



ジュピターショップチャンネル株式会社
〒135-0016 東京都江東区東陽 7-2-18
2023年7月版 無断転用・転載を禁じます。

SHOP
CHANNEL

心おどる、瞬間を。

CORPORATE PROFILE
会社案内

ブランドプロミス ~ショップチャンネルの変わらぬ約束~

Brand Promise

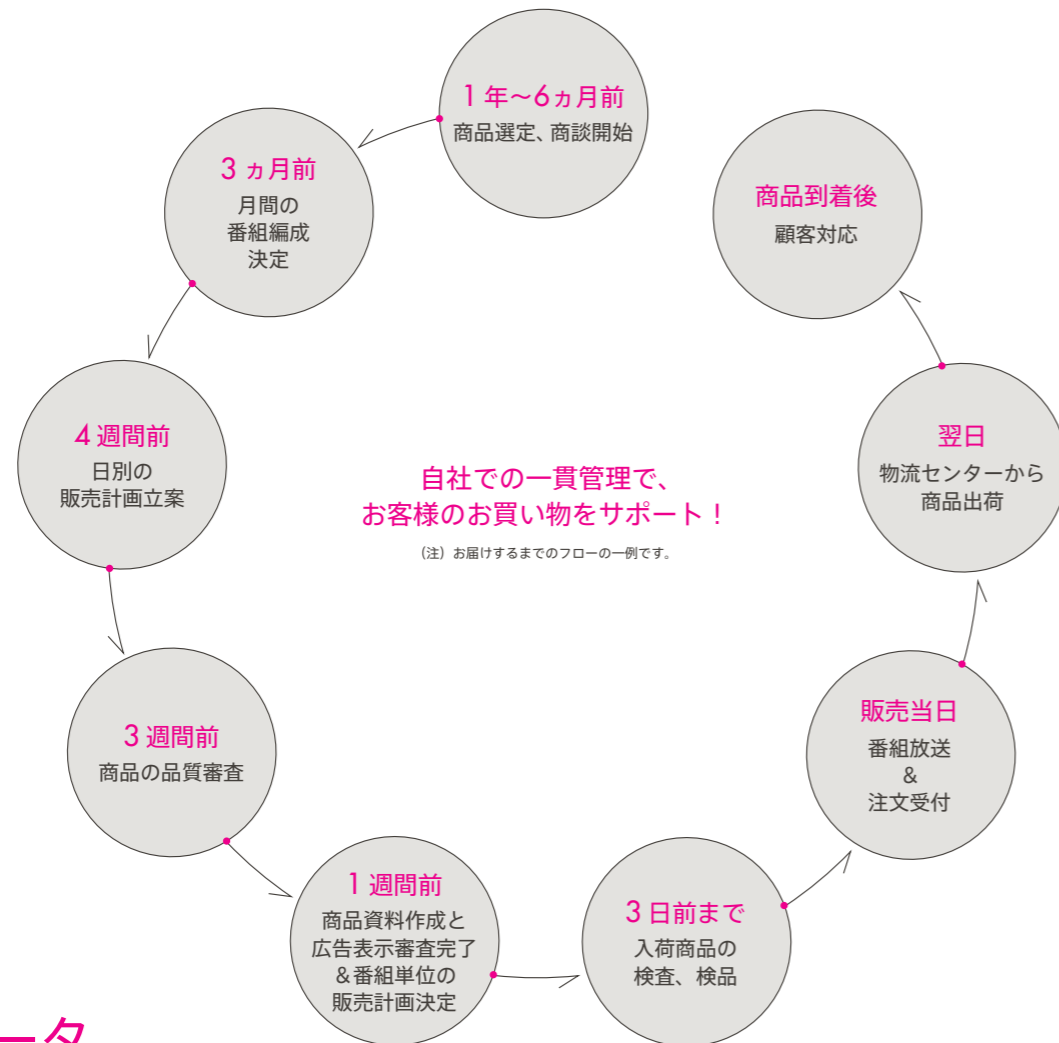
すべては「心おどる、瞬間を。」
お届けするために

ショップチャンネルは、
エンターテインメントとしてのショッピングを通じ、
良い商品とお客様をつなぐストーリーをつむぎ出し、
多様化するお客様の毎日の暮らしに
「心おどる、瞬間を。」提供していきます。



商品がお客様に届くまで Product Flow

商品選定から販売後の対応まで、自社で一貫管理を行っています。過去の実績とお客様のニーズを反映した商品選定・販売計画のもと、様々な工程を経て、お客様に心おどるお買い物体験をご提供しています。



