

2014年度売上実績 1,365億円 ～創業以来18期連続の増収を達成～

24時間365日生放送のショッピング専門チャンネル「ショッピングチャンネル」（ジュピターショッピングチャンネル株式会社、代表取締役社長：篠原淳史、所在地：東京都中央区）では、2014年度（2014年4月～2015年3月）の売上高が対前年比2.8%増の1,365億円となり、創業以来18期連続増収を達成しました。

ショッピングチャンネルでは、2012年度からスタートした新中期経営計画（5カ年計画）のもと、

①さらなる商品力・番組力・オペレーション力の強化による収益基盤の拡充、②顧客基盤の維持・拡大、③インターネット販売の強化・拡大、④海外市場への新規事業展開 の4点を重点施策として取り組んでまいりました。

2014年度は、各重点施策において以下の成果をあげ、成長を継続することができました。

①さらなる商品力・番組力・オペレーション力の強化による収益基盤の拡充

2014年12月5日に、家電カテゴリーの商品のみで24時間を構成するイベント『寝たら損する！24時間オールスター家電祭』を放送しました。24時間、家電商品のみを販売するのは、ショッピングチャンネルで初めてでしたが、商品力・番組力・オペレーション力の結集により、約13億円を売り上げ、カテゴリーに特化した24時間イベントの1日あたりの売上高として、過去最高を記録しました。

②顧客基盤の維持・拡大

認知度の向上を目指し、2014年6月にショッピングチャンネル初となる地上波テレビCMを放映しました。2015年1月には第2弾となる地上波テレビCMも放映し、CM放映前と比べてブランド認知（純粋想起）を向上させることができました。

③インターネット販売の強化・拡大

インターネットサイトのみで購入することができる『ネット限定商品』の拡充および、インターネットサイトの利便性・機能性の向上に注力しました。お客様に24時間いつでも・どこでもショッピングチャンネルを楽しんでいただける環境と、コンテンツ作りを進めています。

④海外市場への新規事業展開

住友商事および現地の有力パートナーと合併で設立したショッピング・グローバル・タイランドは、2013年11月の放送開始以降、生放送時間を拡大するとともに、売上および顧客数も順調に伸ばしています。

新中期経営計画のスタートから4年目にあたる2015年度のショッピングチャンネルは、引き続き「商品力」「番組力」「オペレーション力」の強化に取り組み、顧客基盤の維持・拡大を続けてまいります。あわせて、この3つの強みをいかし、ライブ動画を取り入れた独自のECモデル確立に力を入れ、さらなる成長を目指します。

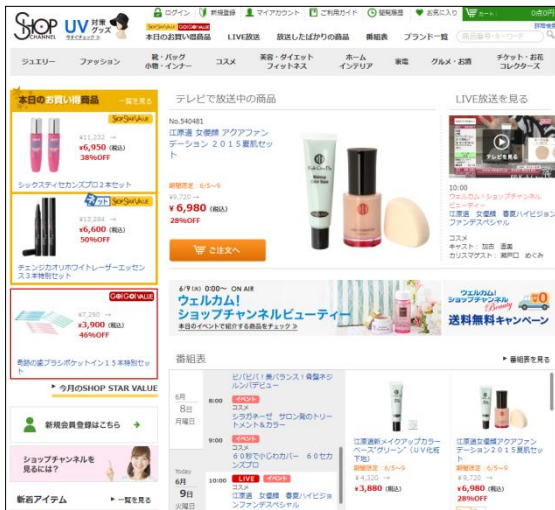
【参考資料】



■ ショッピングチャンネルとは

ジュピターショッピングチャンネル株式会社（本社：東京都中央区）は、1996年11月に日本で初めて生放送を取り入れたショッピング専門チャンネル「ショッピングチャンネル」を開局しました。現在は24時間365日生放送、テレビ通販企業国内最大手です（2013年度 テレビ通販事業による売上高ベース）。

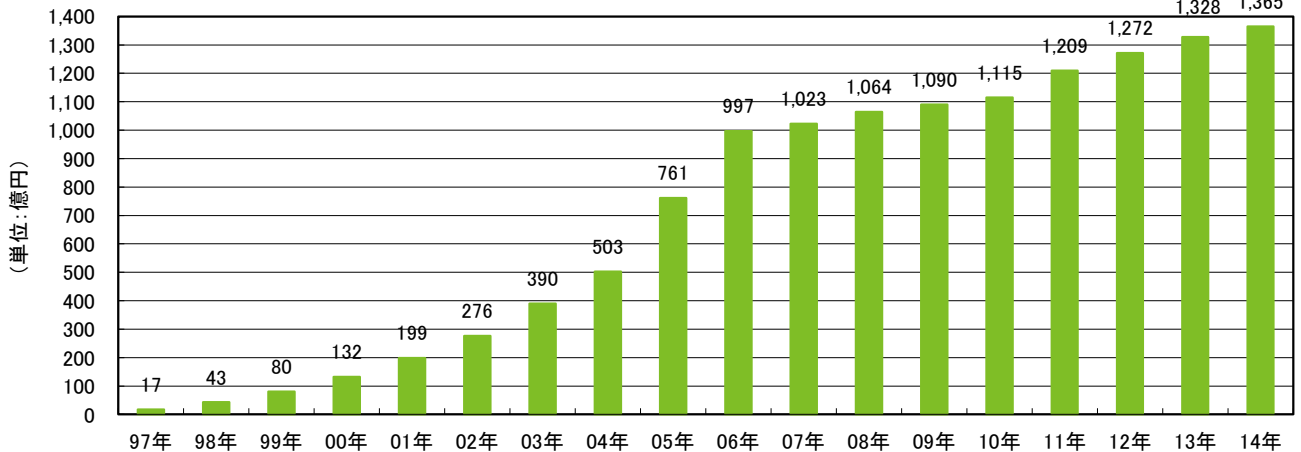
ケーブルテレビや衛星放送などを通じ、無料で全国2,871万世帯にて視聴可能です（2015年3月末現在）。また、ファッションアイテム、コスメ、家庭用品、健康グッズなど、世界中から厳選した商品を毎週約700アイテム紹介し、24時間注文することができます。



インターネットサイトはテレビの生放送と完全連動しており、生放送中の商品をリアルタイムに表示しています。

「ネット限定商品」の中で、その日一番のおすすめ商品である「ネットだけショッピング・スター・バリュー」を、日替わりでご紹介しています。

ショッピングチャンネルの売上推移



※2007年度までは12月決算。2008年度より決算期を変更し、3月決算に。2008年1月～2009年3月の15カ月決算では、1,317億円。