

## MARUI LTÉE

Adresse : 3-8-18, Nakano, Nakano-ku, Tokyo 164, Japon Téléphone : 03-384-0101 Télex : 02322742 MARUI J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en janvier 1988)	444 098 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	32
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 32
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	13 878 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	0 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	301 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	8 026
ANNÉE DE FONDATION	1937

Marui est la cinquième plus importante chaîne de magasins à rayons au Japon. Elle se distingue par son volume élevé de ventes à tempérament. En 1987, le nombre de titulaires de la carte de la chaîne, la « carte rouge », s'élevait à 9 millions.

La rentabilité de l'entreprise est exceptionnellement élevée si on la compare à d'autres magasins à rayons. Pour l'exercice terminé en janvier 1988, la société déclarait des profits sur ses ventes après impôts de 4,1 %, le plus haut taux de rentabilité entre les dix plus grands magasins à rayons du Japon. L'entreprise doit en partie son succès à la politique de la maison qui vise le marché des jeunes adultes à qui elle offre des articles très dispendieux.

Marui a aussi mis en œuvre une politique en vertu de laquelle elle construit de nouveaux magasins à rayons, rénove les magasins existants et ferme les magasins non rentables. Seize magasins à rayons Marui ont fait rapport de ventes annuelles de 10 milliards de yens et plus pour 1988. La moyenne du chiffre d'affaires annuel par magasin est d'environ 14 millions de yens.

Afin de favoriser le moral du personnel et de bien motiver son personnel de ventes, la société a mis de l'avant un système de « gérants subalternes ». Les personnes choisies comme gérants subalternes sont affectées à un des 814 points de ventes de la société où elles sont investies du pouvoir de faire l'assortiment des produits, et de la responsabilité de contrôler l'inventaire et le roulement de la marchandise.

Marui accorde beaucoup d'importance aux accessoires tels que les chaussures, les sacs, le papier à lettre, les bijoux et les cosmétiques ainsi que sur les vêtements de designer et de marques célèbres. Il s'est suivi une augmentation des ventes au comptant.

La part des ventes à tempérament a diminué jusqu'à 60 % du total des ventes de la société, quoique le volume des ventes à tempérament a augmenté. Environ 50 % de la clientèle de Marui est âgée de moins de 24 ans.

Marui envisage ouvrir un premier magasin à rayons à Osaka vers 1991.

En se servant de sa base de données de son système de paiement à tempéraments, la société tente de consolider ses ventes par catalogue. Le taux de réponse aux sollicitations par la poste est d'environ 20 %, ce qui est de beaucoup supérieur au taux 5 % auquel aspirent les autres entreprises du commerce de vente au détail.

Marui cherche à donner de l'expansion à son service de crédit, d'agence de voyages et de courtage immobilier. Les services de crédit ont récemment connu une croissance très rapide, devenant un des principaux secteurs d'activité de l'entreprise. La société offre des prêts généraux ainsi que des prêts spécialisés tels que des prêts pour les billets d'avion achetés de sociétés aériennes du pays, pour des rénovations immobilières, des écoles de conduites et l'achat de voitures neuves ou d'occasion.