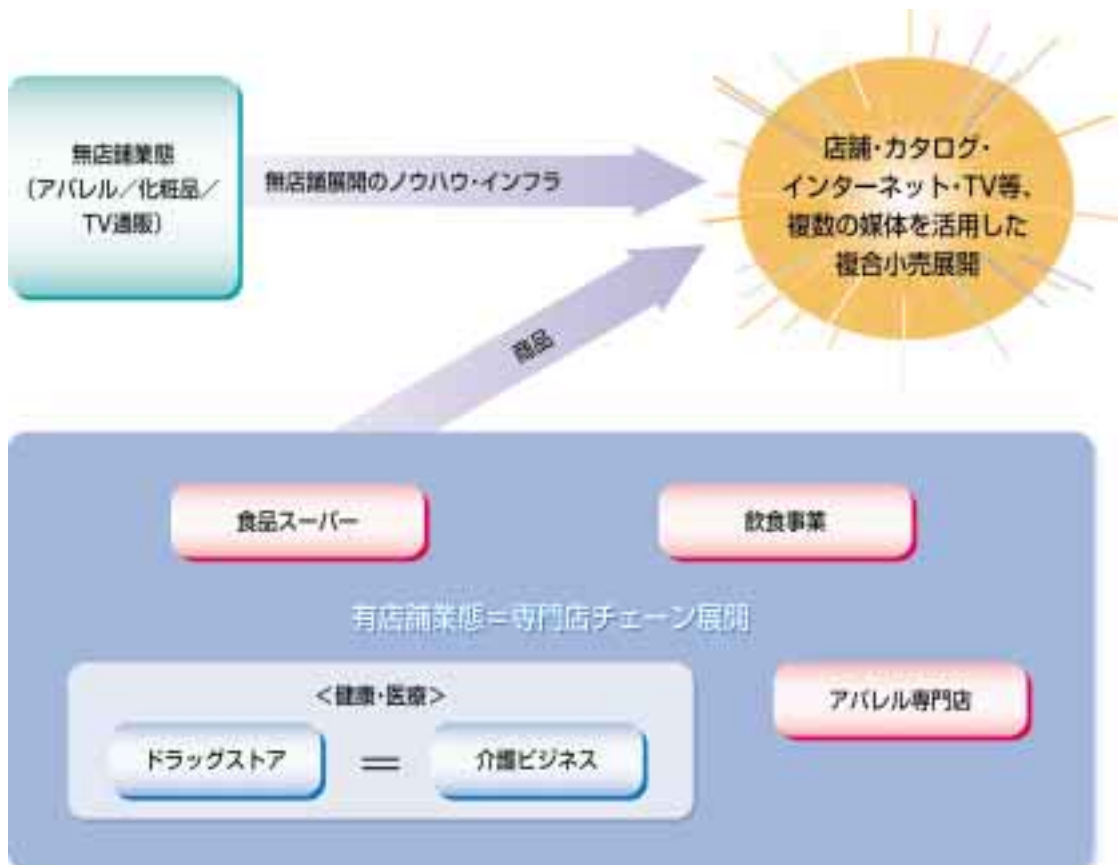
更に当社では、今後の成長が期待される「消費者直結型ビジネス」、「情報通信関連ビジネス」を戦略分野と位置付け、従来から積極的に取り組んできています。インターネットの普及など、環境変化が一層進む中で、当社の既存ビジネスとの接点も益々増えてきており、当社の強固なビジネス基盤を活かしたビジネス展開が期待できる場所となっています。

本特集では、これらの戦略分野における当社の幅広い取り組みの一例をご紹介します。

消費者直結型ビジネスへの取り組み

消費者直結型のビジネスとして、無店舗業態では住商オットーを核に各種カタログ・TV通販を、有店舗業態では、食品スーパーのサミットを代表に、食品・飲食、衣料、健康・医療等の各分野を念頭に置いた専門店展開を行うなど、他社に先駆けて多面的な取り組みを行っています。