数値データ

In Numbers

数字で見るショップチャンネル



主力番組・放送スケジュール Golden Time

深夜0時と昼12時はショップチャンネルのゴールデンタイム。とくに深夜0時の「ショップスターバリュー」は、日付が変わった瞬間にその日一番のおすすめ商品が登場するという分かりやすさから、多くのお客様の視聴が習慣化されています。



ショップスターバリュー 毎日 深夜 **0:00**～
その日一番のおすすめ商品を特別価格でご紹介



GO!GO! バリュー 毎日 お昼 **12:00**～
旬のアイテムや選りすぐりの商品など、午後のおすすめが登場



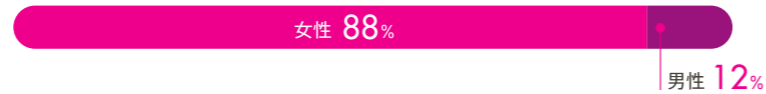
放送スケジュール例

0:00	SHOP STAR VALUE 本日のイチオシ!
1:00	グルメ
2:00	ファッション
3:00	家電
4:00	ホームインテリア
5:00	コスメ
6:00	ファッション
7:00	SHOP STAR VALUE 本日のイチオシ!
8:00	美容と健康
9:00	ホームインテリア
10:00	SHOP STAR VALUE 本日のイチオシ!
11:00	家電
12:00	GO! GO! VALUE 午後のオススメ!
13:00	ジュエリー
14:00	SHOP STAR VALUE 本日のイチオシ!
15:00	グルメ
16:00	ホームインテリア
17:00	コスメ
18:00	美容と健康
19:00	ファッション
20:00	GO! GO! VALUE 午後のオススメ!
21:00	美容と健康
22:00	SHOP STAR VALUE 本日のイチオシ!
23:00	バラエティ

顧客プロフィール Customers

幅広い世代のお客様に支えられているショップチャンネル。いつまでも好奇心旺盛で人生を楽しんでいる方や、自分なりの価値観・美意識を持つ大人の女性たちにお楽しみいただいています。

男女比 ※1



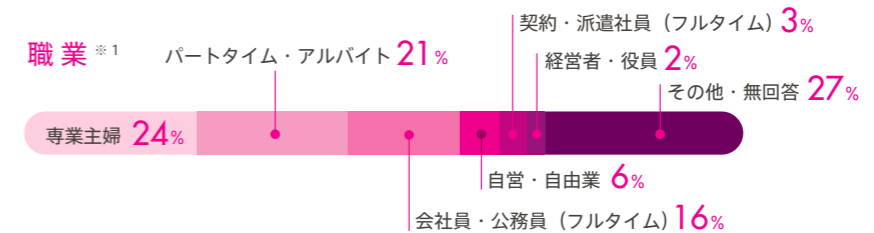
年齢 ※1



世帯年収 ※1



職業 ※1



(注)小数点以下を四捨五入していますので、合計100%にならない場合があります。
※1) ショップチャンネル顧客データより (2023年3月末現在)。

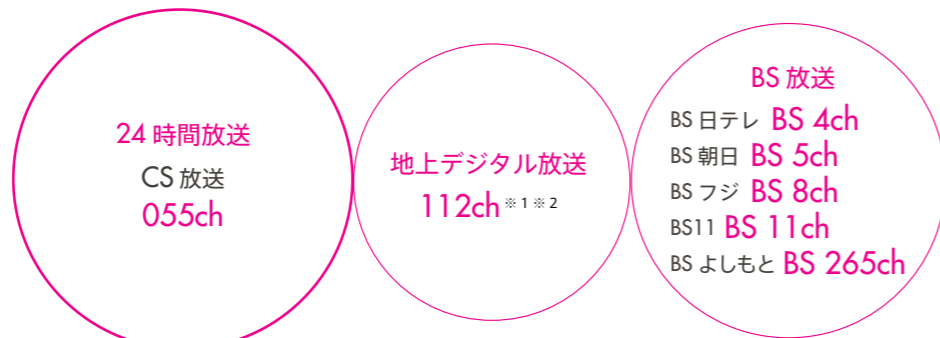
視聴メディア Media

国内の過半数のお宅でご覧いただける、ショップチャンネルの番組。CS放送、ケーブルテレビ、BS放送、地上デジタル放送、IPTV（ブロードバンドテレビ）、4K放送など、ご自宅の環境に合わせて幅広い視聴メディアでお楽しみいただけます。

