

サンエー・インターナショナル通販事業

直営サイトを拡大

メディアミックス促進

サンエー・インターナショナルは直営サイト「セレクトソニック」事業を拡大する。特集コンテンツを拡充するとともに、各ブランドのホームページや雑誌、今年8月から開始したテレビ通販とのメディアミックス戦略を促進、「お客を飽きさせない仕掛け」（安藤慎一郎マーケティング統括本部E.C.戦略事業部長）を強めてアクセス数と購買客数を増やす。機会損失を減らすための在庫管理体制も整える。06年3月に本格化して以降、順調に売りの上げを伸ばしており、前期（09年8月期）も売上高19億1300万円（前期比46・1%増）を達成した。今期は売上高28億円を目指す。

今年3月に従来よりも高感度・上質感を求める客層を狙った別サイト「インターナショナル・セレクトソニック」を開設するなど展開ブランドを拡大、前期で自社で扱うほぼ全ブランドが網羅できたことから、今期は「コンテンツの充実とお客を誘導するための仕掛け」に力を注ぐ。

今期からE.C.戦略事業部内に

社内のデジタル業務全般を行うデジタルクリエイティブ課を新設、本社内に撮影スタジオも設置した。売りの上げランキングやブランドミックス型の「お薦めコーデイネット」、1カ月先に販売する商品のコーデイネット提案など特集内容を充実する。さらに、従来は外部企業に委託していた各ブランドのホームページと公式ブログの運営を内製

化する。現在ホームページを開設していないブランドも多いことから、今期中にパソコン、モバイルともに全ブランドでホームページを整備する。商品情報発信で連携することなどによって、各ブランドの顧客がサイトにアクセスできる機会を増やす。特別協賛しているファッション関連雑誌「SWAK」との取り組みを強め、「ネット上で

は表現しきれないコーデイネットを打ち出す」。

無店舗販売事業拡大の一環として8月から同事業部で始めたテレビ通販との運動も強める。8月は住金物産が始めた「MOSTI・tv」でレディースの「プロポーシヨンボデイドレッシング」「バービー」を販売、11月にはジュビターシヨップチャンネルの「シヨップチャンネル」で、レディースの「ヴェールドァンス」とレディース服飾雑貨主力の「ユニック・パー・ヴェールダンス」を展開する。同じ商品をテレビ通販で先行販売し、その約1週間後に実店舗とネット上で発売する手法をとる。

物流センター内に併設している撮影スタジオとの連携が強くなったことなどによって、今期中に「主力ブランドは実店舗と同時に商品を発売し、受注した日に出荷ができる」体制を整えた。その精度を高めるため、今期から事業部の正社員が物流センターに常駐する体制にし、「本部とセンターとの情報の共有化と意思の統一を図る」。今期中を目標に、通販向けの在庫管理を一元化し、これまでブランドごとに行っていた他社サイトへの商品の配分をE.C.戦略事業部でできる体制にする。