今後、インターネット等、個々の消費者に直接アクセスできる新しい媒体が拡大する中で、これまでの無店舗販売等で蓄積したノウハウやインフラと、当社がこれまで販売してきた商品を組み合わせ、複合的な小売展開を進めていきたいと考えています。



アパレル通販

無店舗販売事業の核として、1986年に世界最大の通販会社である独Otto Versand社との合弁で、住商オットーを設立しました。欧米発のファッション衣料をお届けするカタログとして、通販業界に新風を吹き込み、順調に成長してきていますが、今後はインターネットの急速な普及も睨み、B to C戦略の核としても、様々な展開を行っていきます。

化粧品通販

住商オットーでは、化粧品の世界最大手である仏L'Oreal社、独Otto Versand社の仏子会社3 Suisse社との合弁で、化粧品専門通販「Club Createurs Beaute Japon」を設立しました。人気ブランド「Agnes b」をはじめ、スキンケア、ヘアケア、フレグランスを取り揃え、今後、更なる顧客開拓を加速させていきます。

TV通販

1995年からテレビを媒体とする「住商ホームショッピング」を開始しました。キー局をはじめ地上波局で全国を網羅し、安定的なビジネスに成長しています。フィットネス商品であるボディー・ブレード等、多数のヒット商品をテレビを通じて送り出す一方、小売店舗への卸売、インターネットを含めた販路の多様化・拡大を進めています。また、衛星放送やCATVを通して、「ジューピター・ショップチャンネル」によるTV通販も行っています。

ドラッグストア

医薬分業の流れを受けて、1994年より住商リテールストアーズでドラッグストアのチェーン展開を行っており、現在、「トモズ」と「アメリカンファーマシー」のブランドで、合計26店舗のドラッグストアを展開しています。更に、「朝日メディックス」(ドラッグストア:50店、DPE:154店)を買収し、チェーン展開の加速・拡大を図ります。

食品スーパー

安定的な伸びが期待できる食品スーパー事業では、当社は1963年より食品スーパー「サミット」の展開を開始し、現在、首都圏を中心に68店舗を展開中です。この基盤を更に拡充するために、埼玉県で37店舗を展開している「マミーマート」と資本提携しました。更に、今般、資本参加という形で「西友」との関係が強化できたことも、当社の食品スーパー事業の発展・拡大に資するものと考えています。

引き続き、当社のグローバルネットワークを活用した商品開発機能など総合力を発揮して、ビジネスの拡充を図ります。

飲食事業

イタリアのSegafredo Zanetti社との独占ライセンス契約により、1998年より開始した本格的イタリアン・カフェ・バール「Segafredo Zanetti」において、エスプレッソの味の絶対的優位性、パニーニ等の独自の軽食類、バラエティー豊富なアルコール類を楽しめる新しいスタイルのカフェ・バールを展開しています。

アパレル専門店

1994年、米国の人気アウトドアカジュアルであるエディー・バウアーの第一号店を開店以降、現在、全国主要都市で38店舗を展開しています。店舗展開と同時に、カタログでの展開も行い相乗効果をあげており、これにインターネットを加えた複合的な媒体の活用(メディア・ミックス)により、更なる業容の拡大を目指します。

