

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、百貨店が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たため、日々刻々と変化するマーケットやお客様の変化にスピーディーに対応することが可能です。また百貨店が在庫リスクを持つためショップ運営売場に比べて粗利益率が高く、効果的・効率的な運営が出来れば収益力の強化につながります。

新中期計画では自主編集売場をマネジメントする「自主事業」を百貨店の収益力強化のキーと位置づけ、商品企画力や在庫管理力、販売力などを抜本的に強化し、店舗の魅力化と差別化に貢献するとともに、売上総利益率の向上を目指します。

「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

自主事業は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」として運営し、主に婦人雑貨(婦人洋品、婦人靴)と紳士雑貨(ネクタイ・洋品、ワイシャツ、紳士肌着・靴下、鞄・旅行用品、紳士靴)の領域で自主編集売場を展開しています。本社MD部門だけでなく、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。

マーチャンダイジングの再構築

自主事業ではさらなる収益力の向上を目指してマーチャンダイジングの再構築に取り組んでいます。特に益率向上の要となる完全買取商品をはじめとした高益率商品を「戦略商品」と位置づけ、自主事業内の売上シェアを飛躍的に引き上げることを目指しています。戦略商品は、安定した収益が見込み、流行に大きく左右されないステープル商品(定番商品)を中心

とし、グレードは「低価格～中級」の範囲で独自商品・差別化商品の開発を行い、徐々に領域を広げていきます。

すでにヨーロッパから直輸入したネックウエア、帽子、靴などの戦略商品を展開し、お客様のご支持を頂いていますが、今後も海外や生産拠点、大手素材メーカーとの直接取引など新しい調達ルートの確立に取り組みます。また店頭でのお客様の生の声を収集することにより、顧客要望型商品の開発を強化し、お客様のニーズに的確に答えていきます。



完全買取の戦略商品「カミチッショマ」

売り切るための仕組みづくり

収益力向上を実現するためには、高益率商品を開発することに加え、仕入れた商品を最後まで売り切るための仕組みが不可欠です。自主事業では完全買取商品の消化率向上を目指して、2014年3月から新たな「単品管理システム」を導入しました。新システムでは単品レベルでの売上、在庫状況を本社、各店でタイムリーに把握するこができるため、商品の店舗間振り回し、期中マークダウン、売場展開の変更や追加発注を迅速かつ的確に行なうことが可能となります。

また、売り切るために最も重要な販売に関しては、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設立された株式会社大丸松坂屋セールスアソシエイツが担当。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。

PB・コラボレーション

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「ソフール」、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。

働く女性をターゲットとした「ソフール」では、OLを対象としたアンケートやモニター会議を実施し、「動きやすい」「コンパクトにたためて皺になりにくい」「スマホが入る少し大きめの内ポケット」など、お客様の「あつたらいいな」というお声を反映した「才色兼美ジャケット」を開発しました。今後もお客様の声を取り入れた独自商品や、年間を通じてマークダウンをしない定番商品の開発を行い、収益力の向上に取り組んでいきます。



ソフールの才色兼美ジャケット

今後の取り組み

自主事業は新たなアイテムやカテゴリーを取り込むことによって面積を拡大し、売上シェアを上げることによって全社の収益力向上に貢献していきます。また新たな成長機会として他の商業施設への出店拡大を目指します。2013年9月には独自に開発した雑貨セレクトショップ「woop woop!」を、池袋パルコ、福岡パルコに出店いたしました。今後も収益性と独自性を両立させた編集売場を開発し、外部にも出店できるビジネスモデルを目指していきます。



松坂屋名古屋店「woop woop!」