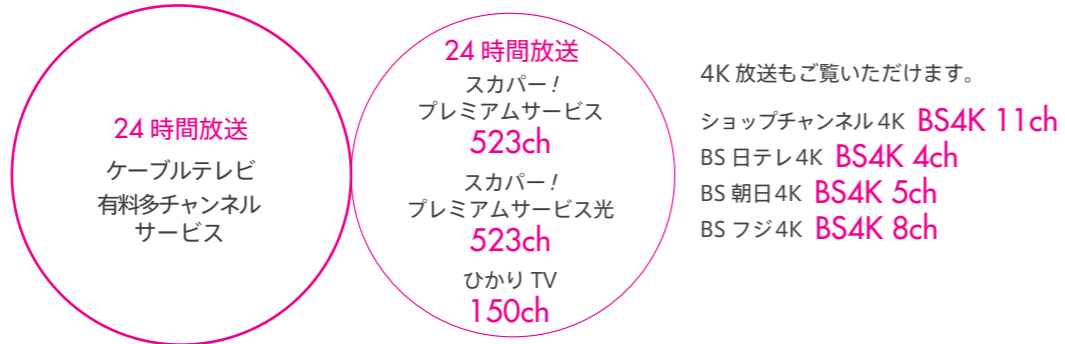
視聴可能な世帯数
日本全国
3,025万世帯※

- 北海道 76万世帯
- 東北 70万世帯
- 甲信越 90万世帯
- 関東 1,236万世帯
- 東海 313万世帯
- 関西・近畿 655万世帯
- 北陸 67万世帯
- 中国 125万世帯
- 四国 70万世帯
- 九州・沖縄 249万世帯

視聴料無料放送



有料放送



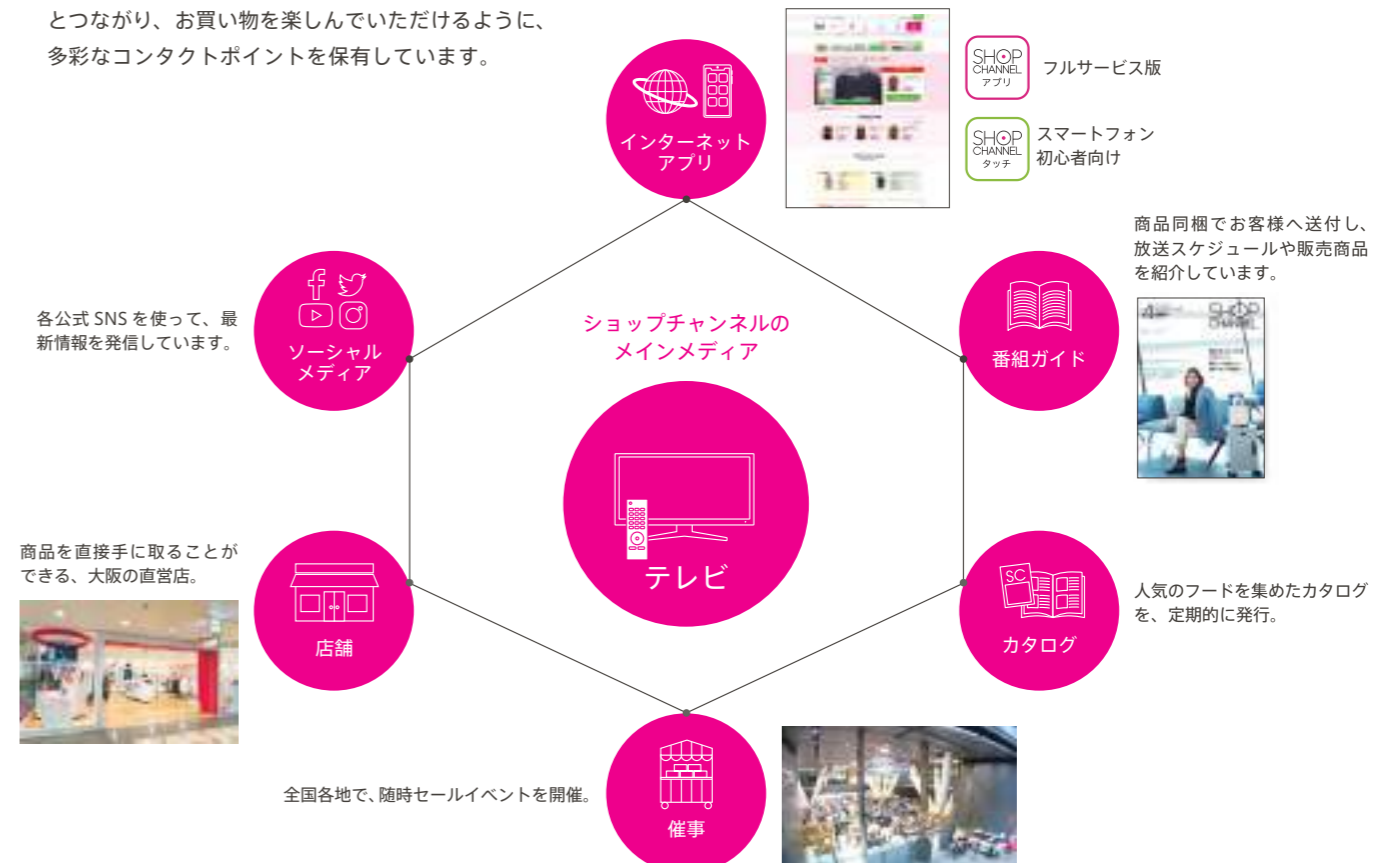
※ 配信世帯数を開示しているメディアの数値から算出（ケーブルテレビ、スカパー！、スカパー！プレミアムサービス、スカパー！プレミアムサービス光、ひかりTVの総計）。ただし、地域別の内訳には、スカパー！プレミアムサービス光、ひかりTVによる視聴世帯は含まれません（2023年3月末現在）。

