

アラ40女性のお悩み解決売場 「シーズンメッセージ」 大丸松坂屋百貨店 6 店舗で展開

大丸心斎橋店 3月1日(火)、東京店 3月16日(水)、京都店 2月25日(金)、
神戸店 2月26日(土)、札幌店 3月16日(水)、松坂屋名古屋店 3月2日(水)

大丸松坂屋百貨店ではスペシャリティゾーン『ufufu Girls (うふふガールズ)』に続き、アラウンド40の女性にむけた取り組みのスタートとして、新しい自主編集売場を全国の基幹店舗6店で展開する。

この取り組みを皮切りに、同質化が進む競合他店との差別化対応、移り変わるマーケット、ターゲットへの変化対応を強化する。

■売場ポイント

- ① アイテム戦略・・・「パンツを核とした使えるわたしのショッパ」
- ② サイズ戦略・・・トップス 基本2サイズ(重点商品は3サイズ)、
ボトムス基本3サイズ(重点商品は5サイズ)
- ③ 価格戦略・・・既存ニューミセスゾーンプライスより買いやすい価格設定とする。
- ④ 株式会社ロートレ・アモンとのコラボレーションブランド『mot rachic(モトラシック)』デビュー。

■パンツラインナップ

- ① 〈mot rachic(モトラシック)〉体型のお悩みに応えたこだわりのシルエット、素材、パターン、サイズをリーズナブルなプライスで提供。体型悩みに効く処方箋開発(美脚系、美尻系、美腹系)。
- ② 〈ワールドデニム〉ブランドの価値が定着している指名買いの顧客が多いラインナップ。
○ AG ○REPLAY ○MET ○YANUK
- ③ 〈ドメスティックデニム〉ブランド別ではなく、シルエット、履き心地に再分類して展開。
○ EDWIN ○BLAPPERS など
- ④ 〈美脚ラボ〉選べるレングス、幅広いサイズ、イージーケア、手頃な価格。

■中心価格帯 パンツ10,000円前後、カットソー8,000円前後。一般の百貨店ブランドより2～3割安い価格設定。雑貨も扱い、トータルコーディネートにも対応。

■初年度 売上目標 10億円