介護ビジネス

パソナケアギバー社と提携し、介護ビジネスへの参入も検討しており、当社傘下のドラッグストアチェーンとのシナジー発揮も含め、積極的なビジネス展開を目指します。

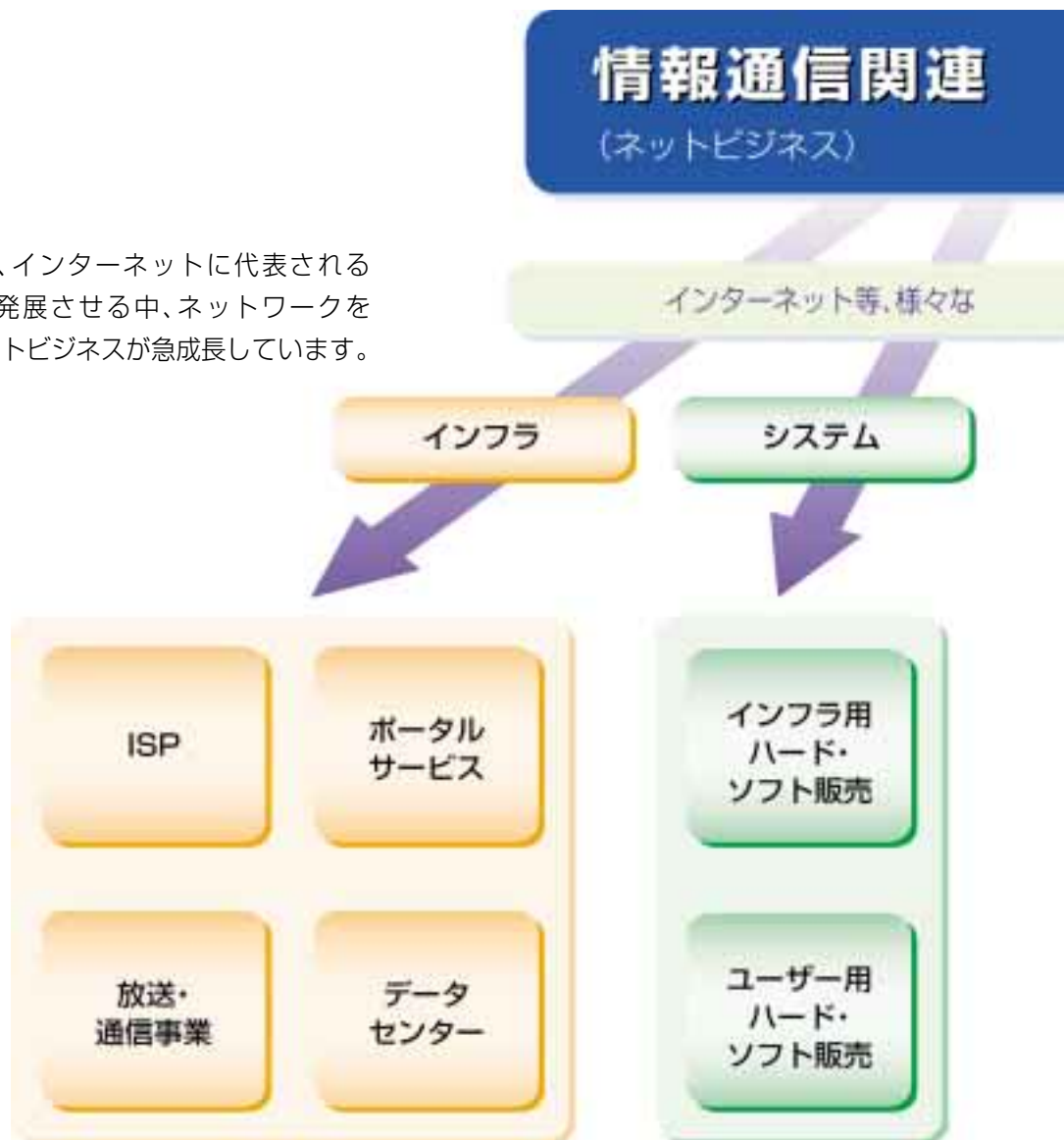
情報通信関連ビジネス(ネットビジネス)への取り組み

情報通信技術(IT)の進歩が、インターネットに代表される情報ネットワークを急速に発展させる中、ネットワークを使ったビジネス、いわゆるネットビジネスが急成長しています。

当社は、ネットビジネスを

1. ハード面であるインフラ
2. その上に構築されるシステム
3. コンテンツの提供
4. ネットワークを利用して行われる電子商取引

の4つのカテゴリーに分けて、戦略的に取り組んでいます。



インフラ

ISP:インターネットサービス・プロバイダー
 (インターネットへの接続サービス)