※1) 112chはケーブルテレビ対応住宅やスカパー！ナビ対応住宅にお住まいの場合にご覧いただけます。
※2) 112chのチャンネル番号・放送時間はお住まいの地域により異なります。詳しくはインターネットサイトでご確認ください。www.shopch.jp

コンタクトポイント Contact Points

いつでもどこでもお客様が望む時にショップチャンネルとつながり、お買い物を楽しんでいただけるように、多彩なコンタクトポイントを保有しています。

デバイスを問わず、番組視聴や注文が可能です。



心おどる、瞬間を。

商品

Merchandising

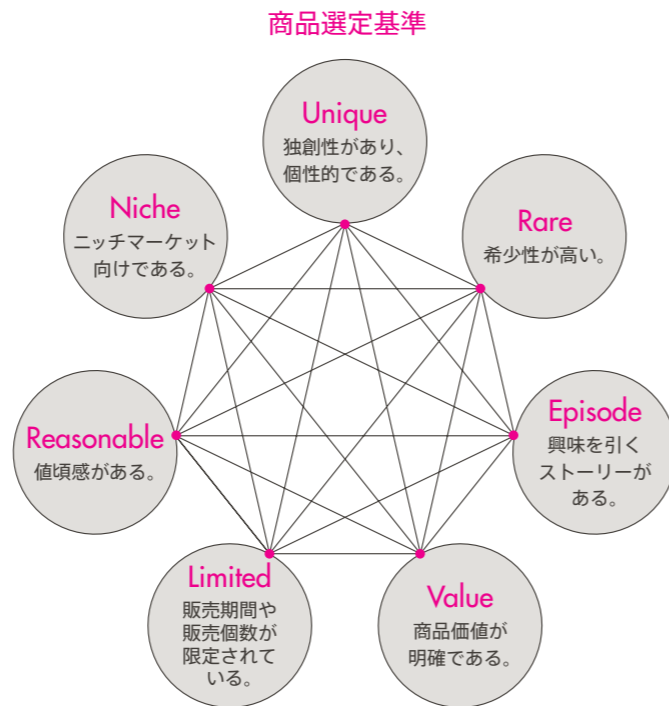
世界中から厳選した充実のラインナップ

テレビ放送では1週間に約500点*の商品をご紹介します、そのうち約半数が新品です。お客様のニーズに寄り添った商品ラインナップは、ショッピングの楽しさや喜びを生み出す重要な要素であり、この商品数と幅広いカテゴリーがショップチャンネルの人気の秘訣です。日本国内はもちろん、世界中から商品を発掘する専属バイヤーの情熱と目利き力が、この商品ラインナップを支えています。

*週によって変動あり（2022年度実績：約361～565点/週）

商品力を高める7つの選定基準

お客様に新鮮な驚きと感動をご提供するため、独自の選定基準に基づいて厳選したアイテムのみを販売しています。オリジナリティあるセレクションは、この7つの基準をもとに生み出されているのです。



お客様のニーズに寄り添う幅広いカテゴリー

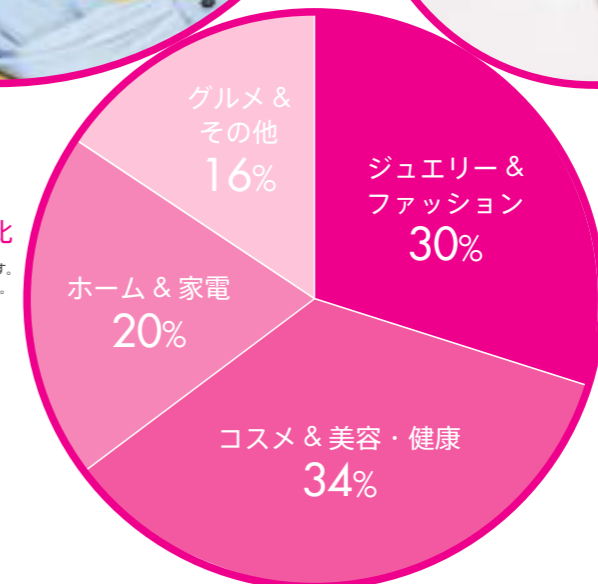
女性に人気の高いカテゴリーを中心に、お客様の豊かな心と暮らしを叶える旬のアイテムを幅広くご紹介しています。その種類は、ファッションをはじめ、美容関連、ホームグッズ、グルメなど豊富。専属バイヤーがカテゴリーごとに買い付けを担当し、国内外から商品を発掘しています。

