

メディア・ライフスタイル事業部門の ご紹介

2009年9月17日
メディア・ライフスタイル事業部門長
大澤 善雄

メディア・ライフスタイル事業部門について

07年4月 メディア・ライフスタイル事業部門 新設

市場環境の変化

通信と放送の融合、ブロードバンドの浸透、インターネット利用の拡大
消費者の購買行動の多様化

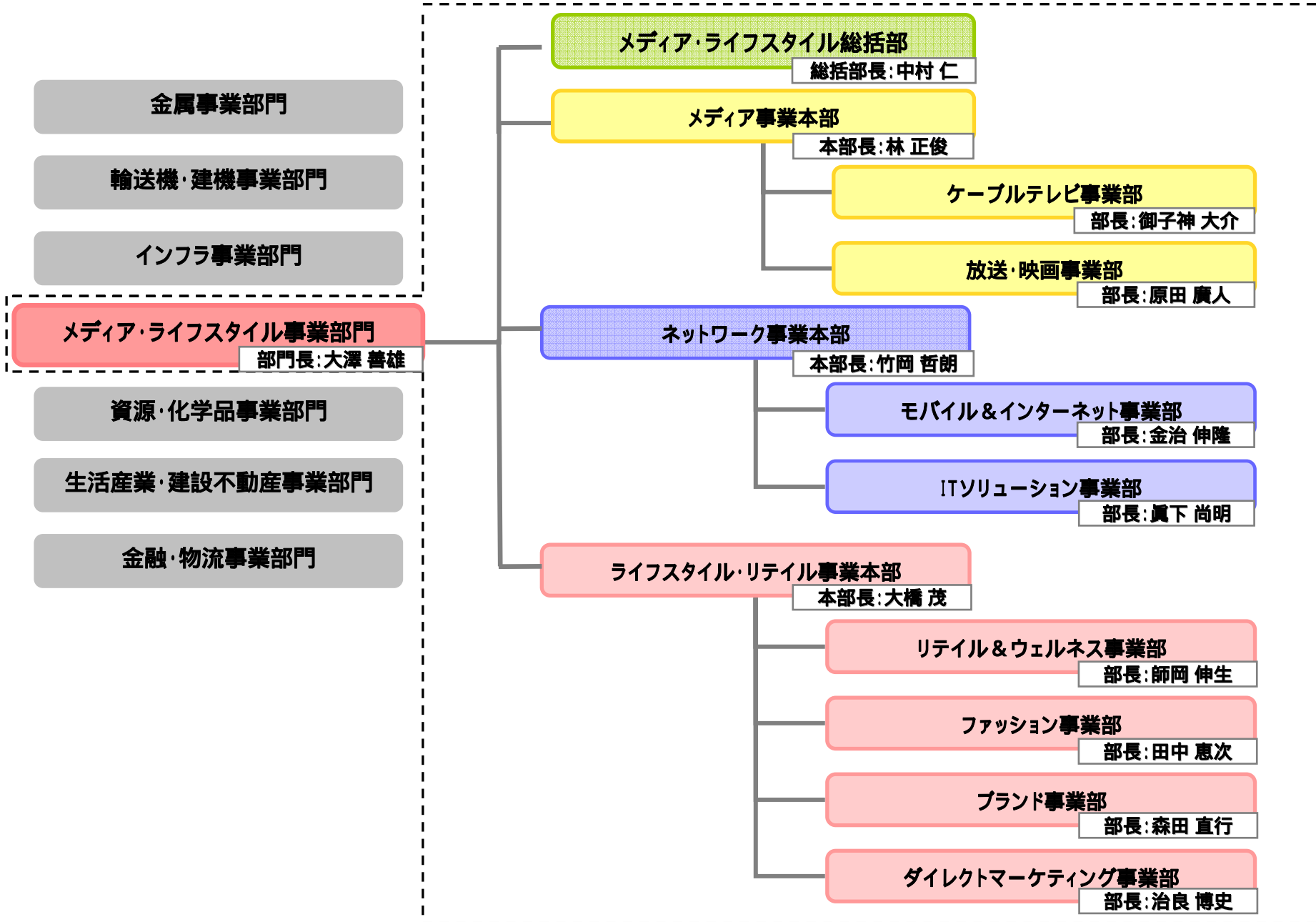


メディア・IT・リテイルの融合により、
消費者の多様なライフスタイルに対応する
新たな価値の創造・提供を目指す

ビジョン

各分野で業界トップレベルの事業を展開
事業会社間のバリューチェーン深化
マルチチャンネル展開の推進による
コンシューマー・リーチの拡大

組織図



関係会社55社(09年7月時点)による事業展開

メディア事業本部 (5社)

