

JFR × 千趣会

シナジー創出に向けた取り組みが本格始動！

千趣会のオリジナルブランド「Kcarat(ケイカラット)」を 両社の **オムニファッションブランド** として再構築

今春、大丸松坂屋百貨店の5店舗にショップをオープン

- 3月11日(金)大丸梅田店 ■3月12日(土)大丸神戸店
- 3月16日(水)大丸京都店・大丸札幌店 ■3月18日(金)大丸東京店

J.フロントリテイリング株式会社(JFR)と株式会社千趣会は、千趣会オリジナルの婦人ファッションブランド「Kcarat(ケイカラット)」を再構築し、今春から大丸松坂屋百貨店の店舗、千趣会のカタログ、両社のECサイトで販売いたします。両社の強みを生かした「オムニファッションブランド」を一から構築し、今後取り組みを強化していきます。

「オムニファッションブランド」とは・・・商品の企画生産からプロモーション、マーケティング、顧客情報活用などを両社共同で行い、多様化するお客様のニーズや購買スタイルに対応する多層的なブランド。

新生「Kcarat」はオムニファッションブランドの第一弾となり、従来のブランドイメージ・価値観を保ちつつ、両社の強みを生かして価格とテイストの幅を広げました。通販のマス顧客から百貨店顧客まで、また一人のお客様のメリハリ消費(多少価格が高くても上着は流行や素材にこだわる一方、インナーはベーシックなもので価格を抑える、逆にベーシックなものこそ上質さを追求するが、流行サイクルが短いものはお手頃価格で揃える…など)や購買方法のバリエーション(ファッション性の高いものは店頭で試着したいが、日常使いのものはネットで。店頭在庫がないものはすぐにでもネットで購入したい…など)に対応いたします。

また、自社の店舗やサイトにとどまらず、路面店、外部商業施設、外部ECサイトへの出店も視野に入れ、ブランド力の強化、売上の拡大を図ってまいります。

輝く女性のリアル・シック・クローズ

Kcarat

2010年に誕生した50代女性向けの千趣会オリジナルブランド。2015年9月には、JFR × 千趣会の取り組みとして大丸神戸店、松坂屋名古屋店に期間限定ショップを出店。トークイベントに出演した黒田さんの着用シャツがイベント当日に完売するなど、百貨店顧客からも支持を得ています。

■新生「Kcarat」の特徴 (詳細は2～4ページをご覧ください)

- (1)「スタンダード」「プレミアム」「フェイバリット」の3つの商品ラインによって幅広い顧客層、(一人のお客様の)ニーズ、購買スタイルの多様化に対応
- (2)既存ナショナルブランドの80%の価格設定で“バリュー感”を訴求
- (3)販売チャネルの役割に応じた商品・プロモーション計画によって“最適な顧客接点”を創出
- (4)各販売チャネルの顧客・購買情報の一元管理によって最適な商品提案・提供→“ファン化”