商品カテゴリー



商品カテゴリー別売上構成比

(注) 小数点以下は四捨五入しています。
(注) 2023年3月末現在。



心おどる、瞬間を。
番組

Programming

生放送ならではの臨場感ある番組

商品の魅力や作り手のこだわり、ストーリーまでを余すところなく伝えるため、ショップチャンネルでは約30分～1時間かけてひとつの商品やブランドをご紹介します。生放送中は商品の注文数や在庫、コンタクトセンターの混雑状況をリアルタイムで把握し、お客様の知りたい情報や見たいポイントを的確に捉えながら番組を進行。実際に商品を手に取っていただいたかのようなリアリティと臨場感を生み出しています。



主役の商品をリアルに伝えるスタジオ

放送用スタジオとサブコントロールルームを3つずつ保有し、各スタジオには4面のセットを完備。商品の魅力や使い方はもちろん、色合いや素材の風合いもお手元で見ているかのように伝えるため、セットや照明など細部にまでこだわっています。

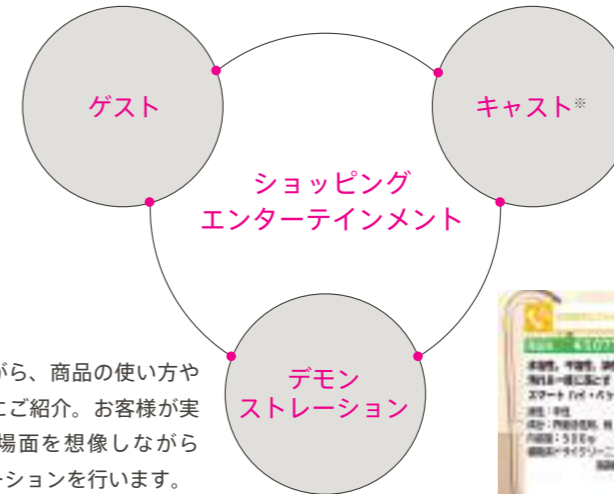
経験を活かした効率的な運営

セットの切り替えは、番組ごとにカメラを移動して対応しています。また商品の在庫状況や注文状況をリアルタイムで把握しているサブコントロールルームは、スタジオと常に連携。5台のカメラを1人で遠隔操作するカメラマンなど、各スタッフがマルチタスクで効率的な番組放送を支えています。

三位一体でお届けするショッピングエンターテインメント

司会進行役の「キャスト」と商品を熟知する「ゲスト」による“セリフ台本なし”の説明が番組の魅力。商品を実際に手に取ることができないお客様のために、デモンストレーションを交えて、分かりやすく商品の細部に至るまでご紹介します。

開発者やデザイナー、メーカー社員などが、ゲストとして番組に出演。商品にまつわるストーリーやこだわりのポイントを詳しく説明します。



キャストは番組の司会進行役です。お客様の視点に立ち、分かりやすく的確な説明で商品の魅力をご紹介します。在庫状況などもリアルタイムでお伝えします。

※ CAST : Creative Adviser of Shopping Tour の略

実演を交えながら、商品の使い方や特徴を具体的にご紹介。お客様が実際に使用する場面を想像しながらデモンストレーションを行います。



心おどる、
瞬間を。

番組

Programming

全スタッフが丸となる最終準備 ~番組の裏側~

お客様の心をつかむ臨場感あふれる番組づくりは、出演者であるキャストやゲスト、制作スタッフ同士の連携と準備が鍵。放送直前の最終準備から本番までの様子をご紹介します。

番組スタッフの 全体ミーティング

スタジオとサブコントロールルームのスタッフが集合。商品内容、デモンストレーションの有無など番組進行の流れを確認します。



キャストとゲストのミーティング

本番1時間前に、出演者は最終確認の打ち合わせを行います。商品情報をもとに番組でお伝えすべきポイントを擦り合わせることで、より分かりやすく、楽しい番組づくりに備えます。



