



マーケット変化への即応と 新たなカテゴリーへの挑戦

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2つに峻別し、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によって、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るため、日々刻々と変化する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。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。

「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(婦人洋服、婦人靴)と紳士雑貨(ネクタイ・洋服、ワイシャツ、紳士肌着・靴下、鞆・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、パーソナルな事業体として損益に責任を持ちます。

マーチャンダイジングの再構築

自主事業では収益力の抜本的強化を目指して、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については、お客様の声をもとに商品の企画・開発から取り組む自主企画商品の開発を推進しています。

一例として、2014年度は婦人靴のオリジナルブランド「ディセツトディセツト」の「お手頃プライスシリーズ」を神戸の靴メーカーと協業して新たに開発しました。7,900円～8,900円のお求めやすい価格で「履きやすく、長く履いても疲れない高機能パンプス」を30型・80種類展開し、お客様から好評を得ることが出来ました。このような完全買取商品の2014年度

の売上は、前年の約6割増となるなど、リスクを取った高収益商品を仕入れて販売する体制は着実に定着しつつあります。今後は価格や機能性だけでなく、よりクオリティとファッション



性の高い自主企画商品の開発に取り組んでいきます。

Dixsept Dixsept
1 7 1 7
自主企画商品
「ディセツトディセツト」の
「お手頃プライスシリーズ」

売り切るための仕組みづくり

完全買取商品を売り切るための仕組みとして、自主事業では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、各店で瞬時に把握することが出来るため、商品の店舗間移動や、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確に行うことが出来るようになりました。

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

自主事業の成長戦略

粗利益率が百貨店の平均益率より10ポイント以上高い自主事業では、売上を拡大することがダイレクトに百貨店の収益力向上につながります。そのために、品揃えの幅の拡大や販売機会の拡大に取り組んでいます。

品揃え幅の拡大の一環として、2015年3月から、京都店2階のラグジュアリーブランド売場の中に、約40の国内外ブランドを集積した特選雑貨の自主編集売場をスタートさせました。消費の二極化が進む中で、購買力が高くファッションへの関心も高いニューリッチ層をターゲットとし、新興ブランドや次世代を担うデザイナーブランドの靴、バッグ、ネック

ウェアなどを、カテゴリーを越えて編集しています。このような特選雑貨の自主編集売場は、今後主要店舗へ順次拡大展開していく予定です。また2015年3月から婦人雑貨・紳士雑貨のオリジナル商品を大丸松坂屋百貨店のネット販売でスタートさせるなど、販売機会の拡大にも取り組んでいます。

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「ソファール」、(株)ワールド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を展開し、お客様の支持を集めています。

百貨店の紳士服PBとして50年以上の歴史を持つ「トロージャン」は、2015年春大規模なリモデルを行いました。今回のリモデルでは、これまでのベーシックなモデルに加え、新たに2つのモデルを導入し、あわせて3つのモデルで66のバリエーションを展開します。既製服だけでなくパターンオーダーを同じショップ内で展開することにより、あらゆる年代・体型のお客様



が、ご自分にぴったりのフィット感とスタイリングの商品をお選びいただける売場を目指します。

TROJAN

新生「トロージャン」を象徴する「スマートフィットモデル」

今後の取り組み

自主事業は今後も新たなアイテムやカテゴリーを取り込み、売上シェアを拡大す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「リスクを取って仕入れ、販売する仕組み」の精度を高めることにより、将来的には独立した事業として収益を生み出すビジネスモデルを構築し、外部への出店拡大を目指していきます。