インフラとコンテンツの
両面からビジネスを推進

ケーブルテレビ事業

CATV局統括/多チャンネル番組供給
ジュピターテレコム



ケーブルインターネット
テクノロジーネットワークス



放送・映画事業

シネマ・コンプレックス

ユナイテッド・シネマ



映画製作・配給

アスミック・エースエンタテインメント



ネットワーク事業本部 (28社)

企業や一般消費者を対象とした
携帯電話・ブロードバンド回線の販売事業、
ITシステム・サービス、
各種ネットサービスの提供

モバイル事業

携帯端末・回線販売
ティーガイア



EC/Webサービス事業

eコマース
爽快ドラッグ



Webサービス
日本ワムネット
ジーブラン



ITソリューション事業

ITソリューション
住商情報システム SCS 住商情報システム株式会社
米国ITベンチャー投資
Presidio STX



ライフスタイル・リเทล事業本部 (22社)

消費者の多様なライフスタイルに
対応した各種リเทล関連ビジネスを推進

食品スーパー事業

サミット 住商ネットスーパー
マミーマート



ドラッグストア事業

住商ドラッグストアーズ クスリのカツマタ



アパレル / インテリアOEM事業

スミテックス・インターナショナル
住商インテリアインターナショナル



ブランド事業

バーニーズ ジャパン



モンリーブ



ナラカミーチェ



ランセル ジャパン

マーク ジェイコブス ジャパン

アシェット婦人画報社



ダイレクトマーケティング事業

テレビショッピング
ジュピターショップチャンネル



人員構成

	総括部	メディア事業本部	ネットワーク事業本部	ライフスタイル・リテール事業本部	部門合計	全社合計
単体	47人	109人	126人	144人	426人	5,281人
子会社		1,424人	3,510人	12,724人	17,658人	86,448人
関連会社		10,791人	7,882人	3,069人	21,742人	91,729人
			 <3,415人>	 <7,964人>	18,084人	对全社比率 20%
合計(+ +)		12,323人	11,518人	15,932人	39,826人	

・ 上記人員数は、従業員と臨時従業員(派遣、パート、アルバイト等)の合計(09年3月末時点)