本番前の最終準備

スタジオやサブコントロールルームでは、スタッフがカメラの位置や番組で使用予定の動画素材、文字情報、音声チェックなどの最終確認を行います。



スタジオ内では…

生放送を行いながら、隣のセットで次の番組の準備も行っています。スタジオ内の複数のセットを活用し、効率的に運用しています。



スタジオと連携する サブコントロールルーム

サブコントロールルームでは、セールスプロデューサーやテクニカルディレクター、カメラマン、CGオペレーター、音声兼タイムキーパーの全5名が、スタジオやコンタクトセンターと連携しながら番組を進行。なかでもセールスプロデューサーは、売上や在庫、入電を管理しているシステムで、状況を的確に把握。タイムリーにキャストやスタジオスタッフに指示を出しています。

本番 START

商品の特色や使い方を、セリフ台本なしの掛け合いとデモンストレーションでご紹介。キャストはインカムを装着し、サブコントロールルームにいるセールスプロデューサーから届く指示や、注文状況・在庫状況などを踏まえて、番組を進行していきます。

注文受付は迅速に コンタクトセンターで対応

お客様からのご注文の電話とともに、商品の見せ方へのご要望をいただくこともあります。サブコントロールルームにいるセールスプロデューサーの席には、コンタクトセンターとの直通電話を設置。お客様の声を活かして臨機応変に番組が進行できるように連携しています。



心おどる、瞬間を。

オペレーション

Operation

スピードとクオリティを兼ね備えたオペレーション

お客様からの生の声を直接伺うコンタクトセンターと、お客様にお届けする商品を扱う物流センター。スピーディかつすみずみまで行き届いた丁寧なサービスで、快適なお買い物をサポートしています。



1日6万件のご注文・お問い合わせに対応するコンタクトセンター

自社運営のコンタクトセンターでは、注文受付とお問い合わせの対応を行っています。お客様から寄せられたご質問やご意見は、コンタクトセンターから社内に共有。その後の番組づくりや商品選定、サービス向上に活かされています。

●**ご注文対応** 時間帯によってコール数が異なるため、販売予測をもとに最適な人数のオペレーターを配置して対応。IVR（音声自動応答）も含め、スピーディにご注文いただける環境を整えています。また、東京コンタクトセンターの中央に位置するコマンドセンターでは、東京と大阪を合わせたセンター全体を管理し、お客様の生電話をスタジオにつなぐ役割も果たします。

●**お問い合わせ対応** 商品購入後のお問い合わせは、自社の専門スタッフが対応します。お問い合わせの内容は、必要に応じて社内関係者に共有され、素早い回答や対応を心がけています。

コンタクトセンター 拠点 / 東京・大阪

オペレーター席数	東京 250 席 大阪 110 席
オペレーター数	約 800 名
注文・お問い合わせコール数	約 60,000 コール / 日
電話回線数	約 1,600 回線
ご注文受付	24 時間
お問い合わせ	9時~21 時

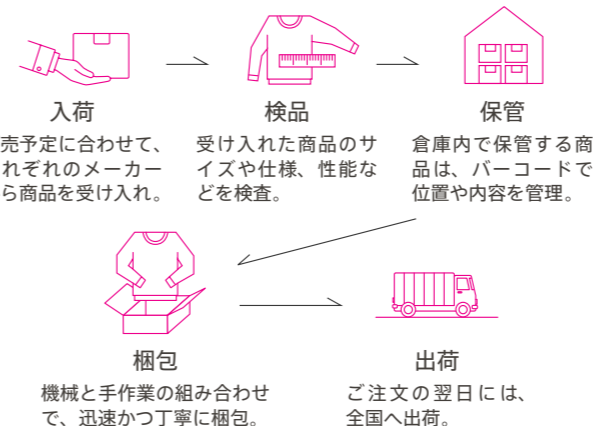
(注) 2023年3月末現在。

JR 南船橋駅より徒歩圏内の施設は、ラウンジなども備えた快適に働ける環境です。



1日5.1万箱の出荷を可能にする高機能な物流センター誕生

従来の5つの物流拠点を統合、2022年春から千葉県船橋市の「MFLP 船橋Ⅲ」にて、約10万㎡の高機能な物流センターが稼働しています。毎日変わる売れ筋商品の大量出荷や、ジュエリーから大型家電まで多様な商品の出荷に対応する柔軟なオペレーションを実現。商品の受け入れから、検品、保管、梱包、出荷まで、機械と人の手を最適なバランスで配し、より効率的で安全や環境にも配慮した物流を可能にしました。



お客様の多様な注文に応える柔軟で効率的なオペレーション

注文が集中するいち推し商品の単品購入は、専用のスピードラインで迅速に対応。多様な複数購入は、自動倉庫から商品が作業スタッフの元に運ばれてくる、定点ピッキングシステム「GTP (Goods To Person)」を導入して効率的かつ正確に対応しています。長年の知見を生かし、ショップチャンネルならではの最適なオペレーションを実現しています。

