

## <大丸松坂屋百貨店のオムニチャンネルへの取り組み> 大丸松坂屋オンラインショッピング

3月1日(水)12時 リニューアル

大丸松坂屋百貨店では、従来より実店舗やネット通販など多様な販売チャネルを組み合わせ、お客様にさまざまな情報や商品・サービスを提供する【オムニチャンネル】への取り組みを推進しています。

当社のECサイト【大丸松坂屋オンラインショッピング】では、中元・歳暮を中心としたギフトやフード・スイーツ・ビューティーといった多彩なカテゴリーの商品を販売していますが、この度ECサイトのリニューアルを行い、ユーザビリティの改善とコンテンツの充実に取り組みます。

ユーザビリティの改善としては、より使いやすさにこだわり、従来の中元・歳暮ギフト対応中心の設計から、ご自分のためのお買い物にも便利な使い勝手の良いデザインに変更いたします。

加えて、顧客の多様なニーズに対応するため、提案型サイト【スペシャリティストア】①「はじめかた研究所」②「ワインファインダー」③「ニッポンのいいもの」を立ち上げ、新しい買物体験を提供いたします。

当社では、今後も【大丸松坂屋オンラインショッピング】の利便性向上や取り扱い商品の拡充に取り組みでまいります。

## 大丸松坂屋 オンラインショッピング

大丸・松坂屋百貨店の通販サイト  
大丸松坂屋のオンラインショッピング

### SPECIALITY STORES

大丸松坂屋のコンセプトショップ



## ■提案型サイト「スペシャリティストア」の導入■

### (1) あたらしくらしを提案するサイト「はじめかた研究所」

今までにない「あたらしい買い物体験」を切り口に、ものごとの「はじめかた」を訴求するページです。暮らしの様々な「はじめかた」の中から、約30の切り口をピックアップし、「新しく取り入れてみたい」「トライしてみたい」ものを選んでいただくページです。バイヤーが商品を選定した視点、思い、モノづくりの背景を、わかりやすくサイトの中でご説明いたします。それぞれの「はじめかた」を取り入れることにより、生活がいかに充実するかを担当者が実体験を交えてご紹介いたします。

また、雑誌編集・WEB制作など多岐にわたるメディア企画に携わる「伊藤総研」をディレクターとして起用、今までにはないコンテンツを楽しみながらショッピングできるサイトとしてご提案いたします。



暮らしの中のさまざまなことの「はじめかた」だけを研究する「はじめかた研究所」。  
 最初の一步が踏み出せないあなたへ。  
 はじめかた研究所はそっとあなたの背中を押して、あたらしくらしの一步を作り出します。  
 怖くはないよ。さあ、一步を踏み出そう。  
 はじめかた研究所について

#### ◆ラインナップの一例◆

おいしいコーヒー豆のえらびかた  
 鍋で炊くおいしいごはんのはじめかた  
 スタイルアップのはじめかた  
 おうちクリーニング

快適出張のはじめかた  
 日常使いを楽しむ器  
 快適オフィスワーク  
 お弁当作りのはじめかた など

#### ■「はじめかた研究所」販売目標：

2017年上期 20,000千円

## (2) 今からワインを飲み始める方でも楽しめる提案型ECサイト 「ワインファインダー」

① **ワインファインダーとは**

該当数 **1,299** 件

タイプ

赤 ロゼ 白 泡

味わい

飲み (赤)

強い 中 弱い

甘辛 (白・ロゼ・泡)

辛い 中 甘い

果実味

多い 中 少ない

酸味

高い 中 低い

ボリューム

大きい 中 小さい

価格

1,000円 3,000円 7,000円  
3,000円 7,000円 以上

国・地域

フランス  
 イタリア  
 アメリカ  
 チリ  
 その他

その他の項目

🔍 検索

条件をリセットする

※注意書きが入ります。

「選びやすさ・編集された情報・百貨店の信頼感」で  
ワイン初心者が『愛好家』へ育つサイト

- ターゲット: 食事シーンをワインと共に  
楽しみたい30歳~50歳の男女
- 商品: ここだけでしか購入できない  
直輸入ワインから価格訴求型の  
セットワインまで幅広く品揃え



(一般社団法人日本ソムリエ協会約 20,000 名の  
トップに立つ歴代52番目のマスターソムリエ)  
牛田晃稔氏

- ポイント: ①マスターソムリエ牛田晃稔氏の動画による厳選ワイン紹介  
季節のイベントや特別な日におすすめの  
上質なワインを選びすぐり、動画で解説いたします。
- ②絞り込み探索機能搭載  
お好みに合わせて「タイプ」「味わい」「価格」「国・地域」  
などでワインを絞り込み検索することができます。  
まるでソムリエと対話しながら探しているかのように  
ワイン初心者の方でも、好みの一本を簡単に見つけること  
ができる便利な機能です。
- ③WEBマガジン<ワインがもっと楽しくなるグッド・ティップス>  
バイヤーとシニアワインアドバイザーが、ワインをより  
おいしく飲むためのちょっとしたポイントを語ります。  
ワインに詳しくない方でも  
読み進むうちにワイン通になる連載企画です。  
第1回のテーマは「ペアワインとシェアワイン」です。

■「ワインファインダー」販売目標：  
2017年上期 25,000千円



(3) 買って見て、食べてみて、贈り物に使いたくなるサイト「ニッポンのいいもの」  
 全国の名産品や高級食材を楽しめるプチ贅沢グルメサイトをリニューアル

■ターゲット:アラウンド40～シニア層までの幅広い年齢層

■ポイント:全国各地からのお取り寄せグルメ商品を集積展開

- ①「グルメ対決」(特選素材／特徴を掘り下げ対決方式で比較しておすすめ)
- ②「旬着情報」(シーズン・旬／旬の食材や歳時記に関連する料理などの提案)
- ③「今月の提案」(おすすめグルメ／おいしいものを少しずつなど  
 ライフスタイルに合わせた提案を月替わりで)
- ④「美食探訪」(逸話・うんちく／銘店や有名ホテルの豊かな味わいなど  
 こだわり抜いた感動の一品をラインナップ)



■「ニッポンのいいもの」販売目標 :  
 2017年上期 10,000千円

■展開型数 : 約 200 点

<大丸松坂屋オンラインショッピング>

URL: <http://www.daimaru-matsuzakaya.jp/>

\* 3月1日(水)12時より上記URLからご覧いただけます。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社大丸松坂屋百貨店 広報 長野・五味・杉谷 TEL:03-6895-0816 e-mail:kouhou@jfr.co.jp

