

# Originality

自主編集売場  
オリジナル商品



# マーケット変化への即応と 独自性・収益性の追求

J.フロントリテイリングは売場の運営形態を「自主編集」と「ショップ運営」の大きく2つに分類し、それぞれのビジネスモデルに最適の組織、業務プロセス、人員体制を構築することで、オペレーション改革を進めています。

自主編集売場は、ショップ運営売場と異なり、百貨店自らの意思と判断で売場の拡大・縮小や品揃えの変更を自由に行うことが出来るため、マーケットやお客の変化にスピーディーに対応することが可能です。駅ビルやSCなど他の業態にはない百貨店独自の強みであり、かつ他の百貨店との差別化という意味でも有効な手段となります。またショップ運営売場に比べて粗利益率が高いため、効果的・効率的な運営ができれば収益力の強化につながります。

## 事業運営型組織により「仕入れて売る」すべてのプロセスを計画管理

当社は2011年9月、新百貨店モデルをより進化させるため、本社MD部門を従来の商品分類別の組織から、売場運営形態に対応した「自主事業統括部」「ショップ運営統括部」に再編しました。

自主事業統括部は、主に婦人雑貨と紳士雑貨を自主編集売場として展開。マーケティングから仕入調達、販売、損益管理に至るまで、「仕入れて売る」すべてのプロセスを一貫して計画管理する「事業運営型組織」としてスタートさせました。本社組織だけでなく、各店で自主編集売場のマネジメントや販売、店独自の仕入を行う人員もすべて自主事業統括部傘下とし、バーチャルな事業体として最終損益に責任を持ちます。

2012年9月には販売力の向上と生産性の高い店舗運営体制の構築を目指して、株式会社大丸松坂屋セールスアソシエイツを設立し、自主事業の販売は同社が担当することとしました。販売計画をベースに、利益率の高い重点商品の販売や、複数の売場を担当する販売員の育成など、1人あたりの生産性を上げる取り組みを行っています。

## 新たな編集売場の開発

自主事業統括部では、従来型のアイテム売場を縮小し、新しいマーケットがあると予測される新たな編集の切り口の売場を、店舗ごとに期間限定で展開しています。このようなトライアルの中で、今後「マーケットが確実にある」と判断できたものは、常設売場としての展開を行っています。

2013年3月から、自主事業の新たな編集売場として「WOOP WOOP!」を心斎橋店、梅田店、札幌店の3店舗でスタートさせました。当社が展開するヤング・アラウンド30をターゲットにしたスペシャルティゾーン「うふふガールズ」にご来店されるお客様に向けた、独自の編集による雑貨セレクトショップです。自分の好きなものを自由な感性で追求する「イマドキの女の子」目線で、ポップなスマートフォンケースやステーションナリー、キュートなエプロンやランチグッズ、バッグ・ポーチなど、従来取扱っていなかったアイテムや商品を集積して展開しています。



WOOP WOOP!

## 完全買取・高益率商品を拡充

自主事業統括部では、自らリスクをとって仕入れ、販売するという特性を活かし、完全買取商品の販売を進めています。婦人のネックウェア、帽子、靴や紳士のネクタイ、靴、バッグなどのインポート商材を中心に展開しています。

2012年9月から新たに大丸、松坂屋7店舗で、イタリアのシャツブランド「カミチッマ」の独占販売をスタートさせました。高品質かつ豊富なデザインシャツを、わかりやすくサイズ別に展開し、「選べる楽しさ」を演出しています。また価格もリーズナブルにおさえ、百貨店で

は珍しいバンドル販売(1枚で4,900円→2枚で7,900円→3枚で9,900円)を行っています。

完全買取商品は粗利益率も高く、販売力の強化によって消化率を高めることが出来れば大きく収益に貢献することが可能です。今後も効果的なアイテムを見極めながら、さらに取扱いを拡大していく考えです。



カミチッマ

## その他の自主編集売場

婦人雑貨、紳士雑貨以外の自主編集売場として、婦人服のプライベートブランド(PB)である「ソフル」、アイテム編集売場の「シーズンメッセージ」「ジーニングカジュアル」、ワールド社とのコラボレーション事業である「エッシュ」、紳士服のPB「トロージャン」があります。いずれも百貨店への信頼をベースに、品質と価格のバランスがとれたオリジナル商品や、ターゲットを明確にした編集売場を展開し、お客様の支持を集めています。



ソフル(SOFUL)

## 今後の自主編集売場の取り組み

2012年度の自主事業の売上は、対前年3.4%増、粗利益率は同0.45ポイントアップと、順調に推移しました。今後は既存のアイテムの展開面積を圧縮し、新たな商材の導入やシーズン別の売場の拡縮をよりダイナミックに行うことで売上拡大を目指すとともに、完全買取商品ははじめとする高益率商品の仕入拡大や、大丸松坂屋セールスアソシエイツの活用による一人あたりの生産性向上などにより、さらなる収益力の強化をはかっていきます。また自主事業統括部は今後新たな成長機会として、パルコをはじめ他の商業施設へ出店することも視野に入れています。