物流センター

延床面積	100,103 m ²
最大出荷能力	約 180,000 点 / 日
平均配送件数	約 51,000 箱 / 日 (産地直送品含む)

(注) 2023年3月末現在。

沿革 Milestones

1996

11月
ジュビターショップ
チャンネル株式会社設立



パーフェクトTV! (現・スカパー!) にて放送開始、
放送は1日12時間、生放送は週18時間

1997

3月
放送を1日24時間に拡大

12月
生放送を週5日、36.5時間に拡大

1999

7月
自社スタジオ、専用のコールセンターなどの機能を集めた新オフィスビルへ移転

生放送を週60時間に拡大

2000

2月
PR誌「SHOP CHANNEL THE MAGAZINE」創刊 (現・月間番組ガイド)



10月
生放送を1日約12時間に拡大

2001

3月
日本初、24時間生放送実施 (1日のみ)

10月
生放送を週100時間に拡大

2002

10月
初の直営店「アウトレットショップお台場」オープン (~2009年2月)



2003

3月
インターネットサイトオープン



9月
タイから初の海外生中継を実施



※画像は2005年4月タイ中継

2012

4月
カンパニータグライン「心おどる、瞬間を。」制定



5月
「品質マネジメント-顧客満足-組織における行動規範のための指針」国際規格 ISO10001 自己適合宣言

2014

2月
「ショップチャンネルアプリ」提供開始

6月
初の地上波テレビCMを放映

11月
「平成26年度第8回製品安全対策優良企業表彰」にて優良賞を受賞

2015

8月
「子育てサポート企業」として「くるみん認定」取得



2016

8月
3ヵ月連続の特別番組「開局20周年特番 夢を買えたら」放送



2017

4月
J:COM TVにて「ショップチャンネルプラス」放送開始



7月
「タッチでアプリ」提供開始

2018

11月
「えるほし」最高位認定を取得

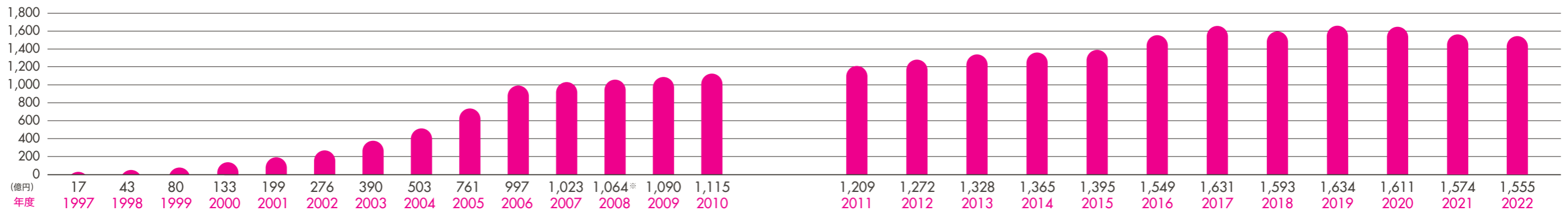
12月
「ショップチャンネル4K」放送開始

2019

3月
「ショップチャンネルプラス」放送チャンネル拡大

8月
インターネットサイトにファッション専用ページ「ショップチャンネルスタイル」オープン

売上推移



(※) 2007年度までは12月決算、2008年度からは3月決算に変更しています。2008年1月から2009年3月までの15ヵ月決算では1,317億円です。

2004

3月
日本初、インターネットサイトにて、テレビ放送の24時間無料ストリーミングを開始

大阪コールセンター開設

9月
東京都中央区にスタジオビル完成



完全24時間生放送開始

2005

4月
直営店「ショップチャンネル大阪」オープン



10月
乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝える「ピンクリボン運動」への協賛を開始

2006

3月
東京コールセンター移転

5月
個人情報保護の体制を整備している事業者を認定する「プライバシーマーク」取得

2007

4月
千葉県習志野市に物流センター移転

BS朝日にてBSデジタル放送初のサイマル生放送開始

10月
CSデジタル055chにてフルハイビジョン放送開始

12月
12月期決算で年間売上高が1,000億円を突破

2008

6月
「品質マネジメント-顧客満足-組織における苦情対応のための指針」国際規格 ISO10002 自己適合宣言

7月
日本各地にフォーカスした特別番組「日本を見つけよう」放送開始

初回は沖縄・万国津梁館から生中継実施



2020

4月
新型コロナウイルス感染拡大の影響により生放送を1日7時間に変更

6月
生放送時間を1日16時間に変更

10月
新型コロナウイルス感染拡大で影響を受けた事業者を支援する特別番組「おうちで味わう! うまいもの巡り 全国グルメ物産展」放送開始

2021

2月
東京都江東区に4K設備を完備したスタジオを新設し移転

3月
東京都江東区に本社を移転



2022

4月
コーポレートロゴ刷新



生放送時間を1日20時間に変更

サステナブルファッションを紹介する番組「未来へのおくりもの」放送開始