当社のインターネット事業への取り組みは、日本におけるインターネット・バックボーン・ビジネスの草分けであるインターネットイニシアティブ(IIJ)社に、1993年に出資したことから始まりました。同社とは、アジア10カ国をインターネットで結ぶ基盤を提供するアジアインターネットホールディングを合弁で設立しています。

米アットホーム社と合弁で設立したアットホームジャパン社では、全国のケーブルテレビ局を対象に、電話回線の100倍以上という高速、大容量の接続サービスを提供しています。

放送・通信事業

国内最大手のケーブルテレビ統括会社であるジュピターテレコム社を中心に事業展開を行ってきました。情報革命が益々進展する中で、最も重要なテーマはどれだけ大容量のデータをいかに速く伝送するかであり、デジタル放送が欠かせなくなるため、ケーブルテレビ網をデジタル対応の高速大容量回線に更新するための設備投資を行っていきます。

ビジネス

ネットワークを利用した各種のビジネス

コンテンツ

電子商取引

番組供給

映画・
ゲームソフト

B to B
ビジネス

既存ビジネス

新規ビジネス

B to C
ビジネス

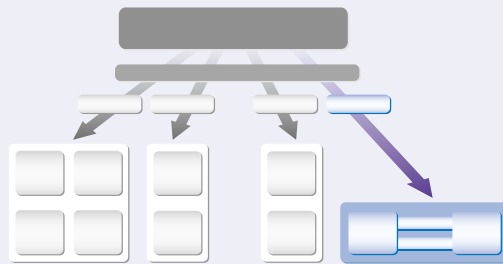
ポータルサービス

米ライコス社、IIJ社と合弁で設立したライコスジャパン社では、インターネット検索サービス「LYCOS」の運営を行っています。LYCOSのチャンネルは、キーワード検索、ディレクトリ検索などのサービスとともに、コミュニティー・サイトや関連ニュース等の提供を行っています。

データセンター

サーバーと呼ばれるコンピュータを納めた設備で、データベースを作り、データの交換も行います。当社の事業投資会社である住商情報システム(株)(SCS)で既に行っているものに加え、新たなデータセンターの構築も含め、鋭意検討しています。

電子商取引



B to B ビジネス

(Business to Business: 企業間電子商取引)

● 既存ビジネスのネット化

既存ビジネスをネット化した例では、インターネットを通じた家具・什器販売を行っているBIO-NETがあります。本システムにより、国内外の家具・什器メーカーが提供する情報を、ユーザーである設計事務所やゼネコンなどが画像やテキストデータで受け取ることができます。ユーザーは、気に入った商品が見つかるまで商品検索や見積依頼をした上で、契約できます。

また、国際電子商取引に必要なサービスを提供するAsia Business Venture Holdings (ABVH) という事業を行っています。同社のサービスを利用し、ニュージーランドの中古車業者は日本の業者から売り物情報を入手したり、希望する車の検索や注文ができます。取引が成立すると、商品はニュージーランドの業者に直送され、ABVHのシステムで決済が行われます。

更に、情報技術(IT)と物流技術(LT)を活用したサプライチェーンマネジメント(SCM)の手法を、BP Amocoを始めとするメジャーオイル向け鋼管の輸出取引、「とんかついなば和幸」向け豚肉の輸入取引、国内での古紙ヤード事業などに積極的に導入し、付加価値を高めた取引の展開を行っています。最近注目を集めている企業間の電子商取引市場としては、鋼材関連で米メタルサイト社との合弁でメタルサイト・ジャパン社を設立するとともに、化学品関連では米ケムコネクト社に出資しています。

● 新規ビジネスの創出

新規ビジネスの例としては、米ワムネット社との合弁で設立した日本ワムネット社があります。同社は日本国内にネットワークセンターを開設し、広告代理店や新聞

社、出版社、印刷会社などを対象に、大容量の画像データを高速配信するサービスを始めました。グラフィックアートやデザインの業界では、これまでは大容量の画像データはMO(磁気ディスク)などに記録し、バイク便などで配送していましたが、データ転送をネットワーク化することで格段に速くなり、顧客の利便性が高まりました。

