

“大人の TPO”をスマートに演出するブランド 「クロコダイル」が会員数「100 万人」を突破 公式 EC 売上も 2015 年から 10 年連続 2 桁増を目指す

ヤマト インターナショナル株式会社（本社：大阪市中央区、東京都大田区／取締役社長：盤若智基／東証スタンダード市場：コード番号 8127）が運営する“大人の TPO”をスマートに演出するブランド「クロコダイル」の総会員数（公式アプリ、公式 LINE、メールマガジン会員数総計）が 100 万人（2024 年 12 月時点）を突破いたしました。



■シニア世代もデジタル化の波へ

50～60 代の顧客をメインに、これまで新聞広告やチラシ配布など紙媒体が中心だったアナログな販促活動から、徐々にデジタルマーケティング戦略にシフト。2015 年から公式 LINE を開設し、EC の伸長を図るとともに、主要販路である GMS（総合スーパー）やショッピングセンターにおける 850 店を超える実店舗にて、LINE 会員獲得に注力してまいりました。さらに、2020 年からスマートフォン公式アプリを開設、リアル店舗を利用するロイヤリティの高い顧客の会員化を進めています。アプリにスタンプカードを実装したことで店舗スタッフは再来店への期待からアプリへの誘導に更に意欲的になり、ダウンロード数が大幅に増加。そうした取り組みの結果、ターゲット層のスマホ利用率や EC 利用者数の増加も後押しとなり、2024 年 12 月時点で総会員数が 100 万人を突破いたしました。

また、この会員数の伸長に比例し、公式 EC 売上も 2015 年の取り組みスタートから 10 年連続 2 桁増を目指しており、EC に消極的と言われるシニア世代においても順調に成長しております。

今後も引き続き会員獲得に注力しながら、カートシステムの刷新などへの投資により、顧客データの一元化を行い、オムニチャネルや OMO を推進し、多くのお客様にご満足いただけるような商品と、EC・実店舗問わずシームレスに買い物をお楽しみいただけるサービスを目指してまいります。

■クロコダイル ブランドストーリー

「クロコダイル」は、“大人の TPO”をスマートに演出するブランドです。上質なカジュアルスタイルをベースにした“自分らしいオン”と“きちんとオフ”という、大人が心地よく過ごすための社会性と時代へのフィット感を大切に考えています。

ワニのワンポイントが印象的な「クロコダイル」の歴史は古く、1952 年にシンガポールで誕生し、1963 年日本上陸。ブリティッシュトラッドを基調としたメンズカジュアルファッションの先駆けとして人気を博し、ポロシャツやハウンドブルゾンがブランドのアイコンとして親しまれています。また、2023 年のブランド設立 60 周年を記念した「クロコダイルタータン」は、由緒あるスコットランドタータン登記所に登録されています。

わたしたち、「クロコダイル」がこれから目指すのは着ているだけで自信が持てる服。現在「クロコダイル」「スイッチモーションクロコダイル」「クロコダイルコード」と広がり、ファッションを通じてお客様と共に心豊かな毎日を創ります。

- ・公式 WEB サイト <https://www.crocodile.co.jp/>
- ・Instagram https://www.instagram.com/crocodile_jp/

本件に関するお問い合わせ先

ヤマト インターナショナル株式会社

IR 経営企画室 保田・加藤 TEL：03-5493-5629 / E-mail：ir@yamatointr.co.jp

マーケティングコミュニケーション部 長尾・有馬 TEL：03-5493-5651 / E-mail：press@yamatointr.co.jp

【本社所在地】 〒143-0006 東京都大田区平和島 5 丁目 1 番 1 号

【HP】 <http://www.yamatointr.co.jp/>