ショッピングライブサービス「コレイヨ」提供開始

2023

4月
物流センターを千葉県船橋市に移転

会員制サービス「スターメンバーシップ」開始

12月
平日新番組「Oh! Cha15」スタート

2023

1月
ファッションコーディネート提案する「SHOP CHANNEL PEOPLE」開始

2月
ファッション特化型スタジオ開設

5月
チャータークルーズの旅行商品を販売

会社概要

Corporate Profile

会社名	ジュピターショップチャンネル株式会社	資本金	44億円
設立年月日	1996年11月22日 ※放送開始日1996年11月1日	代表取締役社長	小川吉宏
所在地	東京都江東区東陽7-2-18	代表取締役副社長	関山治
株主	JCOM株式会社 50% 住友商事株式会社 45% KDDI株式会社 5%	従業員数	994名 ※2023年3月末現在
事業概要	CATV放送、衛星放送、インターネット、カタログ等の媒体を通して通信販売を展開する「ショップチャンネル」の運営を中心としたダイレクトマーケティング事業		

心おどる瞬間を未来につなげるために Sustainability

ショップチャンネルに関わる全ての人、モノ、環境が豊かに元気でいられる未来を目指して、事業活動を通じてお客様や社会が抱える課題の解決、SDGsへの貢献に取り組んでいます。

ショップチャンネルが取り組む4つのテーマ

1 日本全国のお客様や取引先とのつながりを活かし、地域の活性化に貢献する。

ショップチャンネルならではのネットワークで地域の特産品や魅力を発掘し、発信する特別番組を放送。また清掃活動等を通じて、地域との連携強化やより良い暮らしづくりにも貢献しています。



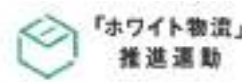
日本各地の特産グルメを紹介



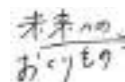
日本の匠による逸品を紹介

2 商品、番組、オペレーションを通じて人と環境にやさしいショッピング体験を実現する。

環境や社会に配慮した商品の取り扱いや、番組を通じた発信を強化。さらに「グリーン電力証書」の購入や、環境にやさしい梱包資材の使用を通じて、環境負荷の軽減にも取り組んでいます。



持続可能な物流の実現を推進



人と環境に配慮した商品を紹介

3 お客様の心と身体、健やかな毎日をサポートする。

乳がんの早期発見、早期診断、早期治療の大切さを伝えるピンクリボン運動の支援を推進しています。また、お客様のクオリティ・オブ・ライフの向上をサポートする商品をご提案し続けます。



10月はピンクリボン活動強化月間としてロゴを変更

4 誰もが能力を発揮し、生き生きと働くことができる職場環境を実現する。

ライフスタイルの変化に合わせた柔軟な働き方、職場環境を実現するため、2030年までに女性管理職比率50%以上、2023年度までに男性の育児休業取得率30%以上を目指しています。



仕事と育児の両立支援
「くるみんマーク」取得



女性活躍推進企業
として「えるぼし」
認定



「心おどる、瞬間を。」と共に、 30周年に向けて新たなスタート

当社は1996年に日本初のショッピング専門チャンネルとして誕生し、生放送とお客様との双方向のコミュニケーションを取り入れた新しいお買い物スタイルと価値をご提案してまいりました。2021年には皆様のご愛顧で25周年を迎えることができ、次の節目となる創業30周年に向けた挑戦をスタートしました。

消費者のライフスタイルや価値観の多様化、デジタル化の加速など、当社の事業環境はこれまでにないスピードで変わり続けています。当社のお客様に「心おどる、瞬間を。」お届けすることを経営理念に掲げ、お買い物体験そのものをエンターテインメントとしてお楽しみいただくことを目指してまいりましたが、激変する事業環境に対応すべく、これまで以上にお客様に寄り添い、お客様のニーズに引き合い、基盤事業の変革と新規事業の育成に邁進してまいります。また事業活動を通じた社会課題の解決にも積極的に取り組んでまいります。

お客様の信頼とご期待を上回るエンターテインメントをご提供し続けるため、全社員で創意工夫を重ねてまいり所存ですので、今後とも変わらぬご支援とご協力をよろしくお願い致します。

ジュピターショップチャンネル株式会社
代表取締役社長 小川吉宏