部門の強み

メディア、ネットワーク、ライフスタイル・リテイルの各分野における、
業界トップレベルの事業展開

J:COM

- ・ケーブルテレビ国内最大手
(シェア:37%)*1
- ・加入世帯数 322万世帯*2

J:COM

No.1

ショップチャンネル

- ・テレビ通販最大手
(シェア:28%)*3
- ・365日24時間放送

SHOP
CHANNEL

No.1

ティーガイア

- ・携帯電話販売代理店
No.1(シェア:15%)*4
- ・販売台数550万台*4

T-GAIA

No.1

SCS

- ・業界大手グループ
- ・売上1,343億円*4

SCS 住商情報システム株式会社

サミット

- ・食品スーパー-業界大手
- ・売上2,284億円*4

サミット

トモズ+カツマタ

- ・調剤併設型
ドラッグストア大手*5
- ・2社合計売上500億円

Tomod's

drug&cosmetic
KATSUMATA

- *1 08年9月時点
- *2 09年6月時点
- *3 08年度推定
- *4 08年度実績
- *5 直近決算期実績

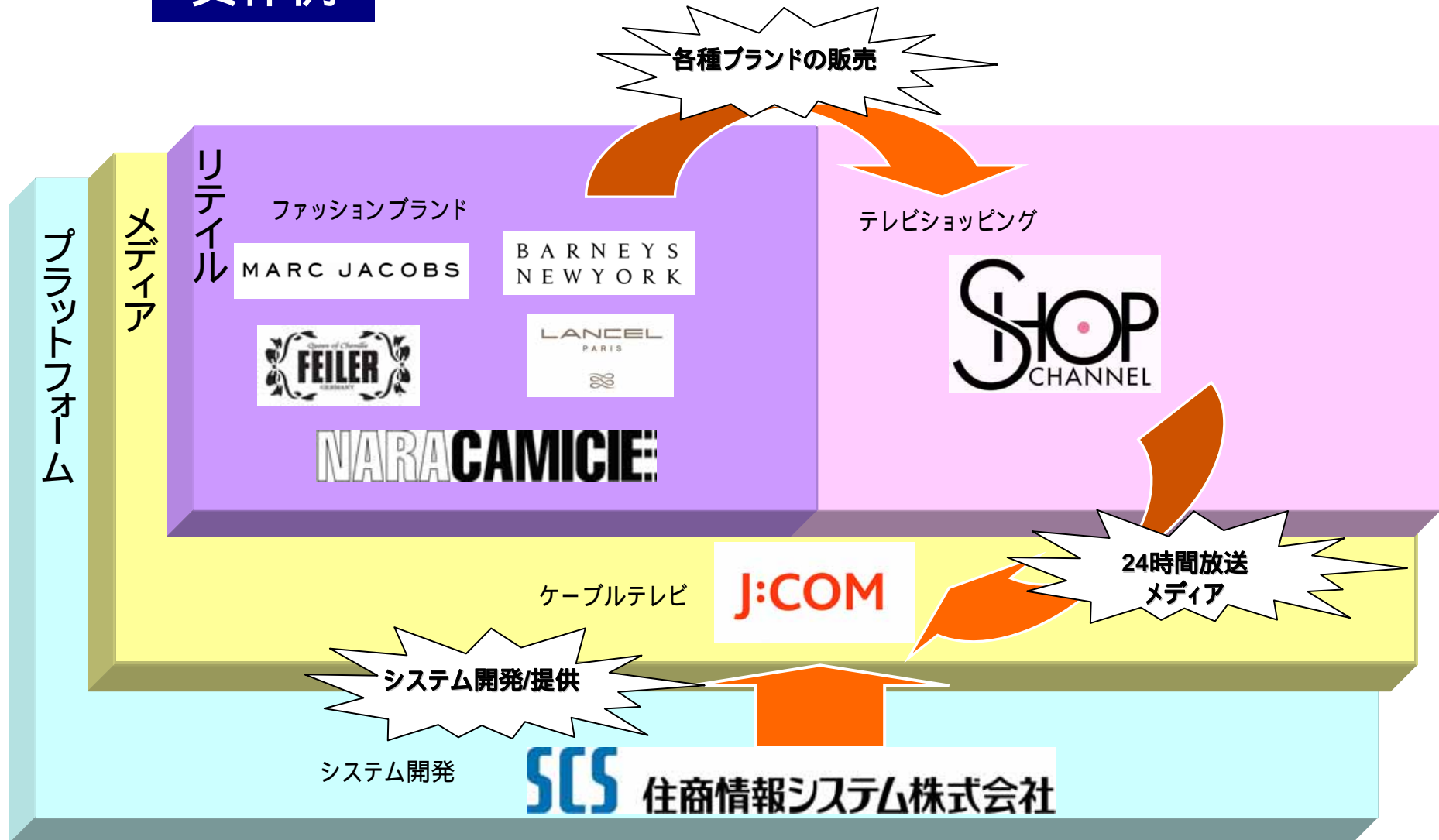
部門の強み

事業会社間のバリューチェーン強化と、
メディア・IT・リテイルを融合したマルチチャンネル展開の推進



部門の強み

具体例



最近の取組実績

・ショップチャンネル完全子会社化(持分35% 100%)

・J:COMとジュピターTV(有料多チャンネル放送事業)の統合

・J:COMのM&A推進(メディアッティ買収他)