店頭・通販の垣根を超えたご利用を促進

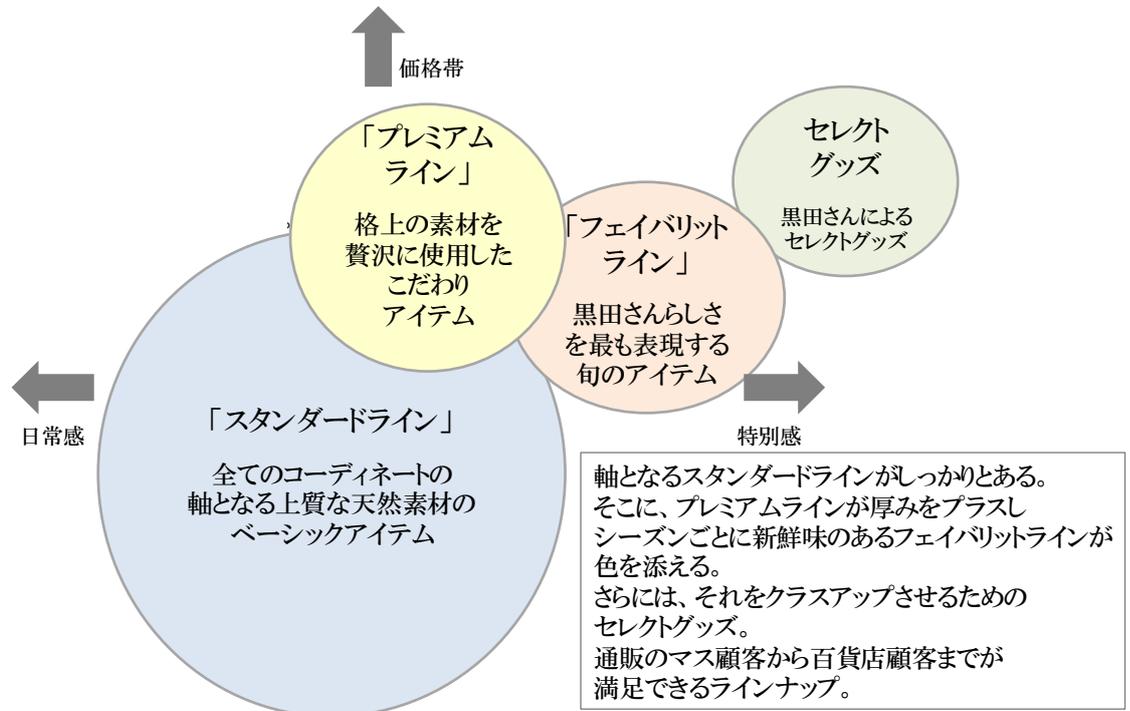


ファッションモデル、タレントとして活躍し、50代女性から絶大な人気を誇る黒田知永子さんがプロデュース。

■新生「Kcarat」の特徴

(1)「スタンダード」「プレミアム」「フェイバリット」の3つの商品ラインによって、幅広い顧客層、
(一人のお客様の)ニーズ、お買物スタイルの多様化に対応

黒田さんのファッション経験に基づく独自の3ライン展開。
好きなラインから選んで組み合わせることで、多層、多重、多彩にコーディネートできる構成。



(2)既存ナショナルブランドの80%の価格設定で“バリュー感”を訴求

商品ラインごとの中心価格(本体価格)

アイテム	商品ライン		
	スタンダード	プレミアム	フェイバリット
コート	¥19,000	¥27,000	¥35,000
ジャケット	¥15,000	¥23,000	¥27,000
ワンピース	¥12,000	¥19,000	¥25,000
シャツ/ブラウス	¥9,000	¥14,000	¥16,000
ニット	¥9,000	¥14,000	¥18,000
カットソー	¥8,000	¥15,000	¥16,000
スカート	¥8,000	¥15,000	¥18,000
パンツ	¥9,000	¥15,000	¥18,000
靴	¥9,500	¥15,000	¥15,000
バッグ	¥16,000	¥35,000	¥35,000
アクセサリ	¥8,500	¥13,000	¥13,000
その他(帽子・ベルトなど)	¥3,000	¥15,000	¥15,000

(3)販売チャネルの役割に応じた商品・プロモーション計画によって“最適な顧客接点”を創出

- 店舗では・・・フェイバリットラインのシーズンテーマを中心に、プレミアムとスタンダードを組み合わせ、重層的な商品群を展開いたします。また、鮮度の高い商品投入を行い、実際に手に取っていただけるリアルなチャネルで顧客接点を強めます。
- ECでは・・・「いつでもどこでも」に応えるチャネルとして全ラインを展開し、メール販促やタイムリーなクーポン配布で顧客接点の頻度を上げます。
- カタログでは・・・スタンダードとプレミアムを中心に、一部のフェイバリットで商品群を再編集し、Kcarat のファンブック的な要素も含めた情報提供を行います。

(4)各販売チャネルの顧客・購買情報の一元管理によって“最適な商品提案・提供”

→“ファン化”の促進

- WEBにとどまらず、店頭でも顧客情報と購買商品情報を一元管理することで、個々のお客様に最適のご提案が可能となります。
例えば実店舗では、お客様の購買履歴を把握した上で、3ラインの重層的な品揃えの中から、店頭にある商品と、店頭にはない商品(千趣会のカタログスキームを活用して多数の画像を店頭のタブレットやサイネージに用意)のコーディネートをご提案できます。
- 千趣会のフルフィルメントを活用することで、店頭にはない商品でも一般のECサイト並みのスピードでお届けできます。(百貨店のリードタイムから大きく改善)
- これらを通じて、実店舗、通販の垣根を超えたご利用を促進し、どんなシーンでも「Kcarat」を購入していただけるような“ファン化”を進めていきます。

「Kcarat」概要

<展開数> □スタンダード……37型／301種(サイズ、色柄違いを含む)
□プレミアム……8型／67種(")
□フェイバリット…23型／130種(")

<販売チャネル>

■実店舗(大丸松坂屋百貨店 5店舗)

□大丸梅田店 7階 38.5㎡ 3月11日(金)オープン
□大丸神戸店 3階 41.8㎡ 3月12日(土) "
□大丸札幌店 4階 44.5㎡ 3月16日(水) "
□大丸京都店 4階 40.6㎡ 3月16日(水) "
□大丸東京店 6階 67.3㎡ 3月18日(金) "

■ECサイト

□ベルメゾンネット(千趣会)
□クリック&コレクト(大丸松坂屋百貨店)

■カタログ

□ベルメゾン(千趣会)
□Kcarat(千趣会)

<売上目標>

■2016年度目標 16億円（大丸松坂屋百貨店 4億円＋千趣会12億円）

■2018年度目標 30億円（大丸松坂屋百貨店10億円＋千趣会20億円）



Kcarat

「Kcarat」ショップイメージ(大丸神戸店3階)

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 広報部 五味・長野 TEL:03-6895-0816 e-mail:kouhou@jfr.co.jp

株式会社千趣会 広報部 加藤・浅川 TEL:03-5475-7513 e-mail:pr@senshukai.co.jp