B to C ビジネス

(Business to Consumer: 消費者向け電子商取引)

● 既存ビジネスのネット化

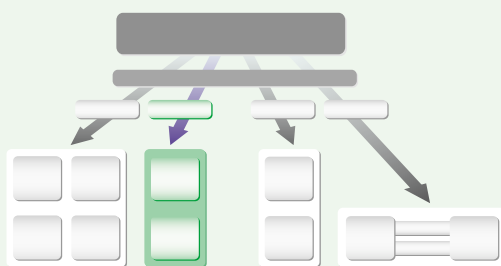
7ページでご紹介したアパレルなどのインターネットを通じた販売に加え、全国8,000店舗のネットワークを持つ国内最大のフラワーギフト通信配達組織であるJFTD(花キュービット)と提携したフラワーギフトのサイト立ち上げや、中古自動車売買オークションサイトCar@ (Car-at.com)の開設なども行っています。

● 新規ビジネスの創出

新規の電子商取引としては、米Real Networksとの合弁で(株)イッピーを設立し、インターネットを利用した音楽情報の提供、音楽配信等のサービスを開始しています。

また当社を中心に、音楽、家電、出版、放送などの事業者が集まり、デジタル放送とインターネットを活用した電子商取引事業の実現を目指したコンソーシアム「BIT CLUB」を設立しました。この事業で利用するホームサーバーは、2000年末のBSデジタル放送開始を受け、多くの家庭で設置が見込まれる衛星放送コンバーターに記憶装置を付加したもので、これを利用することでユーザーは好きな時間に音楽、ゲーム等のコンテンツを取り込むことが可能となります。

システム



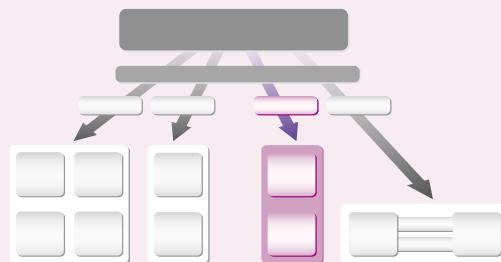
インフラ用ハード・ソフトの販売

無料の基本ソフトとして、飛躍的な普及を遂げたリナックス・ソフト用のサーバーを生産している米VAリナックス社に当社は出資しています。同社とは日本における同社製品の販売、システム構築、運用・管理などを一括して行う合弁会社の設立に合意しており、国内のリナックス市場での主導権確保を目指します。

ユーザー用ハード・ソフトの販売

ケーブルテレビの回線を利用したインターネットの利用に際して重要な装置となるケーブルモデムについては、当社の出資先である米テラヨン社の製品を日本で独占的に販売しています。テラヨン社の製品は、既に日本で40%のシェアを獲得していますが、今後、ケーブル・インターネットの普及に伴い、さらなるシェアの拡大を図ります。

コンテンツ



番組供給

ジュピタープログラミングを運営し、CSN1ムービーチャンネル、ディスカバリー、Jスポーツ、日経CNBC、ショップチャンネル、ゴルフネットワークの6チャンネルを提供しており、各ジャンルにおいてNO.1事業者の地位を確立しています。

映画・ゲームソフト

角川書店との合弁でアスミックエースエンターテインメント(株)を運営し、映画の企画・制作・配給、ゲームソフトの企画・制作・販売などを行っています。映画ソフトの代表作としては、「不夜城」「スクリーム」などがあげられます。更に、米ユナイテッドシネマ社、角川書店との合弁で、シネマコンプレックスを全国に展開していきます。

当社が戦略分野と位置付け、他社に先駆けて取り組んできた「消費者直結型」「情報産業関連」ビジネスの一端をご紹介しました。引き続き、それぞれのビジネスを支える物流・保険・金融等の機能をレベルアップさせながら、消費者直結型、情報産業関連ビジネスの拡充と新たなサービスの提供に注力していきます。当社は、時代を先取りした新しいタイプのサービス企業を目指します。