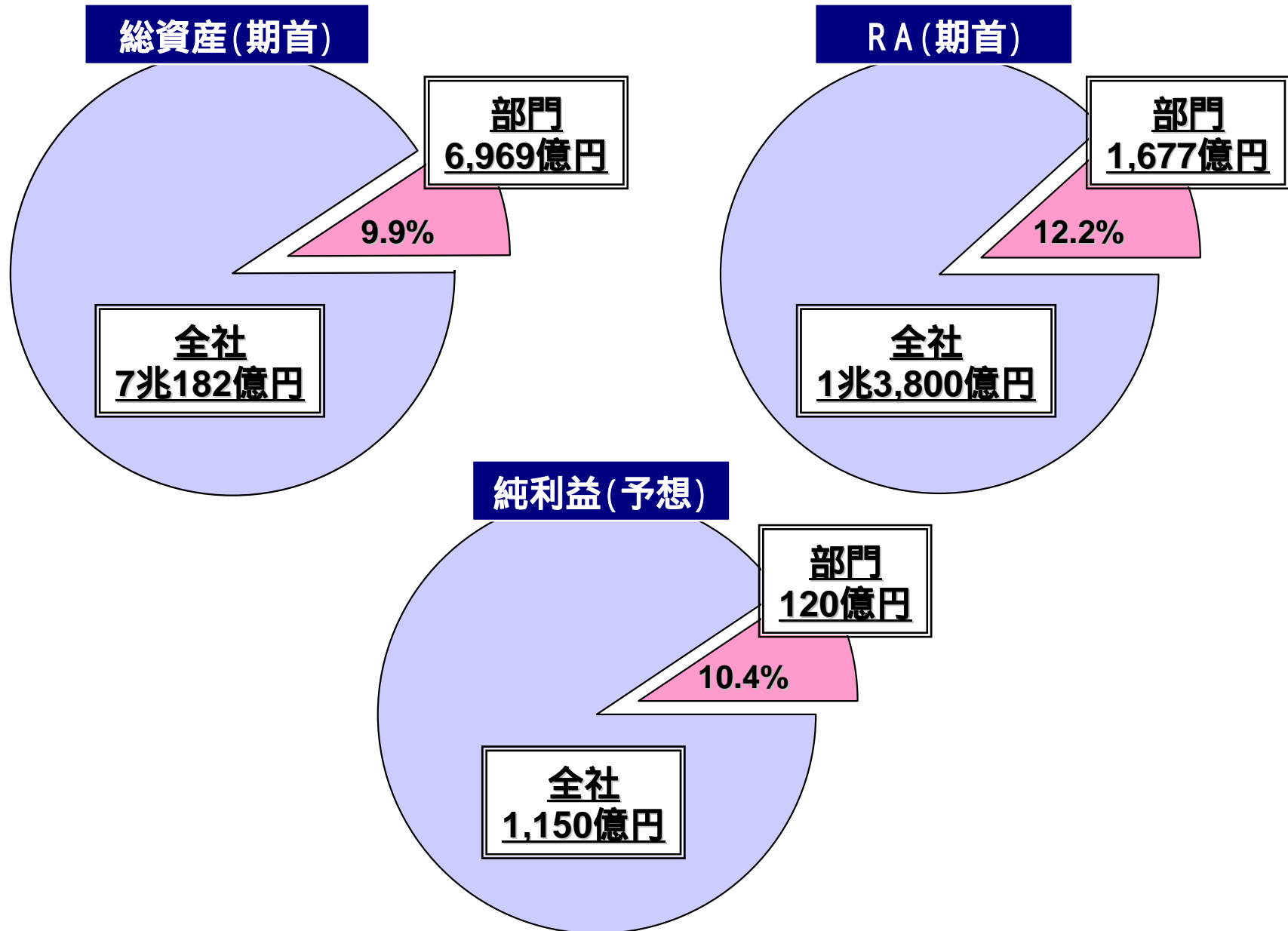
・携帯電話販売事業の再編(ティーガイア発足)

・住商ネットスーパー設立

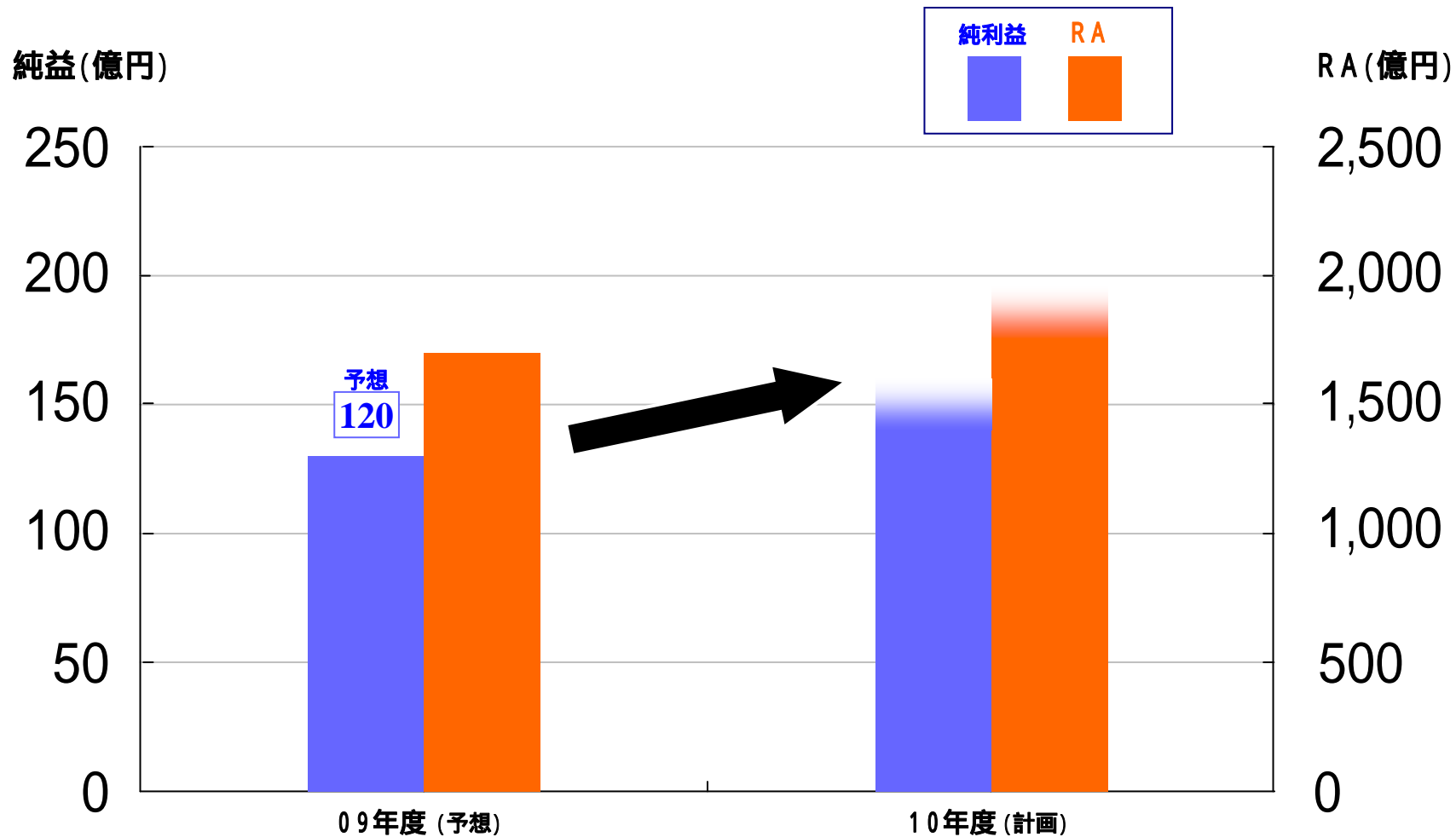
・ブランドポートフォリオの拡充

07年9月 ナラカミーチェ全株式取得
08年10月 ランセル ジャパン設立
08年12月 マーク ジェイコブス ジャパン設立

全社に占める比率(09年度)



業績推移



FOCUS'10

RR 2年平均: 8.0%程度

今後の事業戦略

【重点分野】

事業環境

- ・国内消費環境の冷え込みはもう暫く続く
- ・放送と通信の融合による競争の激化
- ・ライフスタイルの変化と消費形態の多様化

メディア・リテイル事業の更なる拡大

ショップチャンネルの商品力・番組力強化と顧客基盤拡大
ネットスーパー事業の首都圏での本格展開
爽快ドラッグの商品調達強化やモバイル展開の拡充
既存リテイルビジネスのマルチチャンネル化推進

コア事業の強化

J:COMのコンテンツ拡充及びサービス高度化
住商情報システムの事業基盤強化
サミットの新規出店と資本業務提携の推進
トモズとクスリのカツマタの経営統合
ティーガイアの販売網強化と経営の効率化
ブランドポートフォリオの拡充